



Министерство  
образования, науки и  
молодежной политики  
Нижегородской области



---

# Название проекта

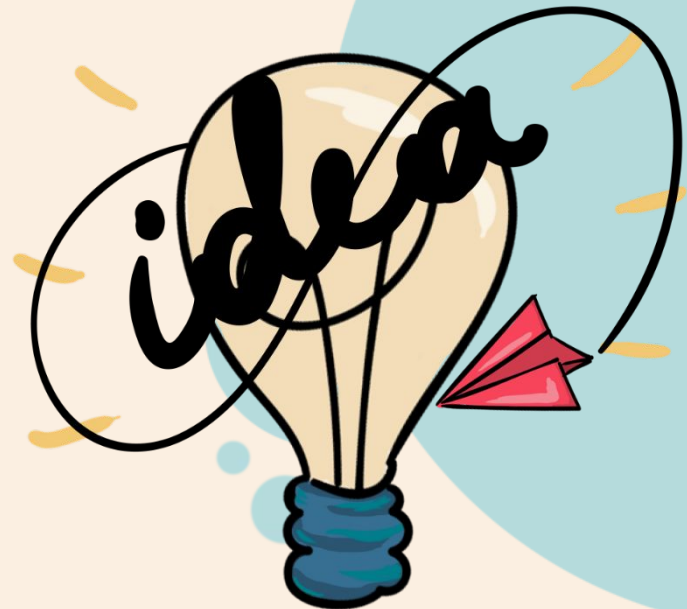
Ключевая фраза, характеризующая продукт или  
компанию

Логотип (если есть)

# КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА



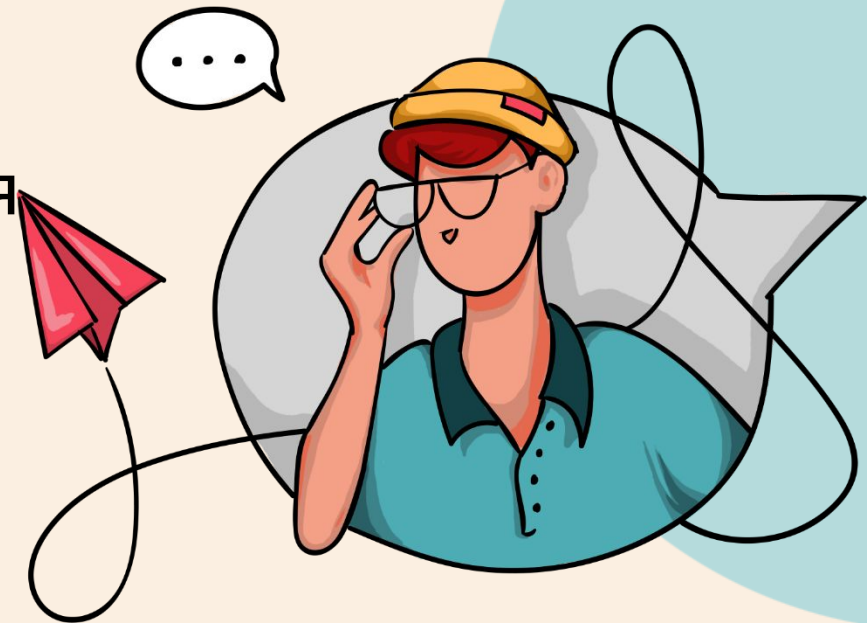
Проект (название) создает (предложение клиентам) помогающий (описание аудитории) решать (проблему) при помощи (УНИКАЛЬНОЙ ИДЕИ).



# ПРОБЛЕМА И РЕШЕНИЕ

Описываем следующие параметры:

- суть решаемой проблемы
- как эта проблема решается сейчас (конкуренты, аналоги, заменители)
- кто испытывает эту проблему (сегменты, компании, люди)
- главное преимущество вашего решения для потребителя



# ПОТРЕБИТЕЛИ



- Подробно описываем ваши клиентские сегменты (B2B, B2C, B2G), в каких отраслях /сферах и их потенциальное или точное количество
- Для B2C проектов – описание потребительских сегментов (пол, возраст, география, увлечения и т.п.)



# КОНКУРЕНТ Ы



Описываем основных конкурентов и их доли рынка, ценовые показатели, сопоставимые с вашим проектом.

Если прямых конкурентов нет – описываем аналоги или кто может стать потенциальными конкурентами.



# РЫНОК



- Считаем объем рынка, к примеру, по схеме TAM SAM SOM
- Можно показать скрины (вордстат, статистика, данные аналитических отчетов..)

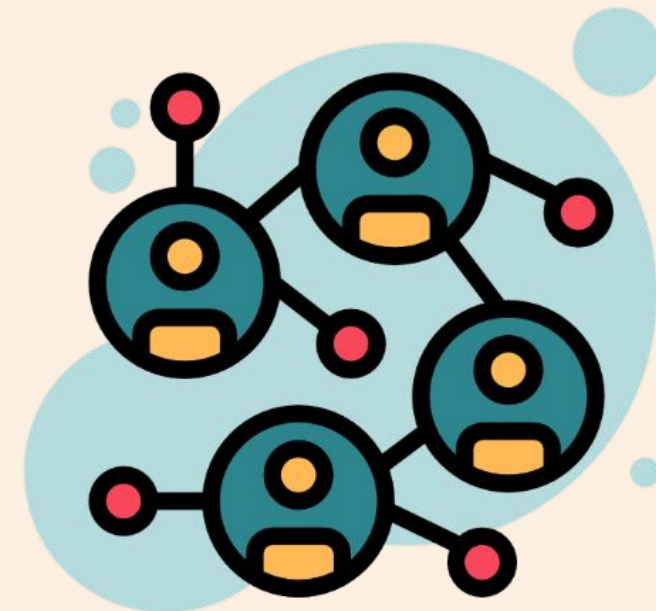


# БИЗНЕС МОДЕЛЬ



**Что компания продает? Как планирует монетизировать проект?**

- подписка на услуги, контент
- продажа рекламы
- разовые продажи товаров, услуг или контента
- комиссия со сделок третьих лиц



