**IVR (Interactive Virtual Rehabilitation)** - pierwsza **metaplatforma rehabilitacyjna**, która wykorzystuje technologię wirtualnej rzeczywistości dla kompleksowego rozwiązanie rehabilitacji fizycznej, społecznej oraz psychicznej i jest również unikalnym systemem szkoleniowym dla pacjentów i specjalistów rehabilitacji.

Metaplatforma IVR to oprogramowanie ładowane do chmury lub lokalnie do hełmów rzeczywistości wirtualnej i smartfonów. IVR to unikalne rozwiązanie w systemie rehabilitacji, które wykorzystuje nie tylko nowe technologie w procesie rehabilitacji, ale także oferuje zupełnie nową autorską metodę “Sztuczka mózgowa“ dla rehabilitacji ruchowej, w szczególności dla osób całkowicie unieruchomionych (po wypadkach, udarach). Sam proces wirtualnej rehabilitacji będzie polegał na osadzeniu pacjenta w wirtualnym środowisku (grze), które będzie interaktywne, a tym samym motywujące do interakcji. W metodologii IVR zostaną wykorzystane określone poziomy (światy), zestawione dla konkretnego zadania rehabilitacyjnego: poruszanie się kończynami dolnymi, balansowanie ciała w przestrzeni, nauka chodzenia, rozwijanie funkcjonowania kończyn górnych oraz szereg innych cech fizycznych pacjenta.

**1. Fizyczna rehabilitacja** – **program «I DO»** wykorzysta wirtualną rzeczywistość w połączeniu ze specjalnym oprogramowaniem i dodatkowym wyposażeniem do indywidualnego podejścia w rehabilitacji. Program rozwijający i wdrażający technologię wirtualnej rzeczywistości (WR) oraz metody funkcjonalnej stymulacji elektrycznej (FES) w zakresie rehabilitacji medycznej, który ma na celu przywrócenie funkcji motorycznych i poznawczych u pacjentów w różnym wieku i schorzeniach.

**2. Resocjalizacja (socjalna rehabilitacja)** - **program «I CAN»** wykorzystuje wirtualną rzeczywistość do adaptacji społecznej. Odbywa się to poprzez wykorzystanie wirtualnych scenariuszy (poziomów) dla rozwoju codziennych umiejętności: umiejętności ubierania się, jedzenia, picia i inne.

**3. Rehabilitacja psychologiczna** - **program «MY PSY**» wykorzystuje biuro WR-online do konsultacji z psychologiem. **Program «NO FEAR»** wykorzystanie wielopoziomowych scenariuszy do leczenia różnych form fobii (wysokości, pająki).

**Opis produktu**

1. Pierwsza metaplatforma w systemie rehabilitacyjnym.

2.“Brain Trick“ - autorski program rehabilitacyjny oparty na połączeniu ćwiczeń ideomotorycznych z wirtualną rzeczywistością.

3. “Must 10k” - metoda autorska oparta jest na zasadzie powtarzania ruchów według metody japońskiego naukowca K. Matsudy.

4. Integracja czynności ruchowych z metodą funkcjonalnej stymulacji elektrycznej (FES).

5. Unikalny system szkolenia pacjentów ta specjalistów rehabilitacji z wykorzystaniem systemu IVR.

6. Ze względu na wąską specjalizację konkurentów, program «I DO» rozwiązuje problemy z rehabilitacją w sposób kompleksowy. To oznacza, że program «I DO» daje możliwość realizować od razu kilka rehabilitacyjnych zadań: rozwój przyzwyczajenia chodu, rozwój przyzwyczajenia jazdy na rowerze (lokomocja), rozwój drobnej motoryki, rozwój koordynacji, poprawa funkcji bilansu ciała w obszarze i również bytowych przyzwyczajeń człowieka z korzystania program «I CAN».

