

- **Toody**

**Title solution** (Название решения)

**Brief description of proposed idea** (Краткое описание, до 2000 символов (здесь 985 символов))

Toody - это веб-сервис для начинающих фотографов который позволяет совершенствовать фотонавыки посредством игровых, интерактивных учебных материалов и постоянной практики. А так же мобильный клиент дополняющий функционал в режиме «всегда со мной».

Основной функционал состоит в:

- Подсказки возможных локаций и/или объектов для фото (на персонализированной карте), которые определяются в зависимости от местоположения пользователя, его вкусов, внешних факторов и активности других пользователей.
- Пользователь может просмотреть краткую информацию о данном типе объекта, варианты композиции, освещенности, глубины резкости для текущего объекта.
- Создание персонального портфолио в сообществе. Системы рейтингов пользовательских портфолио.
- Сообщество пользователей, которые участвуют в обсуждении работ и оценивают друг, друга.
- Современные интерактивные обучающие материалы, доступных по категориям. Которые создаются профессионалами, темы варьируются от базовых до запросов сообщества.

- **Description of business potential** (Бизнес-потенциал)

- Премиум доступ к сервису, предоставляющий расширенные каталоги интерактивных обучающих материалов, дополнительное пространство для хранения фотоматериалов.
- Консультации с персональным тренером, который дает профессиональную оценку фото и рекомендации. В качестве тренера выступает фотомастер профессионального уровня, услуги которого дополнительно оплачиваются пользователем. Стоимость назначает сам фотомастер, Toody предоставляет платформу и получает процент.
- Процент от продажи фоторабот (фотосток) через платформу Toody.

- **Team members** (Члены команды)

Астаппев Олег, Толмачева Татьяна

- **Team roles description** (Их роли в проекте)

Астаппев Олег – разработка бекенда, фронтенда, а так же составление документации.

Толмачева Татьяна - составление обучающих материалов, наполнение контента, разработка фронтенда;

- **What problem does the product solve** (Какую проблему решает продукт)

Профессиональный рост от уровня фотографа новичка до любителя и/или профессионала. Общение и обмен опытом с более опытными фотографами.

- **What product features will solve this problem** (Что именно решает данную проблему)

Изучение обучающего материала, обмена опытом с сообществом и постоянная практика, необходимость практиковаться мотивируется рейтингом портфолио и картой популярных объектов.

- **Why your solution will attract customers** (Что привлечет пользователей в наш проект)  
Простой способ разнообразить скучный процесс освоения фото-искусства. Гибко изменяемый и адаптируемый контент. Участие в сообществе и обсуждение фото.
- **What is innovative about your solution** (Что нового в нашем решении)  
Мобильный помощник, справочник, навигатор для современного фотографа. Интерактивная форма обучения, основанная на живых примерах. Интеграция с сообществом.
- **What IT was used for solution** (Какие технологии используются в нашем решении)
  - Для хранения больших объемов фото используем Google Storage.
  - Для разработки фронтенда используем Angular.JS.
  - Реализация серверной части на Ruby on Rails.
- **Degree of readiness** (Степень готовности проекта)  
Проект, архитектура. Прототип к Марту 2015 года.
- **Key activities/resources** (Ключевые виды деятельности / ресурсы)  
Разработка платформы сообщества.  
Разработка инструментов для интерактивных обучающих материалов.  
Наполнение базы материалов, объектов.  
VPS (хостинг), облако, домен. Средства на рекламу.
- **Intellectual Property Assets** (Интеллектуальная собственность)  
know-how, design
- **Target market** (Целевой рынок)  
Начинающие фотографы, которые используют фотокамеру для семейной фотосъемки и желающие выйти за эти рамки. Начиная с младшей возрастной категории (с 14 лет). Пользователи должны быть опытными пользователя интернета и/или смартфонами и иметь зеркальную фотокамеру (не исключено, что подойдет и цифровая).
- **What is your market entry strategy** (Стратегия выхода на рынок)
  - Печатная реклама, при покупке фото-техники.
  - Сотрудничество с фото-школами и другими целевыми сообществами.
  - Коммуникация с фотографами (поиск таковых, целевая реклама).
  - Сетевая реклама.
- **Target customer segment** (Целевой сегмент пользователей)  
Профессиональные и начинающие фотографы, творчески заинтересованные люди и те, кто занимается фото как хобби.  
Творчески заинтересованные люди, это обычно дизайнеры, архитекторы, программисты,

модели/модельеры, путешественники.

