

# BIOSFERA

Мультиформатный wellness-агрегатор с пользовательским ИИ-ассистентом персональной маршрутизации

---

Эксперты • продукты • программы • события • контент — построй свою траекторию профилактики и долголетия



# Проблемы (B2C)

Рынок нутрициологии, wellness, anti-age и профилактики здоровья растёт на фоне запроса на осознанный образ жизни и долголетие.

И при этом **отрасль остаётся фрагментированной** (мета-проблема):

услуги, эксперты, продукты, образовательные форматы, контент и организации существуют разрозненно и не формируют единую траекторию wellness и профилактики. В результате потенциал превентивного подхода реализуется лишь частично.

➤ **Нет единого пространства поиска решений и понятной траектории:**  
Человеку сложно собрать целостный wellness-маршрут. Всё разбросано по разным источникам и сервисам (зачастую даже непрофильным).

➤ **Инфошум, неоднородное качество и несопоставимость предложений:**  
У пользователей растут временные затраты на поиск и сравнение, снижается качество выбора → выше риск ошибок, ниже эффективность решений.

⬅ **Современные цифровые поколения не воспринимают заботу о здоровье как медицинский акт** — здоровье стало частью идентичности и образа жизни. Но lifestyle-инфраструктуры, встраивающей профилактику в повседневные (и привычные им) цифровые сценарии (легко, ненавязчиво, персонально), фактически нет.

# Наше решение

# BIOSFERA

**BIOSFERA.one** — первый в России открытый **мультиформатный агрегатор** в сфере нутрициологии и wellness, который объединяет экспертов, бизнес и проекты о здоровье в единой экосистеме, с целью обеспечить целостный, превентивный и лайфстайл-ориентированный пользовательский путь от запроса человека до устойчивых поведенческих изменений.

**Наша миссия** — создать единую цифровую инфраструктуру, где любой человек может легко найти и внедрить в свою ежедневную жизнь всё для профилактики здоровья: от простой полезной информации и подбора профильного специалиста — до программ и центров для восстановления.

# Как это работает:

**BIOSFERA.one** — это цифровая экосистема превентивного здоровья и wellness, создающая инфраструктуру, в которой забота о себе становится частью повседневного лайфстайла человека.

В отличие от точечных сервисов, **BIOSFERA.one** помогает человеку выстраивать целостную траекторию профилактики: от осознания запроса → к выбору эксперта → к действиям → к вовлечению в практики → к долгосрочному сопровождению. *Вспомогательным инструментом является встроенный ИИ-ассистент, позволяющий постоять цельный персонализированный маршрут по решениям, предлагаемым внутри экосистемы.*

Проект объединяет в одном цифровом контуре:

- профессиональную экспертизу,
- продукты и сервисы (в том числе цифровые) в сфере ЗОЖ,
- образовательные и социальные форматы и мероприятия
- клиники превентивной медицины, wellness-центры и места восстановления

**формируя устойчивую и масштабируемую модель профилактики здоровья.**

# Решение 1

BIOSFERA.one собирает всех участников и форматы в одной экосистеме:

## СПЕЦИАЛИСТЫ

Каталог профилей и услуг профессионалов в сфере превентивного здоровья, питания и anti-age.

## ВИТРИНА

Агрегатор выгодных предложений и товаров (в т.ч. цифровых) от компаний и партнёров wellness-ниши, включая клиники, центры и места для восстановления.

### Что меняется:

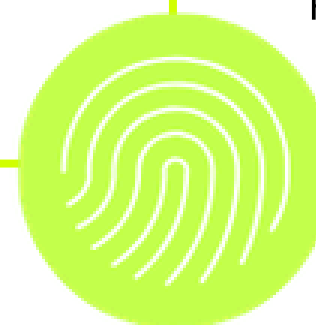
вместо разрозненных точек предложениями пользователь получает единый маршрут поддержки здоровья внутри одной платформы.

## ВЮБлог

пространство полезного контента (статьи, обзоры, материалы), где специалисты, компании и организации вовлекают аудиторию в практики здорового образа жизни.

## АФИША

Анонсы конференций и событий wellness-среды, включая агрегатор обучающих программ от лицензированных образовательных учреждений в сфере нутрициологии.