7. Pierwsza kompleksowa rehabilitacja psychologiczna: korzystanie z WR-gabinetu psychologa do konsultacji i psychoterapii za pomocą programu «My Psy». Leczenie różnego rodzaju fobii za pomocą imitacji gry «No fear»

1. **Segmenty klientów**

Rynek B2B:

komercyjne ośrodki rehabilitacyjne i medyczne obsługujące dzieci i dorosłych. Wspólne potrzeby klientów B2B to jest poszukiwanie innowacyjnego podejścia do rehabilitacji, poszukiwanie skutecznej metody rehabilitacji, poszukiwanie rozwiązania problemu kompleksowej rehabilitacji:

-prywatne kliniki, сentra medyczne, ośrodki rehabilitacyjne;

-klienci taktyczni pełniący funkcję dystrybucyjną (prywatni fizjoterapeuci, ortopedzi, traumatolodzy, psycholodzy)

TAM - 9 mld zł, SAM - 6 mld zł, SOM – 1,2 mld zł (Raport z analizy konkurencji)

Rynek B2C:

- osoby z chorobami somatycznymi: urazy z uszkodzeniem dużych kości rurkowych, stawów, kręgosłupa, urazy czaszkowo-mózgowe, paraliż i niedowład, porażenie mózgowe, skolioza, choroba zwyrodnieniowa kręgosłupa, stany po endoprotetyce dużych stawów kończyn górnych i dolnych, potrzebujący rehabilitacji fizycznej;

- osoby z chorobami psychosomatycznymi: nadpobudliwość dzieci, autyzm, zaburzenia poznawcze, stany po udarze, stan pooperacyjny, urazy czaszkowo-mózgowe, paraliż i niedowład potrzebujący rehabilitacji społecznej;

- osoby z chorobami psychicznymi: leczenie depresji, leczenie fobii (lęk wysokości, klaustrofobia, arachnofobia, aerofobia). Psychologiczna rehabilitacja - konsultacja online z psychologiem;

- osoby potrzebujących kompleksowego zastosowania rehabilitacji (FIZYCZNA+SPOŁECZNA+PSYCHOLOGICZNA REHABILITACJA lub ich kombinacja).

1. **Propozycja wartości**

Rynek B2B:

* Efektywność (poprawa wyników leczenia, pełniejsze zaspokojenie potrzeb klientów).
* Wszechstronność (może być stosowany w placówce medycznej i w domu).
* Przewaga nad konkurencją (innowacyjne rozwiązania).
* Szeroki zakres leczenie chorób (szeroki zakres schorzeń, na które można się zastosować).
* Kompleksowe zastosowanie technologii (możliwość jednoczesnej rehabilitacji fizycznej, społecznej i psychologicznej w ramach jednej platformy).
* Unikalny system szkolenia specjalistów rehabilitacji z wykorzystaniem systemu IVR.

Rynek B2C:

* Dostępność (możliwość uzyskania wysokiej jakości usług medycznych dla osób o niskich dochodach iz obszarów odizolowanych).
* Efektywność (poprawa wyników leczenia, pełniejsze zaspokojenie potrzeb i problemów klientów).
* Cena (niższa cena w porównaniu z tradycyjnymi metodami rehabilitacji).
* Autorska metoda rehabilitacji.
* Spersonalizowane podejście (dzięki wykorzystaniu technologii AI/ML możliwość tworzenia spersonalizowanych programów rehabilitacyjnych)..
* Szeroki zakres leczenie chorób.(szeroki zakres schorzeń, na które można się zastosować).
* Kompleksowe zastosowanie technologii (możliwość jednoczesnej rehabilitacji fizycznej, społecznej i psychologicznej w ramach jednej platformy).
* Możliwość leczenia w domu.
* Unikalny system szkolenia klientów z wykorzystaniem systemu IVR.

1. **Kanały komunikacji z poszczególnymi segmentami klientów**

Rynek B2B:

Własne kanały sprzedaży:

* Kierownik sprzedaży.
* Wystawy (targi) medyczne.
* Konferencje medyczne.
* Umieszczanie artykułów w czasopismach profilowych.
* Udział w stowarzyszeniach medycznych.
* Współpraca z instytucjami naukowymi.

Afiliacyjne kanały sprzedaży:

* Centra medyczne, kliniki.
* Sieć dealerów.

Rynek B2С:

* Reklama w sieciach społecznościowych.
* Ukierunkowane reklamy Google.
* Тurnusy rehabilitacyjne.
* Sundress radio.
* Konsultacje i rekomendacje specjalistów w przychodniach i centrach medycznych.
* Pośrednictwo lekarzy prywatnych.

