



Воркшит №1.1.

ЕСЕ

Чи часто Ви переглядаєте свої фотографії і відео в галереї? Любіть згадувати теплі моменти? Подобається знову відчувати емоції як на фотографії? В такому випадку, хочемо вам представити принципово новий підхід до подорожі в часі. Це свого роду машина часу, яка занурить вашу свідомість в той чи інший прекрасний день, змусить не просто згадати, а й відчувати його на більш глибокому рівні. Ми пропонуємо використовувати духи не просто як частина образу, елемент щоденного туалету, але як посередників між теперішнім і минулим, а можливо і майбутнім :) Суть ідеї дуже проста: випуск подарункових і колекційних боксів з мініатюрними флакончиками, на різну тематику: "Осіньне тепло", "Перші побачення, парні комплекти", "Підвищення за посадою" і т.д. Людина "носить" аромат протягом певного періоду, після чого змінює на інший. І через деякий час з цим ароматом буде асоціюватися потрібний проміжок життя. Аромати викликають більш інтенсивні почуття, ніж медіа матеріали, вони стають відмінними якорями, саме тому ми дамо можливість згадати все емоції і найдрібніші подробиці даного періоду часу. ость вспомнить все эмоции и мельчайшие подробности данного периода времени.

Напишіть есе на 1 сторінку (до 1800 знаків) про стартап, який вам подобається і його взаємодію з різними елементами екосистеми

Воркшит №1.2.

№		Поля для заповнення	
1.	Ідея для стартапу	галерея ароматів	
2.	Яку проблему вирішує ця ідея	фотографії легко загубити, вони не передають всієї атмосфери, що не занурюють в хмару теплих спогадів, які б крутилися вихором емоцій в душі	
3.	Для кого вирішується проблема	для любителів поностальгувати, пригадати минулі часи, відчутно солодкість життя	
4.	Як можна монетизувати ідею	продаж наборів в красивих подарункових упаковках	
5.	Які ресурси потрібні для запуску проекту	духи різних цінкових сегментів; пристосування, щоб робити отліванти в мініатюрні бутилькі; гроші на рекламу і аналіз ринку споживачів.	Використайте цю форму для підготовки презентації на 1 хвилину. Ідей може бути декілька.
6.	Хто має бути в команді	креативний директор; дизайнер боксів, бутильков; технолог; маркетолог; парфумер	
7.	Персональні компетенції - які навички, досвід в мене є для стартапу: лідерство, IT, маркетинг, дизайн, фінанси, управління проектами тощо	лідерство, менеджмент, ведення бізнес-профілю в інстаграм	
8.	Яку роль в команді займаєте/хочете займати	ідейний натхненник	



Воркшит №2

1. Заповніть табличку про членів вашої команди

Ім'я та прізвище	Роль у команді	Факультет	Група	Email	Телефон
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-

2. Опишіть вашу візію

Ваші спогади в одному вдиху.

3. Опишіть вашу місію

Галерея ароматів - ваш особистий інструмент для того, щоб розкуштувати життя і почати цінувати кожну її мить.

4. Опишіть ваші цінності

Час наша найголовніша цінність.



Воркшит №3

Напишіть список питань,
що будуть використані для емпатії та проведення інтерв'ю чи досліджень (не менше 15)

1.	Як часто ви переглядаєте старі фотоальбоми?
2.	Чи використовуєте духи / туалетну воду в повсякденному житті?
3.	Які ваші вимоги до ароматів?
4.	Чи любите ви духи?
5.	Чи часто ви їх міняєте?
6.	Чи готові міняти їх частіше?
7.	Чи використовуєте ви аромати як якоря / тригери (напр. Надушити подарунок коханій людині, піти на річницю в тому ж ароматі, що і на перших побаченнях)?
8.	Хотіли б згадувати якісь моменти з життя в іншому форматі?
9.	Чи виникають у вас асоціації з запахами?
10.	Скільки готові віддати за бокс з ароматами?
11.	Хотіли б мати особистого ароматерапевта?
12.	Як ставитесь до штучний інтелект?
13.	Чи користуєтесь сервісом Google Photos або Apple спогади?
14.	Хотіли б аромати для будинку під настрій?
15.	Чи залежить настроїв від запахів?
16.	Чи пробували безспіртним духи?

Опишіть проблему, яку ви будете вирішувати

Проблема зберігання спогадів

Напишіть питання "Як саме ми..." до вашої проблеми

1.	організуємо процес появи спогадів при використанні нашого продукту?
2.	як ми будемо доставляти продукт?
3.	вирішимо проблема з оригінальним дизайном банечек?