# Решение 2

## Умная AI-навигация и снижение инфошума через контекст

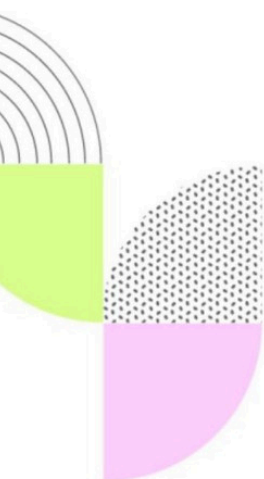
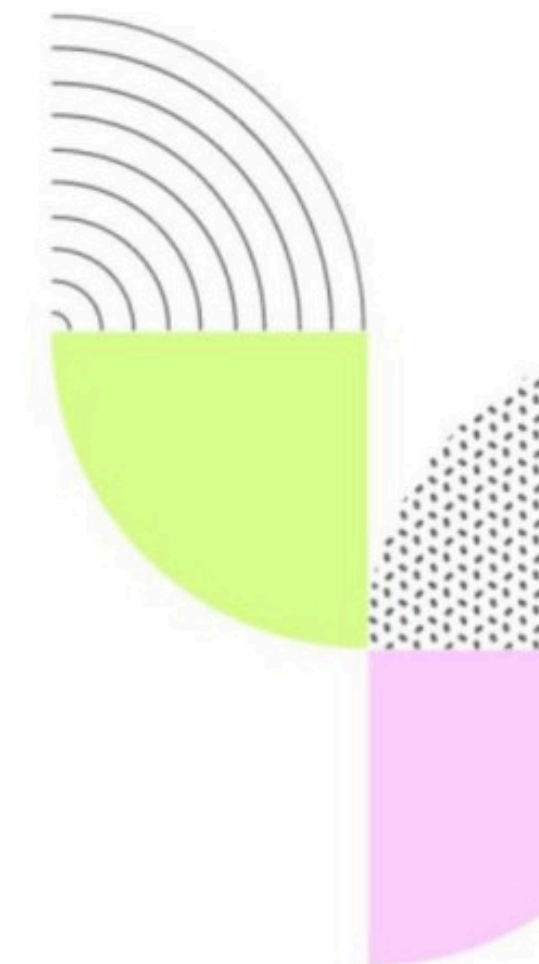
Мы внедряем пользовательский ИИ-ассистент, который помогает:

- уточнить запрос и цель пользователя,
- подобрать релевантные пути решения, через комбинацию продуктов и предложений платформы,
- предложить программы, мероприятия, клиники/wellness-центры,
- рекомендовать продукты с переходом на карточки внутри платформы и к партнёрам,
- уточнять маршрут по мере истории взаимодействия с платформой
- сопровождать материалами и следующими шагами.

Важно: ИИ не осуществляет медицинскую диагностику и не принимает окончательных решений — он делает аналитические и навигационные рекомендации внутри экосистемы.

### **Что меняется:**

*выбор становится осознаннее и точнее, а путь профилактики — последовательным.*



# Решение 3

## Lifestyle-инфраструктура и lifetime-подход: профилактика как привычка

BIOSFERA — не очередной health-сервис. Это lifestyle-инфраструктура, которая:

- интегрирует профилактику мягко и ненавязчиво;
- использует привычные цифровые сценарии;
- снижает психологический барьер входа;
- превращает заботу о себе в часть идентичности и образа жизни.

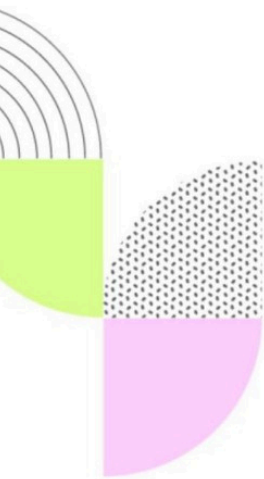
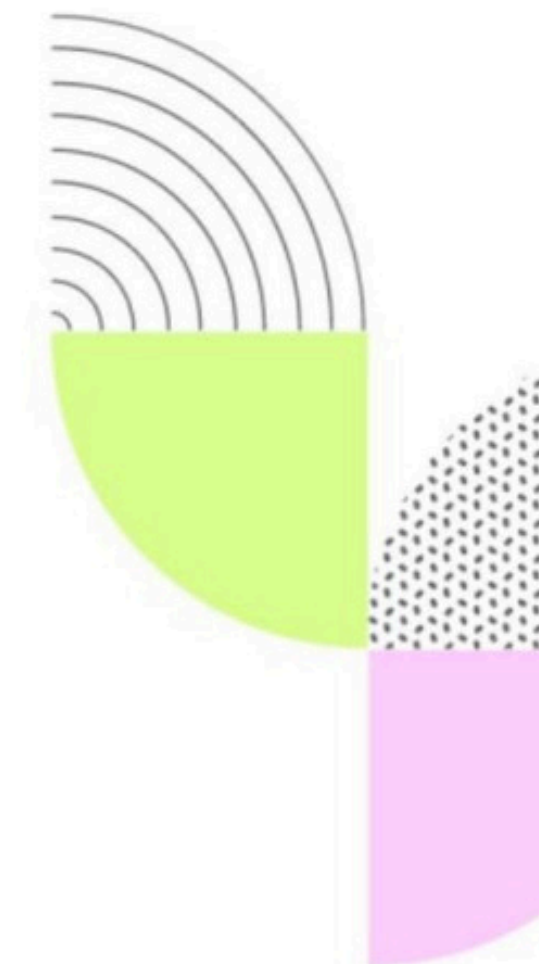
(что особенно важно для современных цифровых поколений)

BIOSFERA.one встроена в привычные диджитал-сценарии: интерес → контент → события → персональный маршрут → повторные точки входа (как в соц.сеть)

Пользователь “взрослеет” внутри платформы: от экспериментов и любопытства — к осознанной, системной профилактике и улучшению качества жизни.

