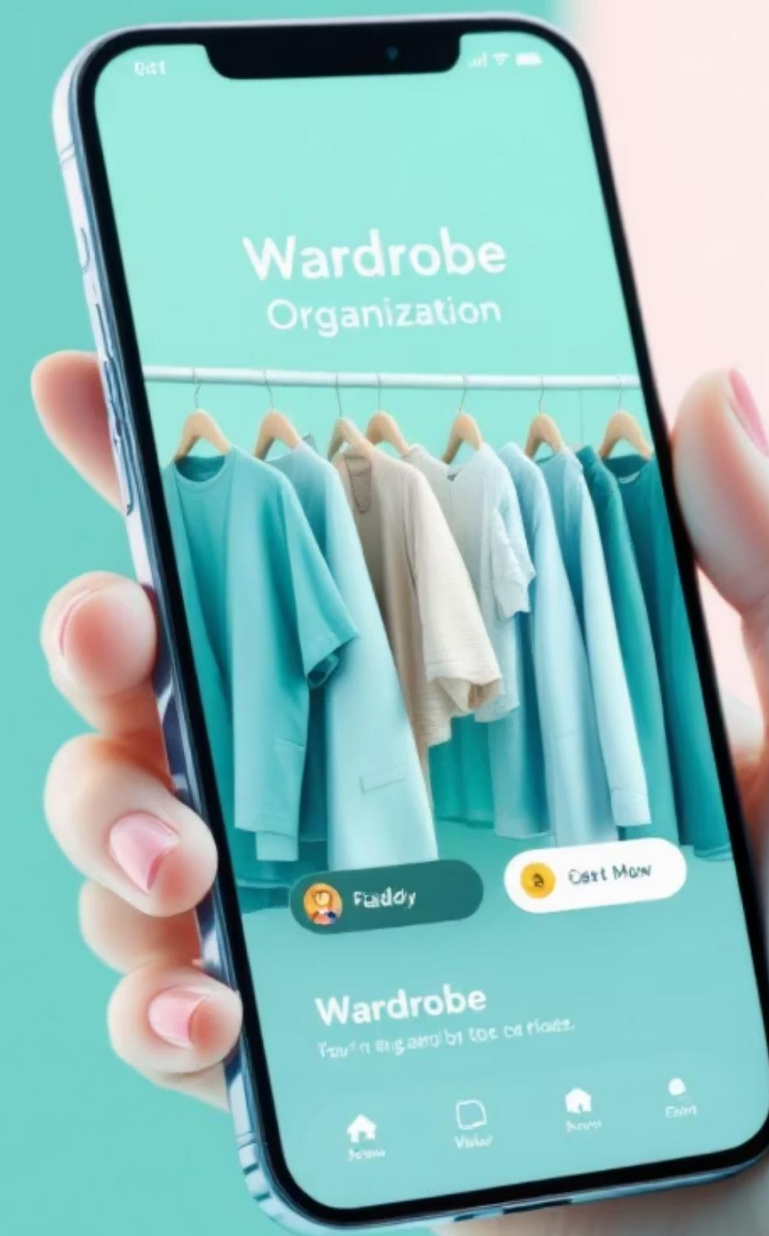


Closet AI

Персональный стилист и органайзер на основе искусственного интеллекта, который помогает экономить деньги и время, находя новые комбинации из старых вещей.

Мобильное приложение, которое оцифровывает ваш гардероб и помогает создавать образы под любые задачи.



Проблема

«Шкаф забит, а надеть нечего».

Мы сталкиваемся с этим каждое утро. В индустрии моды существует колоссальная неэффективность на уровне потребителя:

Импульсивные покупки

Люди покупают вещи, которые не сочетаются с тем, что у них уже есть.

Цифровой аналог

Мы помним только 20% своего гардероба. Остальное пылится на дальних полках.

Экология и бюджет

Огромное количество одежды выбрасывается, хотя могло бы носиться. Средний человек использует только 50-60% своего гардероба.

Утренний стресс

Каждое утро — это мучительный выбор и примерка.

Сценарий использования



Пользователь:

Современный городской житель, который следит за своим стилем, но ограничен во времени и ресурсах. У него уже есть гардероб, сформированный предыдущими покупками.

Проблема:

Ежедневный выбор одежды превращается в рутину. Пользователь не помнит всех своих вещей, из-за чего одни и те же предметы носят часто, а другие пылятся без дела. При покупке новых вещей сложно оценить, сочетаются ли они с тем, что уже есть дома. В результате шкаф переполнен, а ощущения «нечего надеть» не исчезает.

Последствия:

- Потеря времени на утренние сборы и бесполезные примерки.
- Лишние траты на дублирующиеся или неподходящие вещи.
- Недовольство своим гардеробом и снижение уверенности в своем внешнем виде.

