

АКТУАЛЬНОСТЬ

Как мне понять,
что она хочет?



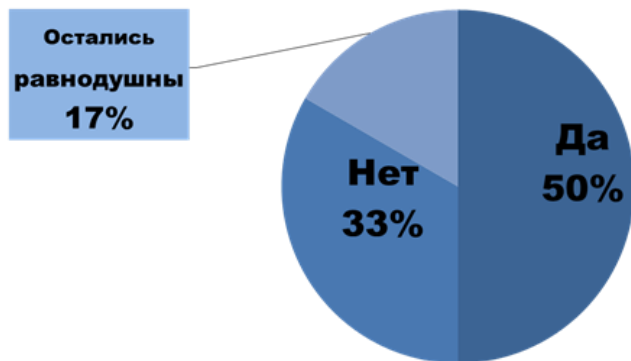
Как мне
объяснить,
что я хочу?



**Приложение,
которое поймет
тебя с полуслова!**

**45% населения страны пользуются
услугами парикмахерских и салонов на
постоянной основе**
55%- потенциал для развития отрасли

Воспользовались бы вы при работе с клиентом
мобильным приложением CATARSIS ?



CATARSIS

**Приложение,
которое поймет тебя с
полуслова!**

ПРОДУКТ



ЧТО?

Мобильное приложение, построенное на основе технологии распознавания лиц.

КАК РАБОТАЕТ?

Парикмахер предлагает клиенту выбрать образ с помощью нашего приложения. Для этого программа сканирует лицо клиента с разных ракурсов и предлагает варианты образов. Клиент выбирает, мастер воплощает.

КАК ПРИОБРЕСТИ?

Оформить подписку.

ЦЕЛЬ

До 12.04.2024 создать и защитить бизнес-проект по разработке мобильного приложения «CATARSIS», помогающего парикмахерам подбирать клиентам прически с помощью технологии распознавания лиц.

ЗАДАЧИ

1. Изучить технологию продукта;
2. Разработать и создать общее описание продукта;
3. Детально описать продукт;
4. Провести анализ конкурентов;
5. Составить маркетинговый план;
6. Составить производственный план;
7. Составить календарный план;
8. Составить финансовый план;
9. Создать презентацию.

КОНКУРЕНТЫ

«Style My Hair»



2,2 ★

«Hairstyle
Changer –
HairStyle»



4,3 ★

«Стилист –
смена
прически»



4,3 ★

ТАБЛИЦА КОНКУРЕНТОВ

Конкуренты	Оценка в Google Play	Сканирование лица	Реклама и платный контент в приложении	Удобный интерфейс	Ошибки и недоработки в программе	Наличие русского языка в приложении
Style My Hair	2.2	Да	Нет	Нет	Да	Нет
Стилист – смена прически	4.5	Нет	Да	Да	Да	Да
Hairstyle Changer - HairStyle	4.3	Нет	Да	Нет	Да	Нет
CATARSIS	—	Да	Да	Да	Нет	Да

БИЗНЕС МОДЕЛЬ



Объем работ

Работа программиста,
стилиста, дизайнера
над приложением



Тип производства

Виртуальное
(Virtual Production)



Опт | розница

Розничная
продажа
приложения
парикмахерам и
салонам



Место реализации товара

App Store и Play
Market

НАШИ КЛИЕНТЫ B2B



Самозанятые (парикмахеры)

Покупка, чтобы
расширить
клиентскую базу и не
потерять постоянных
клиентов



Парикмахерские салоны

Покупка одного
приложения на всех
парикмахеров,
работающих в салоне,
для использования
при необходимости



Реклама в группак ВК



Таргет-реклама

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН



Рекламные рассылки



Реклама у блогеров

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Наименование расходов	Стоимость	Единица измерения
Расходы на программиста для создания приложения (начальные инвестиции)	27870000	₽
Расходы на дизайнера приложения (начальные инвестиции)	484000	₽
Расходы на покупку лицензии для продвижения приложения (начальные инвестиции)	10000	₽
Реклама приложения	40000	₽
Затраты на стилиста	650000	₽/год
Затраты на обновления	2000000	₽/год

