

Аукенов Акан

«Бетельгейзер»

Романкова Ольга

Лиза Малумян

Фёдор Сергеев

Алина Нечаева

Анастасия Толстова

Дарья Рожкова

Барият Меджидова

Акан Аукенов

Кирилл Уянгулов

Луиза Магомаева

10 марта 2021

Наши гипотезы

Формулировка гипотезы	Подтвердилась ли в ходе глубинных интервью?
В разных аптеках на лекарствах разные цены. Люди покупают лекарства по более высокой цене в одной аптеке, когда есть дешевле в другой	да
Люди часто пользуются сайтами агрегатами	нет
Люди не ищут цены лекарственных средств перед походом в аптеку	да
Люди не знают более дешевых аналогов	нет
Люди часто покупают дорогостоящий аналог, когда можно купить более дешевый препарат, но с таким же составом лекарств	да

Инсайты по итогам интервью (интересные замечания)

- Мы опросили более 20 человек и каждый из них не пользуется сайтами агрегатами.
- И никто не сравнивает цены лекарственных средств. Многие идут в аптеку не запланировано, то есть им либо звонит родитель и говорит какие лекарства взять или у человека возникла боль и ему неважно сколько стоит, главное чтобы быстро купить лекарство. Причем покупаются в таком состоянии более дорогие аналоги более дешевых препаратов. У людей просто нет времени, чтобы сравнить цены или погуглить дешевые аналоги

Наш клиент

Имя: Олеся

Возраст: 25

Род занятий: домохозяйка с детьми

Её цель в выбранной вами сфере: сэкономить на лекарствах, поиск наличий лекарственных средств в аптеке

Её поведение в выбранной вами сфере: поиск лекарственных средств по многочисленным сайтам, прозванивает многим аптекам в поисках наличия лекарств

Его мотивация: не хватает денег на еду, поиск дешевых аналогов

Его страхи: не постоянство лекарственного рынка,

Чем пользуется сейчас: eapteka.ru, stolichki.ru, здоров.ру, диалог.ру, планета з

В чем недостатки текущего продукта: невозможно дозвониться, долго грузит сайт, часто с ошибками,

К кому прислушивается: к подругам, фармацевтам в аптеке

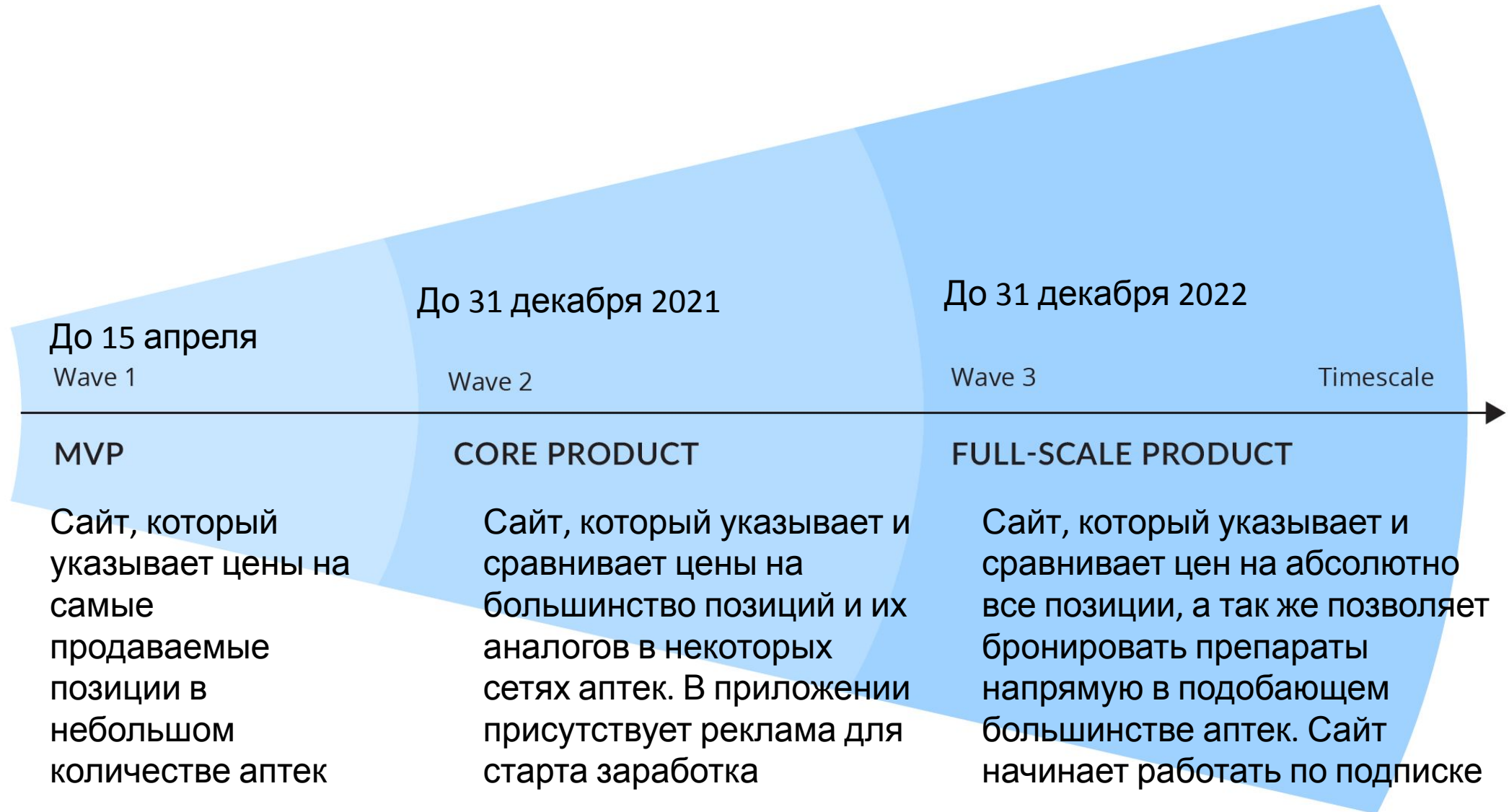
How might we – формулируем постановку задачи

Как мы можем помочь людям сделать сравнительный анализ лекарственных средств проще с помощью нашего сайта?

