



NotFound

Актуальность проекта

Сейчас эпоха самовыражения. Молодые люди ищут яркие, неординарные вещи, которые будут им по душе. Наши товары удобны для использования в повседневной жизни. Рынок постоянно развивается, и с каждым днем многое меняется: мода, стиль, утрачивается или приобретает актуальность тех или иных вещей, дизайнов и т.д. Поэтому мы даем возможность нашим покупателям создавать свой стиль, который будет для них актуален вне тенденций моды.



Проблема, которую решает проект

Мы выделяем три основные проблемы наших покупателей:

1. Отсутствие разнообразия на рынке ;
2. Скучные вещи и аксессуары;
3. Несоответствие цены и качества.

Покупатель сам решает, вещь с каким дизайном ему носить, придумывая свой уникальный принт. Также наш бренд имеет возможность расписывать вещи специальными красками на заказ, что означает, что вещи будут уникальны и в единственном экземпляре. И мы не продаем вещи с завышением цены. Качество равно цене.

Итоги **Customer Discovery**

Рынок – это поле конкуренции. Важно быть не таким как «все», и тогда конкуренция будет на минимуме. Также рынок развивается, и делает это очень быстро.

Мы познакомились с большим количеством людей, которые являются нашими потенциальными клиентами, поставщиками и многими полезными для нас связями.



Ценностное предложение

- Наша команда недолго думала над тем, что станет нашим продуктом, нашим трудом. Мы знаем, что каждый человек достоин быть замеченным, каждая личность достойна получить то, количество внимания, которого она хочет. Выделяться нам помогает одежда и аксессуары.
- Фишка нашего проекта в том, чтобы вдохновлять и создавать. Каждый человек, который посчитает, что в его жизни не хватает чего-то своего, особенного, напишет нам. В свою очередь, мы сделаем для него именно то, что он представляет в своей голове.
- Концепт нашего бренда –внести в жизнь красок, вызывать у людей только положительные, сильные эмоции и разбавлять «серую общественную массу» молодыми и яркими людьми, ГОТОВЫМИ ТВОРИТЬ И СОЗДАВАТЬ.

Анализ емкости рынка

- В наше время спрос на подобные товары довольно высок. Наши товары можно охарактеризовать, как вещи-изюминки, которые смогут дополнить самый скучный образ, придавая ему яркость.
- Целевая аудитория – люди от 14 до 24 лет.
- У нас нет географических границ, товары востребованы всеми в любой точке страны, а может и мира.

Бизнес-модель

<p>ПРОБЛЕМА 1</p> <p>1. Отсутствие разнообразия; 2. Скучные вещи и аксессуары; 3. Высокая цена за вещи нормального и хорошего качества.</p>	<p>РЕШЕНИЕ 4</p> <p>1. Покупатель сам решает - вещи с каким дизайном ему носить. 2. Роспись вещей специальными красками вручную. 3. Цена=качество.</p>	<p>УНИКАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ 3</p> <p>Уникальные принты на заказ за приемлемую цену. Возможность создавать.</p>	<p>НЕДОСЯГАЕМОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО 9</p> <p>Индивидуальный дизайн, ручная работа, вещи в единственном экземпляре.</p>	<p>СЕГМЕНТ ПОКУПАТЕЛЕЙ 2</p> <p>Молодые и яркие люди от 14 до 24 лет.</p>
<p>КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ 8</p> <p>Количество заказов в неделю/месяц, а также статистика запросов и заказов.</p>		<p>КАНАЛЫ СБЫТА 5</p> <p>Интернет-магазин в ВКонтакте, а также в Instagram</p>		
<p>СТРУКТУРА РАСХОДОВ 7</p> <p>1. Сырьё; 2. Печать; 3. Наёмный труд; 4. Реклама.</p>		<p>ИСТОЧНИКИ ПРИБЫЛИ 6</p> <p>Продажа товаров + доставка</p>		

Клиентские сегменты проекта

Наш проект нацелен на молодых людей, для которых вещь не просто тряпка, а что-то особенное, что можно надеть с гордостью, с помощью вещи «похвастаться» собственным вкусом или создать сногшибательный образ. Наша целевая аудитория – люди от 14 до 24 лет.



Команда **NotFound**

- Ульяна Шмакова – лидер команды. Контролирует процесс развития бренда. Занимается квестами и еженедельными заданиями. Также ответственная за презентации и многое другое.
- Олеся Ардельянова – анализатор. Занимается постами в социальных сетях.
- Роман Нерсисян – дизайнер и художник.
- Кирилл Кужекин – дизайнер, отвечает за создание сайта.