




# ПРОЕКТ CLIENT.ID

Подготовил студент 3 курса юридического  
факультета  
Мелконян Г. М.



# Идея

- Основная идея- создание искусственного интеллекта, считывающего эмоции посетителей кафе и ресторанов
- Данный проект позволит упростить процесс обслуживания посетителей и поможет рестораторам принимать решения о смене блюд в меню
- Искусственный интеллект, внедренный в камеры, фиксирует эмоциональный отклик посетителей на каждом этапе их пребывания в заведении. Система поможет собрать достоверные данные о том на сколько удовлетворены клиенты заказанным блюдом, довольны ли они быстротой обслуживания и тд.
- Собранные данные в обобщенном виде помогут выработать таймлайны для обслуживания, а так будут помогать ранжировать блюда в меню

# Гипотезы

- Персонал и ресторатор не способны отслеживать отклик посетителей, с достоверной точностью
- Прямая трактовка отзывов в интернете слишком индивидуальна и не является достаточно объективной
- Статистически клиенты оставшиеся удовлетворенными, проведенным в заведении временем, оставляют меньше отзывов, чем те которые испытали негативные эмоции

# Мною было проведено интервью с владельцем ресторанного бизнеса и с посетителями общепита

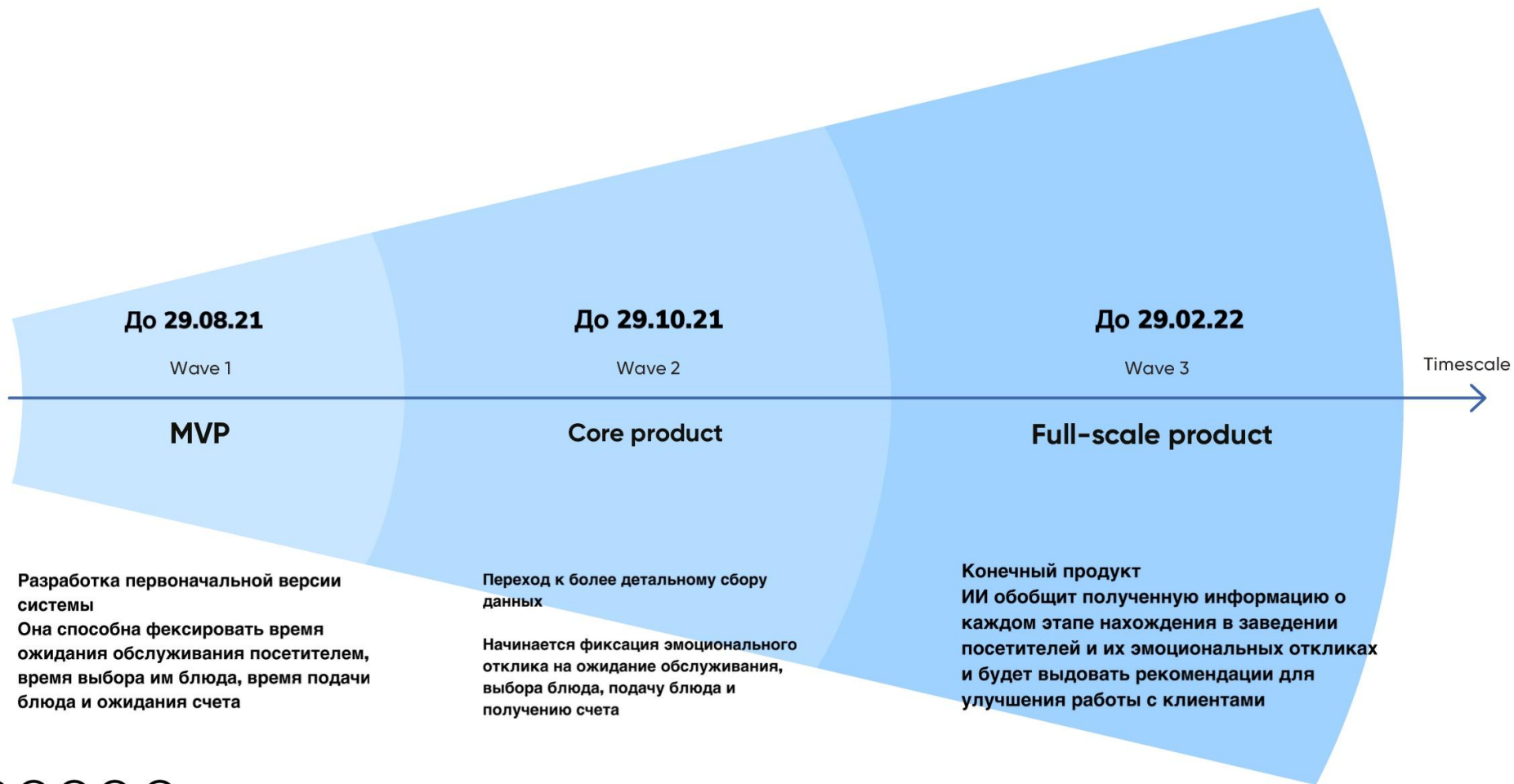
- Вопрос ресторатору:
- На сколько большое значение для вас играют отзывы клиентов ?
- Можете ли вы сказать, что отзывы в интернете являются достоверным источником информации для использования развития бизнеса ?
- Вопросы посетителям общепита:
- Оставляли ли вы позитивные отзывы о месте в котором проводили время ?
- На сколько ваши отзывы были детализированы и конкретны ?
- Каких отзывов вам приходилось оставлять больше позитивных или негативных?

# Выводы, которые можно сделать

- Выводы из интервью с ресторатором:
- Отклик клиентов является важнейшей составляющей для бизнеса в сфере услуг
- В меру вежливости или нежелания возможных конфликтов посетители не всегда честно говорят понравилось ли им пребывание в заведении или нет, при соответствующем вопросе персонала. Отзывы же в интернете диспропорциональны в позитивных и негативных оценках и не дают понять, что надлежит улучшить
- Выводы из интервью с посетителями:
- Из опрошенных мною лиц лишь немногие когда-либо оставляли позитивные отзывы о заведениях в которых бывали
- Отзывы, оставляемые посетителями, редко имеют конструктивный характер и часто выражаются в абстрактной форме, по типу «понравилось, рекомендую» и «плохое место, я бы не советовал ходить» или «место на один раз»
- С уверенностью можно сказать, что негативных отзывов посетители оставляли больше

# Product Evolution Canvas

Канвас эволюции продукта



# Кому данный проект может помочь?

- Заведениям в серьез желающим следить за потоком клиентов и его предпочтениями для достижения новых вершин в сфере услуг
- Тем кому интересно внедрение новейших технологических разработок в бизнесе
- Предпринимателям основывающим свою деятельность на систематических и объективно собранных данных

# Источники финансирования

- «Роснано»
- Российская венчурная компания (РВК)
- Фонд содействия инновациям
- Частные инвестиции



The image features two large, thick, black L-shaped brackets. One is positioned on the left side, with its vertical bar extending downwards and its horizontal bar extending to the right. The other is on the right side, with its vertical bar extending upwards and its horizontal bar extending to the left. These brackets frame the central text.

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**