1. **Budowanie relacji z klientami**

Rynek B2B:

Pozyskania - manager sprzedaży.

* Utrzymania - konsultant personalny, wspólne tworzenie produktów - zachęcanie klientów do tworzenia nowych produktów lub ich odmian.
* Zwiększenia sprzedaży - program lojalnościowy, rabaty.

Rynek B2C:

* Reklama w klinikach partnerskich.
* Utrzymania - wspólne tworzenie produktów - zachęcanie klientów do tworzenia nowych produktów lub ich odmian.
* Zwiększenia sprzedaży - program lojalnościowy.
* Klienci taktycznie (prywatnie gabinety)

1. **Monetyzacja – strumienie przychodów**

B2B:

* Sprzedaż kompletów sprzętu (оkulary WR, czujniki) i oprogramowanie (9000-13000 pln za komplet w zależności od konfiguracji).
* Przekazanie w leasing sprzętu dla placówek medycznych.
* Opłata abonamentowa za korzystanie z platformy (50 pln/12 dni).

B2C:

* Sprzedaż produktu osobom fizycznym do użytku domowego (5000-12000 pln za komplet (оkulary VR, czujniki) w zależności od konfiguracji).
* Czynsz za użytkowanie kompletu sprzętu (Okulary WR, czujniki) (1500-2500 pln 12 dni najmu).
* Opłata abonamentowa za korzystanie z platformy (650 pln/12 dni).
* Kurs rehabilitacyjny w oparciu o własne centrum rehabilitacji (2000-6000 pln, koszt jednej sesji – 250-650 pln w zależności od wybranego programu).

**Kluczowe zasoby**

* Zasoby intelektualne (programowanie, know-how).
* Zasoby osobowe:
* CEO, prezes (zarządzanie zespołem, prace badawcze, opracowywanie metod rehabilitacji i produktów projektowych, poszukiwanie partnerów) -
* CFO/COO, wspólnik (poszukiwanie finansowania, modelowanie finansowe i analiza ekonomiczna działań projektowych, zapewnienie działań operacyjnych i rozwoju projektu, poszukiwanie partnerów)
* CRDO, pracownik (prace badawcze, rozwój i testowanie produktów)
* CTO, pracownik ( tworzenie architektury projektu, organizacja i kontrola procesu wytwarzania oprogramowania, dobór i dostarczanie rozwiązań infrastrukturalnych)
* CMO (marketing, PR, reklama)
* Manager (sprzedaż)
* Zasoby finansowe (dotacje, inwestycje).
* 4.Zasoby techniczne (sprzęt WR, FES, komputery, sprzęt biurowу, rozwiązania chmurowe).
* Zasoby usługowe (księgowe, prawne, marketingowe, reklamowe).
* Zasoby lokalowe (biuro).

1. **Kluczowe działania**

Faza inkubacji:

1.Weryfikacja pomysłu, weryfikacja założeń biznesowych

2.Pozyskiwanie partnerów.

4.Analiza rynku, analiza konkurencji, analiza ryzyka (TAM, SAM, SOM), SWOT analiza

5.Zbudowanie MVP - stworzenie filmu promocyjnego, który w pełni ukazuje koncepcję projektu, jego ideę i możliwości.

6. Weryfikacja MVP

Po zakończeniu inkubacji:

1. Pozyskania finansowania w etapie 1.1.2. (poszukiwanie partnerów biznesowych, poszukiwanie inwestycji)

2. Budowanie zespołu (definiowanie ról i obowiązków każdego członka zespołu)

3. Budowanie prototypu, testowania, wdrożenia (stworzenie kilku poziomów platformy IVR, testowanie produktu na klientach, naprawa błędów, zatwierdzenie finalnej wersji produktu, wypuszczenie na rynek)

4. Ochrona własności intelektualnej (ekspertyza prawna w zakresie prawnych możliwości ochrony produktu; informacja prawna w zakresie przebiegu procedury patentowej; informacja prawna w zakresie rejestracji znaku słownego i słowno-graficznego; klauzule przejmujące własność intelektualną do umów)