Итого: 36354000 ₽ за 3 года

UNIT ЭКОНОМИКА



Стоимость подписки —
1000₽

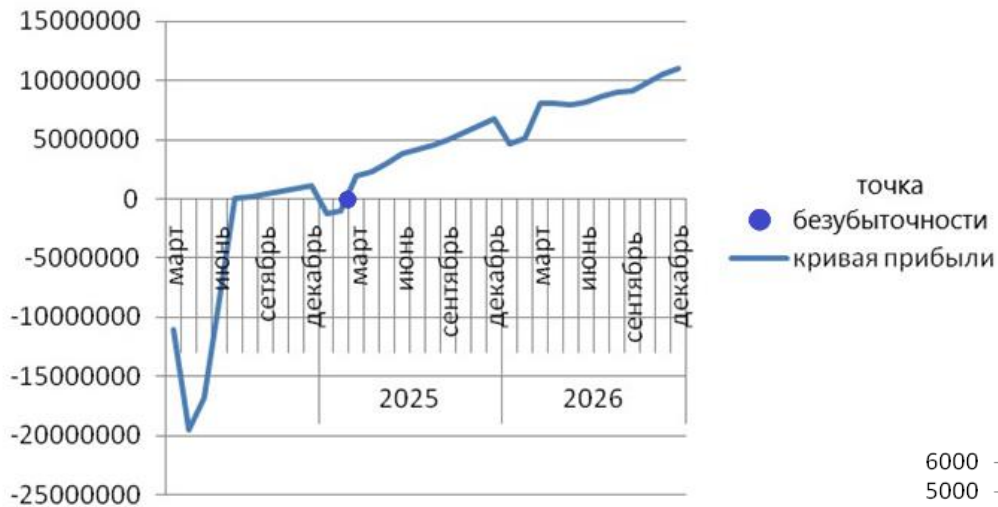


Первый месяц подписки —
500₽



Цена нашего приложения обусловлена себестоимостью подписки, составляющей 500 рублей, а также заработной платой парикмахеров, составляющей 63000 рублей в эконом-парикмахерских (в среднем по Москве на 2022 год).

