### HEALTHY LIFE

#### COCTAB:

- 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 (1КУРС, ФФМ)
- 6)КОВАЛЕВ ГРИГОРИЙ (1 КУРС, ВМК)
- 7) ЛУНДИНА СВЕТЛАНА (1 КУРС, ФФМ)
- 8)МИНЯЧЕВА ДИЛЯРА (1КУРС МАГИСТРАТУРЫ, ЮРФАК)
- 9) СТЕПАНЧЕНКО ДАНИИЛ (1 КУРС, ФФМ)
- 10)СТЕПАНОВНА СЮЗАННА ( 1КУРС 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 попробуют 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 проудкцию 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 посреднкиам, 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 интернетплатформы?

## 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 интернетмагазина и дает более широкий выбор продукции, чем в магазинах

#### **PRODUCT EVOLUTION CANVAS | FEATURE EVOLUTION TRACKS**