Заповніть карту емпатії

Що користувач	додаток, яке стало його провідником в минуле миленькі бутилькі, які гріють душу
Що користувач	слова про важливість збереження спогадів в своїй душі
Що користувач	гоовооріт асистентові команди і робить висновки
Про що	про солодощі спогадів

	Будь ласка, дайте відповідь на питання (кожен член команди) і вирішіть, чи ви будете продовжувати працювати над своєю ідеєю	Yes	No
1	Я часто думаю про рішення для цієї проблеми - коли я на прогулянці, п'ю каву, в спортзалі і т.д.	+	
2	Я би працював/ла над вирішенням цієї проблеми, навіть якби я би мав/мала фул-тайм навантаження.	+	
3	Мої 5 друзів думають, що мені варто взятися за вирішення цієї проблеми.	+	
4	Я би з гордістю говорив/ла своїм друзям, що я працюю над рішенням цієї проблеми.	+	
5	Я хочу витрати наступні 5 років на дослідження/розв'язання цієї проблеми.	+	
6	Я хочу стати професіоналом у цій галузі.	+	
7	Це моя найбільша проблема зараз.		-
8	Я маю достатньо досвіду, щоб вирішити цю проблему.		-



Воркшит №4

Напишіть 3 найкращі ідеї, які вам вдалося нагенерувати

- | | |
|----|---|
| 1. | додатки на базі штучний інтелект, які б синхронізувалися з додатком музики і галереєю |
| 2. | мініатюрні флакони з QR-кодом для простоти введення |
| 3. | ароматерапія |

Опишіть, як саме кожна з цих ідей вирішує обрану вами проблему

- | | |
|----|---|
| 1. | штучний інтелект зробить практично всі замість клієнта, йому залишається тільки вдихати аромат і насолоджуватися почуттями і спогадами, дивлячись |
| 2. | спрощують доступ до частини спогадів з боку нюху |
| 3. | підсилює емоції, виводить їх на здоровий рівень |



Воркшит №6

**Проаналізуйте, які існуючі альтернативи існують щодо вирішення вашої проблеми.
Які у них є переваги і недоліки?**

Альтернатива	Переваги	Недоліки
використання окремо додатків, при цьому	дешевше	інфо систематизована, клієнт буде губитися по датах і періодам
Своя особиста парфумерна колекція	повнорозмірні оригінальні флакони, естетичне задоволення від них	займають місце, при переїздах не завжди з собою йдуть, можуть бути втрачені й забуті, немає прив'язки до медіа контенту
Apple спогад	дизайн і більш гнучке налаштування	немає підтримки інших моделей пристроїв
паперові альбоми	тактильні відчуття, можна відразу побризкати духами,	Не можна завжди з собою носити, займає місце, духи вивітрюються,



Воркшит №7

Створіть портрет клієнта 1 (B2C, якщо є)

Ім'я	Наталі
Країна	ОАЕ
Місто	Дубаї
Вік	28
Стать	ж
Сімейний стан	заміжня
Хобі	малювання
Дохід	високий
Професія	івент-менеджер

Створіть портрет клієнта 2 (B2B, якщо є)

Розмір компанії	велика
Сфера діяльності	медицина, психологія
Країна діяльності	Швейцарія
Структура компанії (корпорація,	аутсорс

Заповніть канву ціннісної пропозиції для вашого стартапу

Для якого сегменту клієнтів ви робите цю канву?

сентиментальні, чутливі і ніжні особистості, які люблять ностальгувати

Задачі

Функціональні	згадати, внести дані в додатку, скористатися
Соціальні	бути на хвили, робити круті подарунки *всі звикли до матеріальних, але не так часто дарують спогади
Емоційні	бажання морально відпочити, поринути в атмосферу, надихнутися, знову знайти сенс життя у важкі моменти

Болі

ніде зберігати
не всі розуміють в чому суть набору і додатки
складності для використання старшому поколінню
Ціна

Переваги

красивий дизайн флакончиків (декор інтер'єру)
все уніфіковано і спрощено
історія ароматів як доповнення до наборів

Знеболюючі

набори різних розмірів, додаток з базою
серія роликів які б "розкрутили" наш товар
підказки всередині програми, інтуїтивний
різні тарифи

Додаткові переваги

люди можуть познайомитися зі світом
всі спогади зберігаються в хмарі, яке

Продукти та послуги

додаток на базі штучного інтелекту
нагадування в сторонніх додатках (через



Воркшит №8

Опишіть, які гіпотези щодо вашого стартапу ви хочете валідувати:

1	штучний інтелект, який би синхронізував музику, яку людина слухає в певний момент, фото який були зроблені в цей день, при збереженні фото, питав би яку дату ставити, відео і робив з цього повну картину дня, а потім періоду з духами.
2	Ця картина складалася б в нарізці і створенні анімації під потрібну музику з фото / відео, які відносять до певного періоду і аромату / ароматів

Опишіть, які інсайти щодо кожної з гіпотез ви отримали після проведення інтерв'ю:

1	Важливо, щоб люди нам довіряли, тобто давали доступ до таких важливих для них ресурсам як галерея, музика і т.д.
2	штучний інтелект повинен бути настільки добре прописаним, щоб відмінно вгадувати, яке відео більш підходяще для користувача



Воркшит №10

Напишіть есе (до 1800 знаків) про те, на якому етапі знаходиться зараз ваша команда і як вам потрібно вирішувати існуючі проблеми.