### **Что меняется:**

*профилактика перестаёт быть разовой “акцией” и становится lifestyle-привычкой, что создаёт долгосрочный социальный эффект на уровне поколений.*



# Проблемы (B2P/B2B)

**Для специалистов, компаний и организаций нет предсказуемой инфраструктуры спроса и удержания**

Профессиональные участники рынка вынуждены продвигаться через разрозненные, зачастую непрофильные каналы. Лиды часто приходят без контекста (целей, истории, мотивации пользователя), что снижает качество взаимодействия и затрудняет измеримость эффективности.

# Решение

**BIOSFERA.one** - единая инфраструктура спроса и сопровождения, которая даёт предсказуемый вход аудитории и удержание через маршрут.

## Платформа

- >> обеспечивает центрированную на профилактике витрину присутствия
- >> даёт прозрачные инструменты роста: лидогенерация, размещения, промо в афише, интеграции
- >> через пользовательский ИИ-ассистент повышает качество лидов: подбирает пользователю релевантного специалиста/сервис/продукт по запросу и контексту
- >> продлевает LTV: пост-сопровождение через контент

Это повышает качество лидов (за счёт контекстного подбора), улучшает конверсию и удержание, а также делает взаимодействие более глубокими и эффективным

# Описание ИИ-технологии

**В рамках проекта разрабатывается и внедряется интеллектуальный ИИ-ассистент,** который **анализирует** профиль пользователя, запросы, поведенческие данные, историю взаимодействий и контентную базу платформы **и формирует персонализированные рекомендации** по выбору специалиста, программ, мероприятий, офлайн-локаций и продуктов **внутри экосистемы**

## ВАЖНО:

- ИИ не осуществляет медицинскую диагностику и не принимает окончательных решений — он выполняет аналитико-навигационную функцию внутри экосистемы, обеспечивая безопасную и более точную навигацию.
- Пользовательский ассистент является опционально функцией, пользователь может пользоваться платформой как классическим агрегатором для поиска отдельных услуг или продуктов в соответствующих Директориях, тем не менее мы видим историю взаимодействия и используем в обучении ИИ-модели для будущей персонализации

- Архитектура: RAG + LLM, интеграция с контентной и объектной базой платформы (статьи, карточки специалистов, мероприятия, программы, витрина)
- Технологическая новизна: контекстная маршрутизация запросов + динамическое сопоставление профиля пользователя с агрегированными данными платформы (поведение, история, метрики)
- Сценарии пользовательского ИИ-ассистента (главный фокус):
  - определение релевантного решения запроса / маршрута
  - подбор продуктов/программ/мероприятий/локаций внутри контура платформы,
  - рекомендации продуктов с переходом на карточки и сайты партнёров,
  - пост-сопровождение после консультации контентом/событиями
- Сценарий ассистента для Специалиста (дополнительно): поддержка специалиста: контекст клиента, анализа истории взаимодействия с пользователем

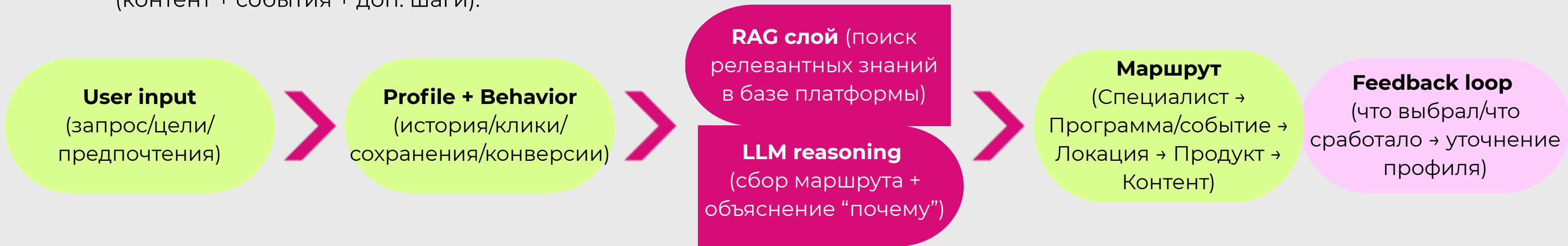
# ИИ-ассистент BIOSFERA: “контекстная маршрутизация” пользователя по экосистеме

**Вход:** запрос пользователя + профиль (цели/предпочтения) + поведение + история взаимодействий.

**База знаний** (внутри экосистемы): статьи ВЮБлога, экспертные материалы, карточки специалистов/партнёров, мероприятия, программы, локации восстановления.