Сегментация рынка (Целевая аудитория)

Мы выделяем три ключевых сегмента пользователей:

1

«Занятые профессионалы» (B2C)

- *Пол:* Мужчины и женщины 25–45 лет.
- *Боль:* Нет времени на шопинг и обдумывание образов. Ценят комфорт и функциональность.

2

«Осознанные модники» (B2C)

- *Пол:* В основном девушки 18–35 лет.
- *Боль:* Любят моду, но устали от захламления. Интересуются экологичностью, капсульным гардеробом. Хотят видеть полную картину своих вещей.

3

Покупатели маркетплейсов / Ритейл (B2B)

- *Боль:* Розничные магазины теряют прибыль из-за высокого процента возвратов (покупатель берет три размера, мерит дома и два возвращает). Им нужно удерживать клиента и предлагать ему «полный образ».

Карта рынка (Сегмент, решения, оценка)

Сегмент рынка	Текущие решения пользователей (Как живут сейчас)	Оценка рынка (TAM/SAM/SOM)
Управление гардеробом	Заметки в телефоне, таблицы в Excel, доски на Pinterest (неудобно, нет автоматизации).	TAM (Total): Весь рынок мобильных приложений для образа жизни.
Персональный стиль	Дорогие услуги стилистов (консультация от 5 000 руб.), интуитивные покупки, подписки на модные блоги.	SAM (Serviceable): Пользователи, интересующиеся модой и технологиями (миллиардная аудитория Instagram и Pinterest).
Ритейл (B2B)	Магазины продвигают товары поодиночке, не умея продавать «образ целиком» (look).	SOM (Obtainable): Сегмент приложений для шопинга и организации, растущий на 15% в год (рынок ~\$2 млрд к 2027).

Анализ конкурентов

Прямые конкуренты (цифровые гардеробы):

Smart Closet (muna Stylebook, Cladwell):

Плюсы:

Уже есть база, каталогизация.

Минусы:

Требуют ручного ввода данных (долго), скучный интерфейс, нет интеграции с погодой «в моменте».

❏ **Наше преимущество:** **AI-распознавание.** Просто наводишь камеру на вешалку или чек — вещь заносится в каталог автоматически.

Косвенные конкуренты (время и внимание):

- *Pinterest / Instagram:* Бесконечный поиск вдохновения без привязки к своему кошельку.
- *Ozon / Wildberries / ASOS:* Стимулируют к покупке *нового*, а не к использованию своего.

❏ **Наше преимущество:** Мы закрываем гештальт. Мы говорим: **«Купи это, потому что оно идеально подходит к твоим синим джинсам, которые ты носишь раз в месяц».**

Тренды и ограничения (Драйверы и Барьеры)

Драйверы (Почему сейчас?):

1. **Осознанное потребление:** Тренд на экологичность и апсайклинг. Люди хотят быть этичными, но не знают как. Мы даем им инструмент.
2. **AI и Computer Vision:** Технологии распознавания изображений стали дешевыми и точными. Мы можем определить тип вещи, цвет и даже материал по фото.
3. **Интеграция с E-commerce:** Маркетплейсы ищут способы снижения возвратов (доля возвратов одежды — до 40%). Наш алгоритм «примерки образа» с вещами пользователя решит эту проблему.
4. **API погоды:** Умные алгоритмы подскажут надеть пальто именно сегодня, потому что обещали дождь.

Барьеры (Что может пойти не так?):

1. **Лень пользователя:** Сфотографировать 100 вещей сразу — тяжело. *(Решение: техника «одной вещи в день» + синхронизация с онлайн-чеками магазинов).*
2. **Точность ИИ:** Пока ИИ может ошибаться в определении фактуры. *(Решение: краудсорсинг модерации или упрощенная ручная корректировка).*

Вывод и стратегия выхода на рынок (Go-to-Market Strategy)

Мы не просто делаем «приложение для одежды». Мы строим **экосистему управления личным стилем**.

Стратегия (MVP и первые шаги):



Phase 1: Product-Led Growth (B2C)

Запуск приложения с фокусом на **функцию "Окно погоды"**. Пользователь получает уведомление: «Сегодня +15 и солнечно. Мы нашли для вас 3 новых лука. Не забудь про свои новые кеды!». Это создает ежедневную привычку.



Phase 2: Viral Loop

Внедрение функции «Одолжи другу». Если пользователь ищет вещь для мероприятия, он может посмотреть, что есть у подруги (по взаимному согласию) — социальный фит.



Phase 3: B2B Монетизация

Интеграция с API интернет-магазинов.

- *Фича:* Заходишь на сайт магазина, нажимаешь «Примерить в гардероб».
- *Результат:* Приложение показывает, что из твоего старого гардероба подходит к этой новой кофте, создавая полный аутфит. Пользователь покупает увереннее, магазин фиксирует продажу, а не возврат.



Ключевой вывод: Мы решаем проблему "мертвого груза" в шкафу и помогаем брендам продавать осознанно.