- **What are the customer needs** (В чем нуждаются пользователи)

Пользователи нуждаются в качественном, современном, интерактивном подходе к процессу профессионального роста. Кроме того, пользователи нуждаются в мотивации: небольших заданиях, соревнованиях которые бы были удобные для пользователя в текущий момент. Творческие пользователи требуют удобный, минималистичный и высококачественный дизайн.

- **How are customer needs met now** (Как сейчас решаются эти проблемы)

Нахождение устаревшей информации в интернете на различных форумах, там же проводят обсуждение, делятся своим опытом и выкладывают списки любимых мест. Запись и обучение на оффлайн курсах фото-мастерства.

- **Who are the main competitors** (Кто основные конкуренты)

500px.com - можно загрузить фото, обсудить их и продать. Но если твои фото не очень, ты никому не нужен.

Flickr – ограничено загрузкой фото и их обсуждением.

Google+ Photo – загрузка фото по альбомам, обработка фото, комментирование, обработка.

- **What are your competitive advantages** (В чем наше преимущество перед конкурентами)

Сервис рассчитан на различные уровни пользователей (от их владения фото-искусством), меньше порог вхождения, предусмотрено гораздо больше коммуникаций, системы мотивации, а так же современные, интерактивные обучающие материалы. Мобильное приложение в режиме текущего времени подсказывает о ближайших объектах и адаптируемые подсказки.

- **What are the risks of the project** (Каковы риски проекта)

Недостаточная база учебных материалов, что бы заинтересовать пользователя на этапе его знакомства с Toody.

Недостаточный размер под портфолио, для удовлетворения нужд пользователей. Дороговизна платного аккаунта.

Недостаточная аудитория, недостаточная платёжеспособность аудитории.

- **Total cost and costs structure** (Общая стоимость и затраты)

Доменное имя – 40\$/year

Хостинг сервиса (для старта подходит VPS) - \$ 10/mo

Облако для хранения фото – 10\$/mo (с расчета на 100 полноценных пользователей, которые загрузят максимум данных)

Дизайнер – можно обойтись на первых этапах

Копирайтер – можно обойтись на первых этапах

Реклама – от 20\$

Первые 100 полноценных пользователей от момента старта проекта будут стоить нам от 80\$.

Стоимость платной подписки, варьируется от 2\$ до 15\$, в зависимости от пространства под

портфолио. С расчетом на увеличение тарифов через 2-3 месяца от старта проекта.

- **When breakeven point will be reached** (Через сколько проект начнет окупать себя)  
Toody начнет окупать себя при достижении отметки в более чем 5000 пользователей.  
Т.к. предполагается что из 5000 пользователей, у 10-15% будет премиум подписка. Это составляет 1500\$/мо (600\*3). Стоимость затрат на содержание 5000 пользователей 300\$ (cloud), 200\$ host, 1000\$ реклама.  
В первый месяц необходимо набрать 100 пользователей, второй 300, 800, 1500, 3000, 4000, 5000.  
С учетом долгов за первые месяца, проект окупит себя через ~12 месяцев.
- **Web resource of solution or link to application in markets** (Ссылка на сайт или маркет где скачать приложение)  
Toody.photo (не зарегистрирован, 40\$ — почти стипендия)
- **Video presentation** (Видео презентация)  
-
- **Business plan** (Бизнес план)  
-
- **Product presentation** (Презентация продукта)  
-