**Обработка:** ассистент формирует персональный маршрут и “следующий лучший шаг” (Next Best Action) в рамках платформы.

**Выход:** рекомендации по: подбору специалиста, программам/мероприятиям/клиникам и wellness-центрам, продуктам (в т.ч. wellness-товары/БАДы) с переходом на карточки/партнёров, пост-сопровождению после консультации (контент + события + доп. шаги).



**Контроль безопасности:**

ИИ не диагностирует и не принимает финальных решений — только навигационные/аналитические рекомендации для поддержки и вовлечения пользователя

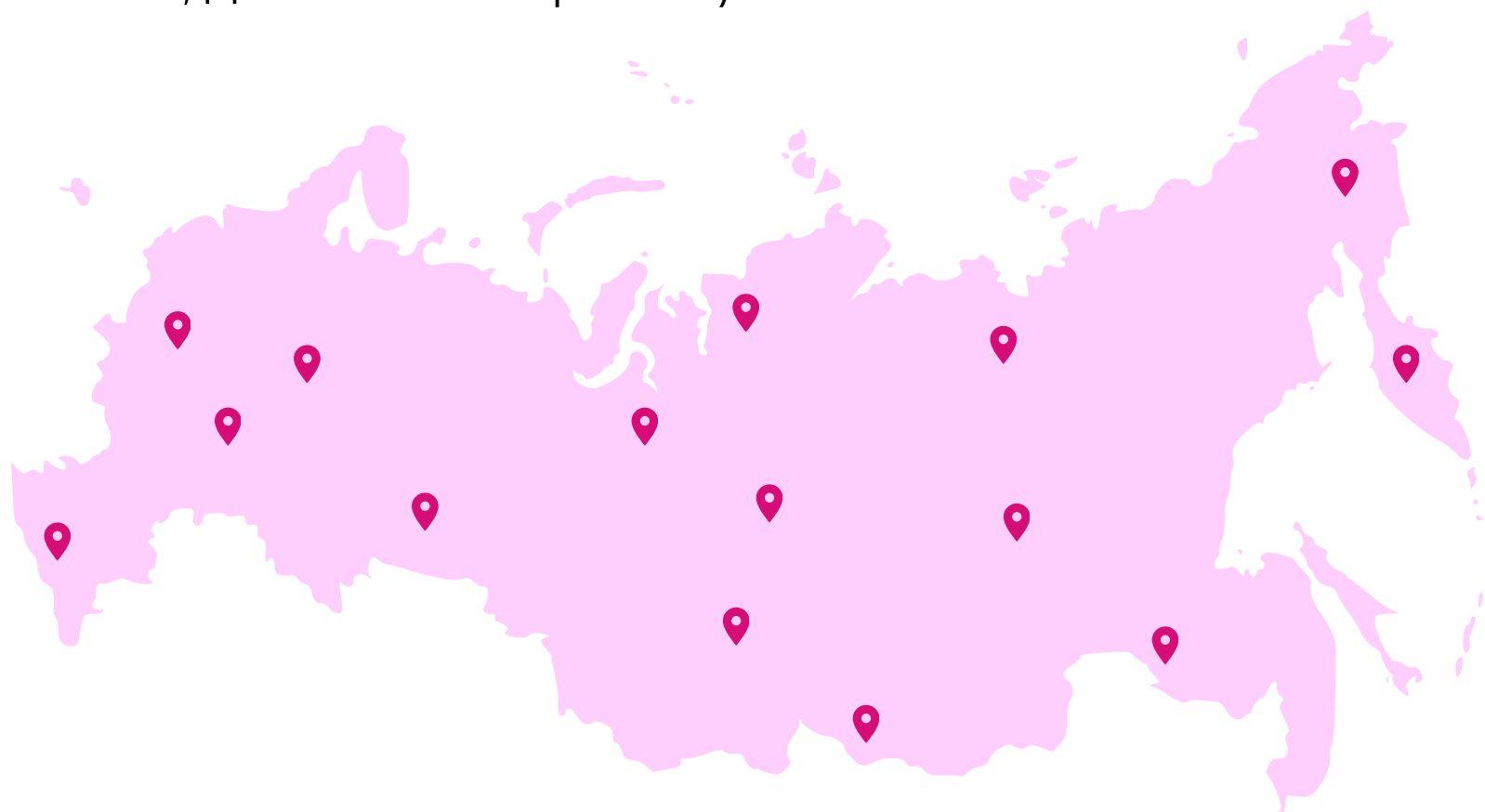
# Конкурентный анализ / сравнение с аналогами

