

# HEALTHY LIFE

СОСТАВ:

1) ВОБЛИКОВА АЛЕКСАНДРА (2 КУРС, ФГП)

2) АБРАМОВ ВАЛЕНТИН (1 КУРС, ВМК)

3) АКОСТЕЛОВ ИВАН (2 КУРС, ФФФХИ)

4) БЕСХМЕЛЬНЫЙ ВАЛЕРИЙ (5 КУРС, ФКИ)

5) ДЕРЕВНИНА ДАРЬЯ (1 КУРС, ФФМ)

6) КОВАЛЕВ ГРИГОРИЙ (1 КУРС, ВМК)

7) ЛУНДИНА СВЕТЛАНА (1 КУРС, ФФМ)

---

8) МИНЯЧЕВА ДИЛЯРА (1 КУРС МАГИСТРАТУРЫ, ЮРФАК)

9) СТЕПАНЧЕНКО ДАНИИЛ (1 КУРС, ФФМ)

10) СТЕПАНОВНА СЮЗАННА (1 КУРС МАГИСТРАТУРЫ, ЮРФАК)

11) УЛИТКИНА КСЕНИЯ (3 КУРС, МЕХМАТ)

03.02.2021

# Наши гипотезы

Формулировка гипотезы	Подтвердилась ли в ходе глубинных интервью?
1. Люди думают, что в продуктовых магазинах невозможно купить качественную продукцию	+ -
2. Люди осознают влияние еды на организм, поэтому готовы платить за качественную еду	+
3. Если человек попробует фермерскую продукцию, то он перестанет покупать аналогичные продукты в супермаркетах	+ -
4. Фермерам трудно найти клиентов	+
5. Нет общедоступных маркетплейсов или других площадок для размещения продукции	+

# Инсайты по итогам интервью (интересные замечания)

---

В последнее время все больше людей начинают интересоваться экологически чистыми продуктами

В основном клиенты хотят фото подтверждение того, что продукция соответствует своему описанию

# Наш клиент 1

Имя: Сергей

---

Возраст: 46

Род занятий: фермер

Его цель в выбранной вами сфере: продать свои продукты

Его поведение в выбранной вами сфере: ищет партнеров в лице оптовиков, пищевых предприятий и продает им товар

Его мотивация: заработок

Его страхи: партнер расторгнет контракт, партнер потребует продавать продукцию по более низкой цене, сложно найти партнера

Чем пользуется сейчас: оптовые базы\пищевые предприятия\рынок

В чем недостатки текущего товара: высокий процент идет в карман посредникам, не формируется связь с потребителем (фидбэк), нет возможности расширять клиентскую базу

# Наш клиент

## 2

Имя: Мария

---

Возраст: 28

Род занятий: Менеджер среднего звена

Его цель в выбранной вами сфере: купить экологически чистые продукты

Его поведение в выбранной вами сфере: покупает продукты у знакомых, выращивает своё на даче, иногда ходит на рынок или в дорогие магазины здорового питания

Его мотивация: здоровье

Его страхи: купить продукт сомнительного происхождения

Чем пользуется сейчас: Вкусвилл\рынок\знакомые

В чем недостатки текущего продукта: дорого, малый ассортимент, не всегда ясный источник происхождения

# How might we – формулируем постановку задачи

---

Как мы можем помочь людям купить хорошие продукты с помощью интернет-платформы?

# Формулировка нашего ценностного предложения

---

Мы делаем сервис, который помогает фермерам продавать свою продукцию, но при этом не платить посреднику, при помощи интернет-магазина и дает не терять определенный процент прибыли

# Формулировка нашего ценностного предложения

---

Мы делаем сервис, который помогает людям, интересующихся в здоровом питании, находить наиболее подходящий продукт под их тип питания, при помощи интернет-магазина и дает более широкий выбор продукции, чем в магазинах



# PRODUCT EVOLUTION CANVAS | FEATURE EVOLUTION TRACKS