5. Umowa o zachowaniu poufności;

6. Informacja prawna w zakresie regulacji dotyczących zwalczania nieuczciwej konkurencji.

7. Тworzenie Go-to-Market strategy (znalezienie i pozyskanie klienta, utrzymanie klienta, poszerzenie bazy potencjalnych klientów)

8. Marketingowe działania (reklama, PR, promocja marki)

9. Pozyskania klienta referencyjnego.

10. Sprzedażowe działania (sprzedaż produktu, poszerzenie bazy klientów)

1. **Kluczowi partnerzy**

Kluczowymi Partnerami w rozwoju spółki będą:

* Deweloperzy oprogramowania (tworzenie oprogramowania).
* „Centrum Medyczne Sanitas” ta “Dr.Vel Clinic” (W zakresie testowania ta w prowadzeniu wywiadów pogłębionych z potencjalnymi klientami)
* Firmy ubezpieczeniowe (zwrot kosztów usług)
* Sprzedawcy sprzętu medycznego (sprzedaż sprzętu).
* Agencje reklamowe (tworzenie i umieszczanie reklam).
* Kancelarie prawnicze

1. **Struktura kosztów**

1.Wynagrodzenia (zatrudnienie i zaangażowanie na podstawie umowy o pracę):

CEO, autor pomysłu -Illia Shulezhko (zarządzanie zespołem, prace badawcze, opracowywanie metod rehabilitacji i produktów projektowych, poszukiwanie partnerów) - 10300x12=123600pln.

CFO/COO, wspólnik - Sergii Zhukovskyi (poszukiwanie finansowania, modelowanie finansowe i analiza ekonomiczna działań projektowych, zapewnienie działań operacyjnych i rozwoju projektu, poszukiwanie partnerów) - 10300x12=123600pln.

CRDO, pracownik - Olena Gorodecka (prace badawcze, rozwój i testowanie produktów) - 6900x12=82800pln.

CTO, pracownik - Oleg Sigaj ( tworzenie architektury projektu, organizacja i kontrola procesu wytwarzania oprogramowania, dobór i dostarczanie rozwiązań infrastrukturalnych) - 10300x12=123600pln.

CMO (marketing, PR, reklama) - 8000x6=48000pln

Manager (sprzedaż) - 5000x9=45000pln.

Łączne wynagrodzenia - 546 600pln.

2. Koszty obsługi (księgowe, prawne, chmurowe, telekomunikacyjne, pocztowe i kurierskie, koszty podróży służbowych) - 59100pln.

3.Wartości niematerialne i prawne (ochrona własności intelektualnej, RODO) - 15500 pln.

4.Тworzenie oprogramowania (tworzenie architektury projektu, tworzenie skryptów, mechanika interakcji, tworzenie treści scen, grafika 3D, modelowanie obiektów, animacja, projektowanie UI/UX) - 346400pln.

5.Zakup sprzętu (sprzęt WR, sprzęt rehabilitacyjny, komputery, sprzęt biurowу) - 60700pln.

6.Koszty marketingu, PR, reklamy, udział w targach - 110200pln.

7.Wynajem biura - 3000х12= 36000pln.

SUMA KOSZTÓW - 1174500pln.

2.3 Analiza kierunków rozwoju pomysłu i wskazanie głównych hipotez do przetestowania.

W wyniku analizy stanu początkowego projektu określono kierunki jego rozwoju w ramach programu inkubacji, a także przeanalizowano założenia biznesowe do których zdefiniowano hipotezy wymagające przetestowania. Ponadto ustalono, że dalszy rozwój projektu wymaga wsparcia w zakresie:

1. Przeprowadzenia szczegółowej segmentacji rynku, w celu zdefiniowania kluczowych segmentów klientów, którym firma będzie oferowała konkretną propozycję wartości,
2. Weryfikacji realnego zapotrzebowania na rozwiązanie firmy IVR TECHNOLOGY Sp. z o.o. poprzez zderzenie pomysłu z realnymi potencjalnymi zdefiniowanymi klientami, którzy mają docelowo z niego korzystać.
3. Opracowania założeń strategii marketingowej z uwzględnieniem optymalnych kanałów komunikacji z klientami oraz sposobów budowania relacji z nimi.
4. Przeprowadzenia szczegółowej analizy konkurencji w celu zmapowania ewentualnych konkurentów oraz zbadania ich rozwiązań pod kątem technologicznym i funkcjonalnym,
5. Przeprowadzenia szczegółowej analizy w zakresie optymalnej strategii monetyzacji projektu, możliwych do zastosowania strumieni przychodów,
6. Przeprowadzenia szczegółowej analizy finansowej projektu, w tym kalkulacji kosztów, przychodów, przygotowania cash-flow, bilansu oraz analizy opłacalności przedsięwzięcia.
7. Opracowania HRF projektu