Критерий	Универсальные каталоги услуг (Avito/Profi)	Афиша (проф.сайты, event-агр-ры)	Контент-платформы (Дзен, соц.сети)	Мед. агрегаторы (DocDoc/ ПроДокторов)	BIOSFERA.one
Закрывает проблему “маршрута” целиком (эксперт → программа → продукт → событие → локация → контент)	✗ (только поиск специалиста)	✗ (только события)	✗ (только контент)	✗ (в основном запись/врачи)	✓ единая экосистема 4+ директорий
Вертикальная специализация wellness/нутрициология/anti-age	низкая	низкая	низкая	средняя (медицина шире wellness)	высокая (фокус wellness вместо универсальности)
Единая точка входа “в одном месте”	частично	✗	✗	частично	✓
Персональный маршрут + удержание (lifetime-подход)	✗	✗	✗	ограниченно	✓ (долгосрочное вовлечение как принцип)
Готовность к внедрению интеллектуальных сервисов (ИИ-слой)	низкая/общая	низкая	средняя (контент-алгоритмы)	средняя	✓ поэтапное внедрение интеллектуальных инструментов
Польза для B2B/B2P: монетизация и инфраструктура роста	средняя	низкая	зависит	средняя	✓ гибкая монетизация (карточки/лиды/подписки) + экосистема

Сегодня профилактику собирают вручную из 4-7 разных сервисов.  
**BIOSFERA.one** — первый “маршрутный” агрегатор wellness в одном окне.

# РЫНОК

Россия входит в топ-15 крупнейших wellness-рынков: \$110 млрд в 2024 (оценка GWI, данные по странам).



**B2C** (основная аудитория): Возраст 18–55, активные пользователи цифровых сервисов, интерес к качеству жизни/профилактике; вход через контент/события/маршруты.

**B2P** (эксперты): Нутрициологи/диетологи/wellness-специалисты, работающие онлайн и офлайн; потребность в инфраструктуре лидов и сопровождения.

**B2B** (организации/партнёры): клиники превентивной медицины, лаборатории, wellness-центры и проекты; Бренды и производители wellness-товаров (в т.ч. БАД), которым важны доступ к ЦА и прозрачные цифровые каналы

## Total Available Market (TAM)

**564 млн руб \* (без БАД)**

B2C ядро пользователей: 3% взрослого населения РФ = 3,4–3,5 млн человек (как “ядро пользовательского TAM”).

B2P специалисты: ~12 000 уникальных специалистов;

**TAM B2P ≈ 564 млн руб./год (bottom-up расчёт).**

B2B организации: по ОКВЭД 86.90.9 около 5 000 организаций (клиники превентивной медицины, wellness/detox центры, лаборатории/чекапы, и др.).

Объем товарного рынка БАД 2024 год: 167,7 млрд руб.  
прогноз к 2026 году: 279 млрд руб. (онлайн продажи 55%)

## Serviceable Available Market (SAM)

**200 млн руб./год**

SAM (B2P, год) = 2 400 × 3 920 × 12 = 112 млн руб./год

SAM (B2B CPA, год) = 15 × 100 × 2000 × 12 = 30 млн руб./год

SAM (медиа) = 10 млн руб./год

SAM (БАД) = 5000 × 800 руб. × 12 = 48 млн руб./год  
(консервативно)

## Serviceable Obtainable Market (SOM)

**49,1 млн руб./год**

БАД и листинг SKU — относительно небольшая, но быстро масштабируемая часть дохода, которая может увеличиваться с ростом ассортимента и числа производителей.

# Целевая аудитория

**Боли:**

- Нет “единого маршрута” → поиск в 4–6 разрозненных каналах (эксперт/товары/события/места/контент)
- Ошибки выбора, инфошум, разрыв между консультацией и закреплением привычек
- Нельзя гарантировать последовательность: “разовый интерес” не превращается в регулярную профилактику

**Боли:**

- Размазывание усилий по каналам привлечения (нет профильной вертикальной инфраструктуры)
- Качество контакта падает: приходят “случайные” заявки без контекста/истории
- Нет прогнозируемого потока лидов и повторных касаний после консультации



**Боли:**

- Размазывание усилий по каналам привлечения аудитории
- Отсутствие единого поля для коммуникации с участниками рынка и заинтересованной аудиторией

**Боли:**

- Отсутствие централизованного канала “под запрос” → дорогой/длинный путь привлечения
- Сложно объяснить ценность и собрать доверие без сопровождения и контента
- Непредсказуемая загрузка и ROI маркетинга: нет связки “интерес → маршрут → действие”