# БИЗНЕС МОДЕЛЬ

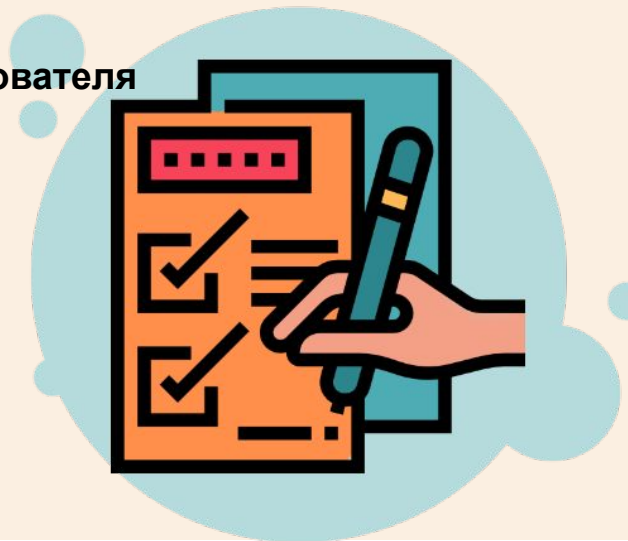


## Как планирует продавать?

- строим сами систему продаж
- используем сети партнера
- договариваемся с независимыми сетями
- Другое

## Как планируется удерживать конкурентное преимущество?

\* опишите схему как будет ваш продукт работать на рынке и доходить до пользователя





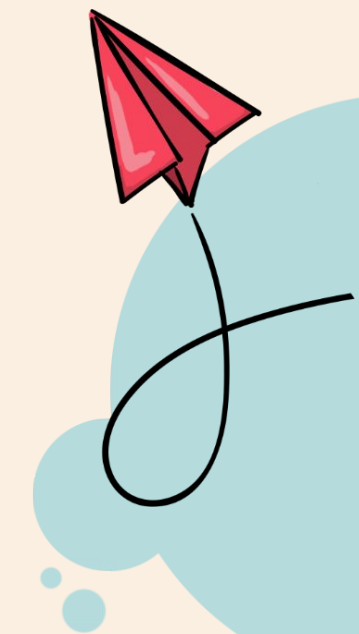
# СРАВНЕНИЕ С КОНКУРЕНТАМИ



	Доля рынка	Параметр сравнения 1	Параметр сравнения 2	Параметр сравнения ...	Параметр сравнения n
Конкурент 1					
Конкурент 2					
Конкурент ...					
Конкурент n					

\*Параметры сравнения – характеристики, которые имеют значение для потенциального клиента при выборе (например: цена, местоположение, сервис, фишки, упаковка, качество, сроки поставки и др.)

\*\*указать косвенных конкурентов



# ПРОДВИЖЕНИЕ БИЗНЕСА



**Как собираетесь продвигаться:**

- каналы
- бюджеты
- сроки

**Протестированы ли какие-то каналы продаж / продвижения (указать метрики, если есть):**

- конверсия
- количество текущих клиентов
- средний чек



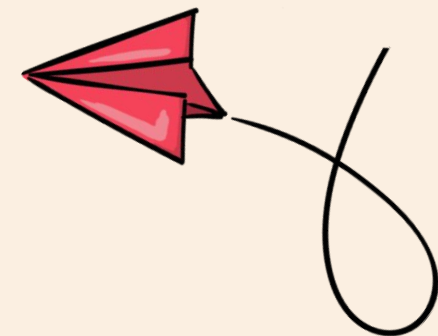


# МЕТРИК

## И

- **UNIT-экономика, если посчитана (или основные экономические метрики)**

- Если проводили тесты каких-то каналов или делали маркетинговую работу – опишите в цифрах и результатах сюда.



# ТРЕКШЕН ПРОЕКТА



- Рисуем график или делаем инфографику – когда стартовали, чего достигли, в каких временных периодах.

На графике или инфографике указываем ПЛАНЫ (на год/три/пять – сколько сможете)

Указать метрики (можно вынести на отдельный слайд).

+ указываем что сделали за последний месяц акселерации



# КАПИТАЛЬНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ



Наименование статьи расходов	Сумма капитальных вложений
Итого	

Сколько инвестиций вам потребуется в самом начале проекта, чтобы он запустился. Обратите внимание, чем инвестиции отличаются от расходов. Инвестиции (или вложения) делаются один раз. Как правило, это существенная сумма, которую нужно «окупить» будущей прибылью



# ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ



- Расчет постоянных и переменных расходов
- Движение денежных средств за период
- Период окупаемости
- Рентабельность
- Точка безубыточности



# КОМАНДА ПРОЕКТА



- Ключевые члены команды
- Общее количество членов команды
- Краткое описание опыта членов команды
- Трекер / консультанты (если есть)



# НЕОБХОДИМЫЕ РЕСУРСЫ



- Что не хватает для запуска проекта?







# КОНТАКТ Ы

- ФИО, номер телефона, почта контактного лица
- Ссылка на сайт проекта, страницы в социальных сетях, приложения