* 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 фото-навыки 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. Интрактивная 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, путешествиники.
* **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$/mo (с расчета на 100 полноценных пользователя, которые загрузят максимум данных)  
  Дизайнер – можно обойтись на первых этапах  
  Копирайтер – можно обойтись на первых этапах  
  Реклама – от 20$  
    
  Первые 100 полноценных пользователя от момента старта проекта будут стоить нам от 80$.  
  Стоимость платной подписки, варьируется от 2$ до 15$, в зависимости от пространства под портфолио. С расчетом на увеличение тарифов через 2-3 месяца от старта проекта.
* **When breakeven point will be reached** (Через сколько проект начнет окупать себя)  
  Toody начнет окупать себя при достижении отметки в более чем 5000 пользователей.  
  Т.к. предполагается что из 5000 пользователей, у 10-15% будет премиум подписка. Это составляет 1500$/mo (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 презинтация)  
  -
* **Business plan** (Бизнесс план)  
  -
* **Product presentation** (Презентация продукта)  
  -