# Ценность решения для ЦА

Проект BIOSFERA ориентирован на несколько ключевых целевых групп, объединённых общим запросом на осознанный, превентивный и lifestyle-ориентированный подход к здоровью и развитие в этой сфере

Сегмент целевая аудитория	Ценность проекта для данного сегмента:
Население (B2C)	Платформа предоставляет удобный, понятный, доступный и безопасный способ поиска и выбора решений сфере профилактики и wellness. А также через контент, события, ИИ-маршруты и экосистемные сценарии BIOSFERA помогает пользователям органично интегрировать заботу о здоровье в повседневную жизнь.
Экспертное сообщество	BIOSFERA предоставляет экспертам платформу для профессионального роста, взаимодействия с аудиторией и участия в социально значимых программах совместно с партнерами других категорий. <i>Директории: Специалисты и ВЛОБлог, а также директория Витрина для цифровых авторских продуктов. Также Афиша для поиска и участия в отраслевых мероприятиях</i>
НКО, образовательные и медиа-проекты	Платформа выступает инфо-партнером и цифровым усилителем социальных инициатив, повышая охват, вовлечённость и устойчивость эффекта. <i>Директории Афиша, ВЛОБлог, а также директория Витрина для размещения образовательных программ и программ профессиональной подготовки</i>
Бизнес и организации	BIOSFERA снижает фрагментацию рынка и позволяет партнёрам интегрироваться в единую экосистему превентивного здоровья, а также развивать коллаборации с другими партнерами и научным сообществом внутри платформы. <i>Директории Витрина, Афиша, ВЛОБлог</i>

# Эффект для рынка

## 1 Навигационная инфраструктура превентивного здоровья

BIOSFERA формирует единый навигационный слой, позволяющий пользователю начать профилактику до возникновения проблем, а не в реактивном сценарии.

Платформа:

- структурирует экспертов и форматы помощи по целям и lifestyle-запросам;
- снижает барьер входа в профилактические практики;
- помогает пользователю осознанно выстраивать персональный маршрут заботы о здоровье.

## 2 Экосистема взаимодействия экспертов, бизнеса и аудитории

BIOSFERA выступает как единое цифровое пространство, где:

- эксперты системно представляют свои услуги и программы;
- бренды и организации взаимодействуют с целевой аудиторией прозрачно и измеримо;
- пользователи получают доступ к решениям в логике экосистемы, а не отдельных предложений.

Это создаёт устойчивую модель сотрудничества и снижает фрагментированность рынка.

# Эффект для рынка

## 3 Интеграция офлайн-среды через директорию «Локации» и «Афиша»

Для формирования реальных поведенческих изменений цифровые сценарии дополняются офлайн-вовлечением.

В рамках BIOSFERA развиваются:

- директория wellness-локаций (клиники, центры, места для здорового отдыха и восстановления);
- Афиша мероприятий — образовательные, социальные и профессиональные события в сфере нутрициологии, профилактики и ЗОЖ.
- Офлайн-активности становятся частью единого пользовательского маршрута, а не разовыми событиями.

## 4 Цифровая среда для системной работы специалистов

BIOSFERA предоставляет экспертам платформенную среду для:

- структурированной работы с запросами пользователей;
- повышения уровня персонализации и непрерывности сопровождения;
- масштабирования практики без потери качества.

Это способствует профессионализации рынка и повышению качества превентивных решений.

# Эффект для рынка

## 5 Lifestyle-ориентированная модель вовлечения

Проект в том числе ориентирован на современные цифровые аудитории, для которых забота о здоровье — это: часть идентичности, элемент образа жизни, долгосрочная привычка, а не медицинская реакция.

Через контент, события, маршруты и экосистемные сценарии BIOSFERA встраивает профилактику в повседневную жизнь пользователя и удерживает его на протяжении длительного времени

Таким образом, BIOSFERA переводит профилактику здоровья:

- из разрозненных действий — в системную практику;
- из реактивной модели — в превентивную;
- из индивидуального выбора — в масштабируемую общественную инфраструктуру.

**Платформа направлена на формирование и развитие культуры превентивного и lifestyle-ориентированного подхода к здоровью за счет органичного вовлечения и долгосрочное сопровождение пользователей, и объединения экспертов и организаций в единую экосистему.**

# Результаты и показатели

## Количественные показатели (планируемые)

### В течение первого года реализации проекта планируется:

- не менее 250 тыс. зарегистрированных пользователей платформы;
- подключение не менее 2 500+ экспертов в сфере wellness и профилактики;
- подключение не менее 250+ компаний и организаций в сфере wellness и профилактики, представляющие свои продукты и услуги;
- размещение не менее 25+ мероприятий в директории «Афиша»;
- достижение показателей удержания пользователей (Retention D90) на уровне не ниже 30–35 %;
- формирование устойчивого положительного операционного денежного потока.