Наша команда знаходиться на етапі продуктивності. Оскільки ми вже пройшли етап формування, визначившись з обов'язками членів команди, пропустили етап конфліктів (ніхто не сумнівався в здібностях членів). Команда маленька, можливо саме проетому деякі етапи проходять легше і швидше, ніж у великих. які у нас є проблеми? Застій в ідеях, нестача кадрів і компетенцій в деяких питаннях.

уер!



Воркшит №11

Опишіть свій концепт MVP, базовий функціонал	це додаток на базі Штучного Інтелекту, яке збирає інформацію про те, які фото, відео і музику відкривав, дивився, робив, скачував користувач, робить підбірки за змістом і по певних періодах. Користувач особисто вводить духи, які носив у той чи інший день за допомогою асистента (Google / Alexa).
Що має бути?	приємний ненав'язливий інтерфейс, штучного інтелекту, база даних ароматів
Чого не має бути?	доповнень, ускладнень, оригінальних функцій



Воркшит №12

Розрахуйте

TAM	
Грошове значення	20 млрд. \$
Кількість носіїв проблеми	400 млн осіб

SAM	
Грошове значення	6 млрд\$
Кількість носіїв проблеми	120 млн

SOM	
Потужності	200млн\$
Конкуренти	Apple, Storyo, timehop, Google
Early adopters (% SAM)	

Розрахуйте MGR ринку	17%
-----------------------------	-----

Опишіть, хто ваші прямі конкуренти (без назв компаній, а по суті). Скільки прямих конкурентів вам вдалося знайти?	Наші прямі конкуренти - програми або програми які допомагають згадати яскраві моменти життя. Ми знайшли поки 4
---	---

Конкурентний аналіз

	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4	Конкурент 5
Продукт					
Проблема					
Ціна					
Духи	-	-	-	-	
Бокси	-	-	-	-	
Зручність	`+	`+	`+	`+	
Персоналізація	`+	-	-	-	
Психолог	-	-	-	-	

* Впишіть назви конкурентів, яких ви хочете проаналізувати. В полях "Основна характеристика" впишіть 5 характеристик, які ви вважаєте найбільш унікальними і цінними у своєму продукті. Потім напишіть "+" чи "-". "+" - якщо конкурент має таку хар-ку, "-" - якщо

Опишіть, хто ваші непрямі конкуренти (без назв компаній, а по суті) Скільки непрямих конкурентів вам вдалося знайти?	Наші не прямим конкурентом це додаток для нагадування і зберігання фото. Ми знайшли дуже багато додатків для
--	---



Воркшит №13

Визначте основні канали комунікації зі своєю цільовою аудиторією

Розпишіть 7Р для свого продукту

Price (яка ціна буде у вашого продукту/послуги?)	ціна буде варіюватися в залежності від тарифу і класу послуги / продукту, але не буде занадто високою для малозабезпечених (бонуси, знижки за співпрацю з нами)
Place (де саме ви будете продавати свій продукт чи послугу)	плеймаркет, свій сайт + інстаграм, фейсбук, в майбутньому (якщо мережа стане більш серйозною - ТікТок)
Product (опишіть, який саме продукт чи послугу ви будете продавати)	первинно: послуга - розширені функції програми, далі - бокси, послуги психолога, ароматерапевта, гаджети в розумний будинок
Promotion (як ви будете просувати свій продукт/послугу, які маркетингові канали будете використовувати)	Таргетіровання реклама, реклама у блогерів-інфлюенсерів, свій Інста-аккаунт
People (хто з людей контактуватиме з вашою ЦА? Людина зі сторінки інстаграм, продавець у магазині і т.д.)	з нашої ЦА будуть контактувати їх оточення, яке вже встигло випробувати наш продукт, блогери, штучний інтелект
Process (який процес використання чи покупки вашого продукту? Як цей процес полегшити і зробити приємнішим? Як змусити людину купити ще?)	Процес використання полягає в повсякденному користуванні своїм гаджетом, який людина найчастіше використовує, спілкування з асистентом, використання певної парфюмированої продукції
Physical evidence (який фізичний товар отримує людина? Навіть якщо це послуга - що фізичного може отримати людина з нею (як квиток при послугі перегляду фільму)	людина може отримати наші шикарні і максимально витончені естетично бокси і мініатюрки в них, також парфумовані фото, сухі духи, Мінералліт в формі міні-флакончиків, гаджет для розпилення ароматів



Воркшит №14

Потенційні інвестори вашого стартапу:

1	Angel Investor
2	UFuture
3	Concorde Capital
4	U.Venture
5	iDealMachine
6	Horizon Capital.

Напишіть листа потенційному інвестору:

-