Jako główne hipotezy wymagające zweryfikowania / przetestowania wskazano:

**Segmenty klientów:**

* Klienci B2B są zainteresowani korzystaniem z innowacyjnej platformy do rehabilitacji opartej na połączeniu ćwiczeń ideomotorycznych z wirtualną rzeczywistością.
* Klienci B2C z chorobami somatycznymi będą zainteresowani skorzystaniem z wielopoziomowego programu „I DO”
* Klienci B2C z chorobami psychosomatycznymi będą zainteresowani skorzystaniem z wielopoziomowego programu „I CAN”
* Klienci B2C z chorobami psychicznymi będą zainteresowani skorzystaniem z wielopoziomowego programu „MY PSY” i “NO FEAR”
* Klienci B2C potrzebujący kompleksowego zastosowania rehabilitacji będą zainteresowani skorzystaniem z całej meta-health platformy IVR.
* prywatne gabinety lekarskie (B2B) będą zainteresowane rekomendowaniem platformy do rehabilitacji opartej na połączeniu ćwiczeń ideomotorycznych z wirtualną rzeczywistością
* Rynek rehabilitacyjny w Polsce jest wart 2,4 mld zł

**Propozycja wartości:**

* Klienci B2B są zainteresowani możliwością szerokiego zakresu leczenia(rehabilitacji) przy wykorzystaniu platformy IVR
* Klienci B2B będą zainteresowani wyróżnieniem się poprzez zastosowanie innowacyjnej technologii w rehabilitacji
* Klienci B2C będą zainteresowani otrzymaniem wysokiej jakości spersonalizowanych usług rehabilitacyjnych
* Klienci B2C będą zainteresowani rehabilitacją w domu
* Klienci B2B oczekują unikalnego programu szkolenia z wykorzystaniem systemu IVR
* Klienci B2C oczekują unikalnego programu szkolenia z wykorzystaniem systemu IVR

**Kanały komunikacji z poszczególnymi segmentami klientów:**

* Klienci B2B preferują bezpośrednie kanały komunikacji marketingowej tj. konferencje, wystawy, prezentacje
* Klienci B2C preferują komunikację marketingową poprzez tematyczne sieci społecznościowe
* Klienci B2C pozyskują informacje o możliwościach/sposobach rehabilitacji poprzez konsultacje i turnusy rehabilitacyjne.
* Specjaliści prowadzący gabinety prywatne będą miały kluczową rolę w dotarciu do segmentu B2C.

**Budowanie relacji z klientami**

* Klienci B2B są zainteresowani programami partnerskimi.
* Klienci B2C są zainteresowani programami lojalnościowymi i możliwością zakupu produktu na raty.

**Monetyzacja – strumienie przychodów**

* Klienci B2B są zainteresowani zakupem urządzenia za 9000-13000 pln za komplet w zależności od konfiguracji.
* Klienci B2B są zainteresowani zakupem urządzenia do rehabilitacji w formie leasingu.
* Klienci B2C są zainteresowani zakupem urządzenia do użytku domowego za 5000-12000 pln za komplet w zależności od konfiguracji.
* Klienci B2C są zainteresowani najmem sprzętu i opłatą w wysokości(1500-2500 zł w zależności od konfiguracji za 12 dni najmu)
* Klienci B2C są gotowi ponieść opłatę abonamentową za korzystanie z platformy w wysokości (650 pln za 12 dni).
* Klienci B2C są zainteresowani udziałem w turnusach rehabilitacyjnych płatnych (2000-6000 pln, koszt jednej sesji – 250-650 pln w zależności od wybranego programu)

**Kluczowe zasoby**

* Zespół jest kompetentny do realizacji projektu.
* Wymienione zasoby są wystarczające do wdrożenia projektu i uzyskania pierwszej sprzedaży do 31 grudnia 2023 roku.