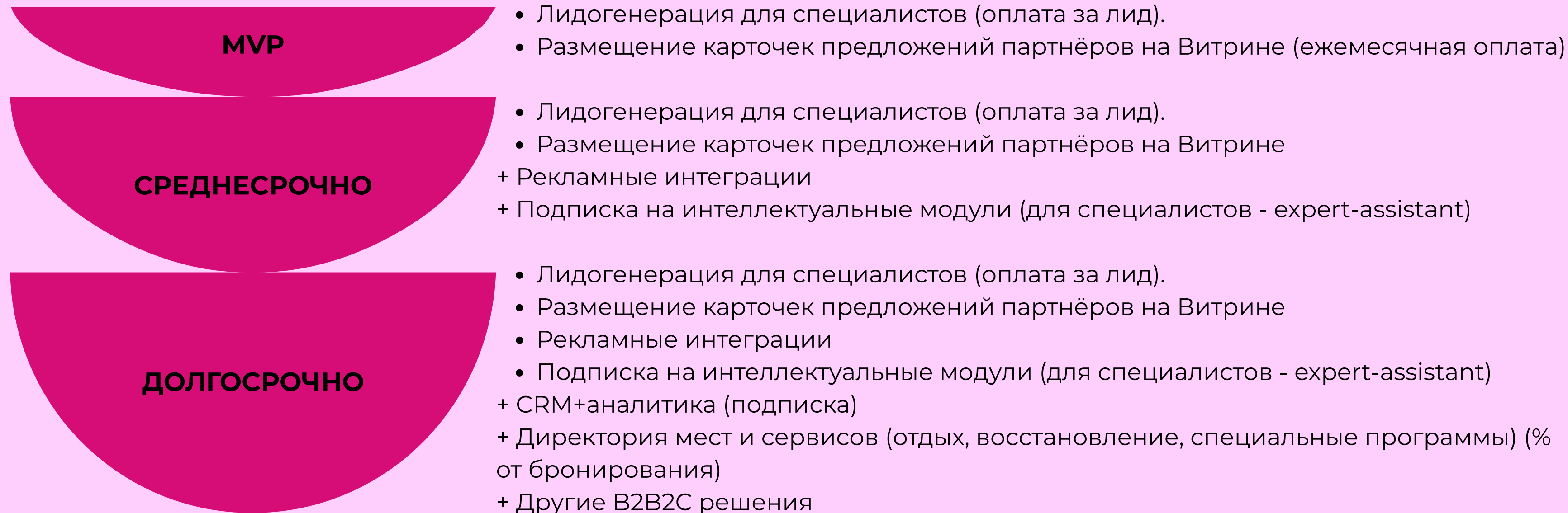
### В среднесрочной и долгосрочной перспективе проект обеспечит:

- масштабирование платформы на Всероссийском уровне;
- рост доли повторных пользовательских сценариев;
- формирование устойчивой цифровой инфраструктуры превентивного здоровья, которая предлагает мультимедийное взаимодействие с населением, направленное на популяризацию ЗОЖ;
- рост многообразия решений и продуктов представленных на платформе
- долгосрочный социальный и экономический эффект без линейного роста затрат.

**Результатом станет функционирующая и масштабируемая цифровая экосистема, обеспечивающая переход от разрозненных wellness-инициатив к устойчивой культуре превентивного здоровья и осознанного образа жизни в России**

# Бизнес-модель / Коммерциализация

**Поэтапная монетизация:** сначала инфраструктура и трафик → затем умные AI-модули:



# Реализация проекта

**01 (завершен)**

**02 (сейчас)**

**03 (2026г)**

**04 (2027г)**

**05 >>>**

**Идея**

**Исследование и план**

**Создание команды**

**Разработка MVP**

**Запуск и доработка MVP**

(проверка ключевых пользовательских сценариев, наполнение платформы, подключение первых экспертов и партнёров  
настройка системы аналитики внутри платформы)

**Привлечение инвестиций**

**Подготовка к лончу  
Выход на рынок (Лонч)**

**Обратная связь от рынка**

**Валидация и развитие продукта**  
подтверждение product-market fit;

улучшение пользовательских маршрутов;  
масштабное расширение экспертного и партнёрского пула  
внедрение усиленного функционала для взаимодействия специалистов, поставщиков предложений и услуг с пользователями (чаты, рекомендательные технологии и др.).

усиление функционала в директории Витрина\*

**Расширение команды**

**Масштабирование и партнёрские интеграции**

расширение географии и аудиторий;  
внедрение умных ИИ-ассистентов и инструментов  
развитие новых B2B-направлений; и развитие совместных программ лояльности  
подготовка платформы к масштабированию.