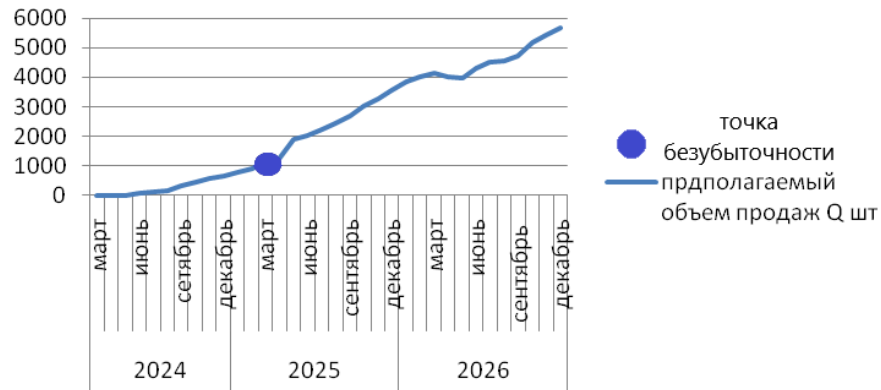
график окупаемости



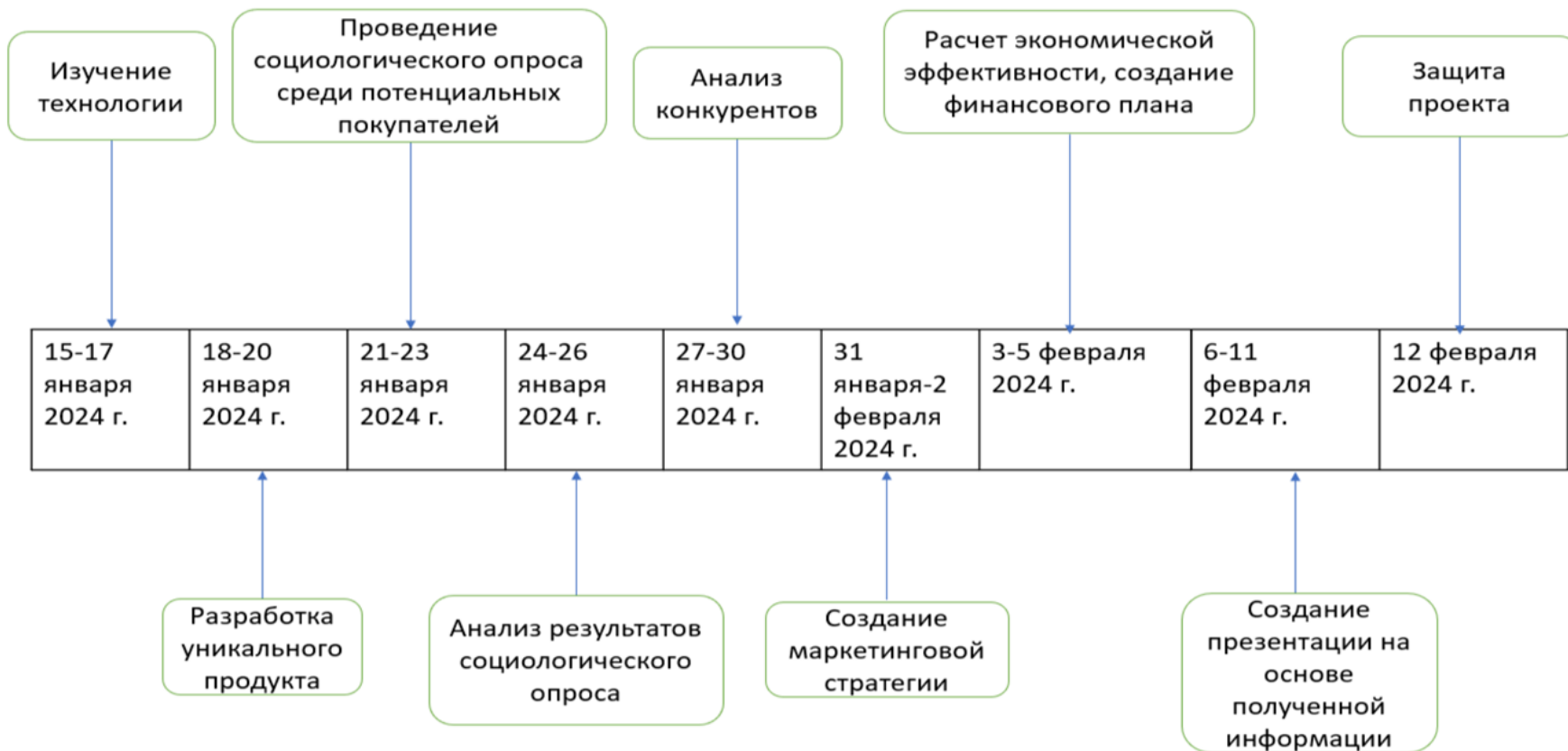
Срок окупаемости-15 месяцев

ОКУПАЕМОСТЬ ПРОЕКТА

Предполагаемый объем продаж, Q шт



ДОРОЖНАЯ КАРТА



SWOT АНАЛИЗ

Возможности:

- С ростом числа салонов красоты(парикмахерских) будет расти спрос на наше приложение;
- B2C;
- Расширение возможностей приложения не только для парикмахеров, но и для стилистов;
- Выход на мировой рынок.

Угрозы:

- Выход на рынок конкурентов;
- Изменение в структуре спроса на рынке парикмахерских услуг.

Сильные стороны:

- Уникальность продукта, отсутствие аналогов;
- В приложении используются только модные тенденции в парикмахерских услугах;
- Экономия времени и ресурсов при создании пробной причёски.

1. Как воспользоваться возможностями:

Попытаться войти в число топ-лучших приложений, сделав акцент на высоком качестве и новизне предложения.

2. За счет чего можно снизить угрозы:

Удержать наших покупателей от перехода к конкуренту, проинформировав их о высоком качестве нашей продукции (усовершенствование функций, точный анализ и др.)

Слабые стороны:

- Продукт неизвестен потенциальному покупателю.
- Требуется продвижение продукта.
- Необходимость крупных финансовых вложений

3. Что может помешать воспользоваться возможностями:

Отказ от покупки нашей продукции, так как приложение малоизвестно, покупатели не увидят надобности в нём.

4. Самые большие проблемы:

Появившиеся конкуренты могут предложить рынку продукцию, аналогичную нашей, по более низким ценам.



Кривенков Иван – лицо
компании, главный по
финансам



Шабанов Дмитрий –
главный маркетолог

Роли в команде



Яловицина Ирина –
директор по работе с
клиентами



Мокрушина Ольга –
дизайнер

СПАСИБО

ЗА

ВНИМАНИЕ

Мы готовы ответить на ваши вопросы.