**Kluczowe działania**

Wymienione działania są wystarczające do wprowadzenia produktu na rynek w okresie 12 miesięcy **Kluczowi partnerzy**

* Twórcy oprogramowania są zainteresowani współpracą.
* Podmiot medyczny jest zainteresowane partnerstwem w zakresie testowania rozwiązania.
* Firmy ubezpieczeniowe będą zainteresowani partnerstwem.
* Sprzedawcy sprzętu medycznego (sprzedaż sprzętu, rozwiązania projektowe) będą zainteresowani partnerstwem.
* Agencje reklamowe będą zainteresowane współpracą.
* Kancelarie prawnicze będą zainteresowane współpracą.

**Struktura kosztów**

* Zaplanowana w projekcie struktura kosztów jest właściwa dla zaplanowanych działań.
* Zaplanowane koszty pozwolą wdrożyć rozwiązanie na rynku i uzyskać pierwszą sprzedaż do 31 grudnia 2023 roku

2.4 Analiza mocnych i słabych stron pomysłu.

Wraz z analizą stanu początkowego projektu oraz kierunków jego rozwoju, przeprowadzono także analizę SWOT: mocnych, słabych stron pomysłu, a także szans i zagrożeń, której wynik przedstawiono poniżej.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **MOCNE STRONY wszystko to co stanowi atut, przewagę, zaletę** | **SŁABE STRONY wszystko to co stanowi słabość, barierę, wadę** |
| WEWNĘTRZNE | * Wysoki poziom wiedzy zarządu i pracowników w zakresie rehabilitacji rozwiązań IT/VR oraz potrzeb rynkowych * Możliwość szybkiego zwiększania udziału w rynku poprzez współpracę z sieciami medycznymi lub prywatnymi gabinetami lekarskimi obecnymi na rynku * Duża skalowalność biznesu – możliwość dostosowania systemu do działania w kolejnych krajach * Funkcjonalności systemu odpowiadają zapotrzebowaniu grupy docelowej * Unikatowe funkcjonalności, które mogą pozytywnie wpłynąć na odbiór rozwiązania przez pacjentów, ich bliskich oraz lekarzy * Rynek mHealth szybko się rozwija   Pandemia COVID-19 pozytywnie wpływa na zwiększenie znaczenia telemedycyny | * Brak własnej, rozpoznawalnej marki * Duże rozdrobnienie na rynku telemedycznym * Duża liczba podmiotów na rynku medycznym * Konkurencja w postaci dużych podmiotów prywatnej opieki medycznej * Utrudniony dostęp do użytkownika końcowego * Wykreowanie zaufania użytkowników do aplikacji * Konkurenci w stosunkowo łatwy sposób mogą powielić unikatowe rozwiązania aplikacji * Podobne rozwiązania dostępne na rynku, oferujące szczątkowe funkcjonalności |
|  | **SZANSE wszystko to co stwarza szansę korzystnej zmiany** | **ZAGROŻENIA** |
| ZEWNĘTRZNE | * Popyt na produkty i usługi w branży, w której działa firma stabilnie rośnie * Duża liczba potencjalnych klientów na rynku krajowym oraz globalnym – zarówno w obszarze B2B, jak i B2C * Możliwość uzyskania dofinansowania ze środków krajowych oraz międzynarodowych na rozwój technologii informatycznej lub rozwiązania medycznego * Dobre oceny systemu mogą skutkować szybkim wzrostem jej popularności * Możliwość dodawana nowych funkcjonalności w odpowiedzi na oczekiwania użytkowników * Możliwość pozyskiwania partnerów w kraju oraz za granicą | * Obecność na rynku podmiotów o ugruntowanej renomie * Nieudane negocjacje z potencjalnymi partnerami * Potencjalne rozwiązania konkurencyjne * Awarie systemu * Utracenie zaufania użytkowników * Rozwiązanie nie spodoba się głównym odbiorcom bądź nie będą oni wierzyli w prawidłowe jej funkcjonowanie * Osoby starsze nie będą chętne do korzystania z rozwiązania (bariera technologiczna) |