*выход в офлайн (собственная большая конференция для сообщества)\**

**Всестороннее развитие проекта**

# Поддержка

Для успешной реализации и масштабирования проекта BIOSFERA требуется комплексная поддержка, направленная на ускорение технологического развития, усиление социального эффекта и расширение партнёрской экосистемы

**1. Экспертная и научная поддержка** >> методологическая экспертиза, участие профильных экспертов в развитии инструментария внутри платформы, совместные исследования и аналитика социального эффекта проекта.

**2. Информационное и медиа-партнёрство** >> расширения охвата социально значимых инициатив; повышения доверия к платформе; усиление многообразия событий и программ, представленных в директории Афиша для населения и специалистов

**3. Партнёрская инфраструктурная поддержка** >> для развития директории «Витрина» в формат полноценного маркетплейса с товарами для здоровья и долголетия проект заинтересован в сотрудничестве с партнёрами, обладающими логистической и операционной инфраструктурой, включая:

>> решения для доставки;

>> интеграцию онлайн- и офлайн-каналов;

>> пилотные проекты с федеральными и региональными партнёрами.

**Здесь мы бы хотели отдельно отметить заинтересованность в партнерстве с ТК Пятерочка**



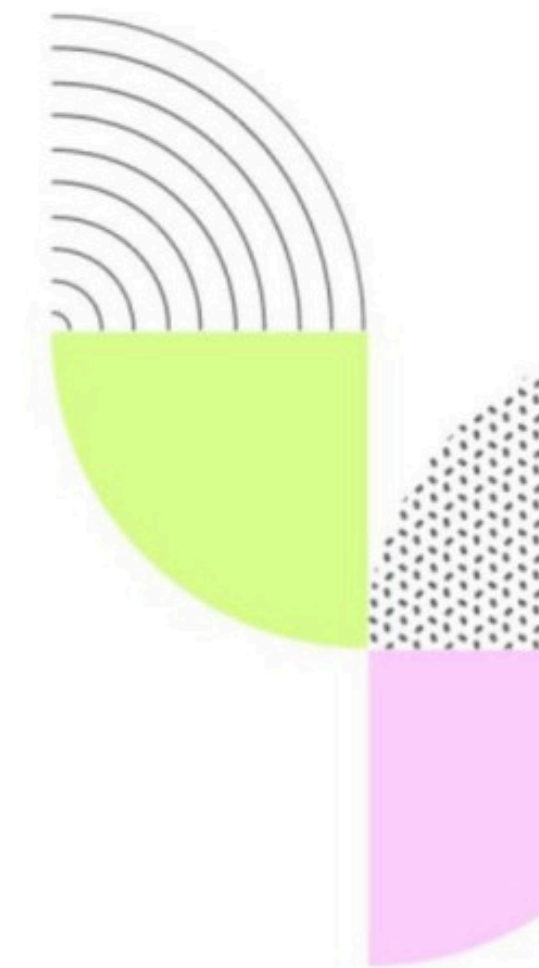
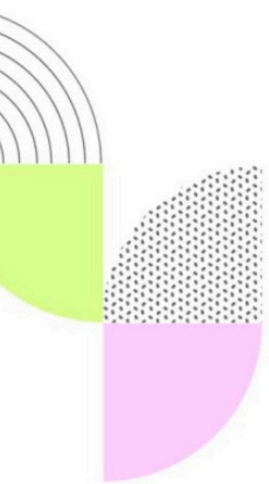
**4. Институциональная поддержка и акселерация** >> интеграции в федеральные и региональные инициативы и мероприятия в сфере здоровья и качества жизни, GR- и партнёрских коммуникаций;

**5. Финансовая поддержка** >> развития продуктовой и технологической части платформы и доработки аналитических и персонализированных инструментов (в том числе AI-модулей);

*Финансирование рассматривается как инструмент ускорения, а не как источник операционного выживания проекта.*

**BIOSFERA** — это проект, направленный не только на развитие цифрового сервиса, но и на **формирование новой культуры отношения к здоровью**, в которой профилактика становится доступной, понятной и естественной частью жизни человека.

Социальная ценность проекта заключается в его способности объединить участников рынка, снизить барьеры входа в здоровые практики и создать масштабируемую инфраструктуру, способствующую **укреплению здоровья населения в долгосрочной перспективе**.



# Спасибо

*Мы верим, что реализация данного проекта имеет социально-общественную значимость для страны: способствует развитию культуры осознанной заботе о здоровье и долголетия граждан, а также помогает индустрии двигаться вперед!*

**Связаться с командой проекта:**

 Анастасия Галанина | [a.galanina87@gmail.com](mailto:a.galanina87@gmail.com)

 +79302484176

 [www.biosfera.one](http://www.biosfera.one)