Формулировка нашего ценностного предложения

Мы делаем сайт «Клевер», который помогает людям разного поколения, нуждающегося в медикаментах и выбрать лекарство по наиболее выгодной цене. В базе данных храниться и постоянно обновляется информация о ценах на препараты в различных аптеках. Наш сайт отображает цены на препарат, который пользователь запрашивает в строке поиска, на интерактивной карте, позволяя сравнивать цены и находить самое выгодное предложение в шаговой доступности. Цены на один и тот же препарат в различных торговых точках могут отличаться в несколько раз- с нашим решением забота о здоровье становится как минимум на 50% выгоднее.

PRODUCT EVOLUTION CANVAS | FEATURE EVOLUTION TRACKS



Анализ рынка для проекта «Бетельгейзер» по модели РАМ-ТАМ-SAM-SOM

команда «Бетельгейзер»

содержание

- Модель PAM
- Модель TAM
- Модель SAM
- Модель SOM
- Оценка какой из сегментов более интересен и перспективен для нашего проекта

Модель РАМ

Nielsen опубликовала исследование «Поведение покупателей в аптеках», проведенное в ноябре 2018 г.

Как следует из отчета, лекарства в интернете в прошлом году заказывали 42% респондентов против 32% в 2016 г. За последние четыре месяца покупку онлайн совершал каждый третий (33%) участник исследования.

Стремление потребителей найти наиболее выгодные предложения стало одной из причин активного роста популярности онлайн-аптек, в которых цены на лекарства зачастую ниже, чем в традиционных. Более половины (55%) респондентов признались, что пользуются услугами онлайн-аптек именно по этой причине. Также 91% покупателей отметили возможность сделать покупку в любое удобное время.

Тем не менее, отсутствие доставки на дом отталкивает от покупки 56% опрошенных. 55% заявили, что барьером к покупке является длительность доставки заказа в пункт выдачи, 53% — риск приобрести нелегальную продукцию.

Найти выгодные предложения стараются почти две трети (60%) опрошенных. Чтобы сэкономить на лекарствах, они используют несколько стратегий: 85% респондентов ищут аптеки с наиболее привлекательными ценами, 29% покупают лекарства в аптеках со скидками по программам лояльности, 28% стараются купить лекарства по промоакциям.

<https://adindex.ru/news/researches/2019/02/18/269972.phtml>

Модель ТАМ

По последней статистике исследования холдинга «Ромир» на тему онлайн-покупки лекарственных препаратов, датированной 2 сентября 2020 года, выяснилось, что 47 % россиян не покупают лекарства онлайн. 31% покупают, но очень редко. 13% покупают онлайн. Оставшиеся 10% даже не знакомы с такой возможностью.

В итоге получается, что 87% россиян покупают офлайн, 13 % - онлайн

<https://www.retail.ru/news/47-rossiyan-ne-pokupayut-lekarstva-onlayn-i-prodolzhayut-khodit-v-apteki-2-sentyabrya-2020-197339/>

Модель SAM

Сколько раз Россияне заказывают в аптеках?

- Чаще всего российские граждане приобретают лекарства примерно раз в месяц - 38%.
- Два-три раза в месяц ходят в аптеку - 17%.
- Раз в два-три месяца — 12%.
- Несколько раз в неделю дают покупки лекарственных средств - 5%.
- Примерно раз в неделю — 9%.
- Раз в полгода — 8%.
- Раз в год или реже — 4%.
- Совсем не покупают лекарства — 2%.

https://news.rambler.ru/sociology/44877527-zhiteli-rf-rasskazali-kak-chasto-pokupayut-lekarstva/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

Модель SOM

По данным аналитической компании AlphaRM, в первом квартале 2020 года количество аптек в России выросло на 3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. На 1 апреля 2020 года в России работает 67 981 аптечное учреждение.

Самая высокая концентрация аптек на 10 тысяч человек наблюдается в Южном и Центральном и федеральных округах – 5,1 и 4,9 соответственно. Третье место делят ПФО и УФО, где насчитывается по 4,7 аптечных точек на 10 тысяч населения.

<https://top-rf.ru/business/259-rejting-aptechnykh-setej.html>

Оценка какой из сегментов более интересен и перспективен для нашего проекта

Поданным из статистики, нам следует в первое время развиваться в пределах Москвы из-за большого концентрата аптечных сетей.

Наши онлайн конкуренты захватили примерно 48% от общего числа людей, которые заказывают в онлайн аптеках, что даёт нам на старте примерно 15% шанс того, что нас заметят другие покупатели. И Всё же мы пока можем открыться только как сайт и в первую очередь занести в базу аптеки Западного и Восточного округа Москвы, что позволит нам завладеть небольшим преимуществом, так как в тех округах меньше крупных аптечных пунктов

**Ближкие к вашему
проекту, патент или
свидетельство**

команда «Бетельгейзер»

ГОСЗНАКИ

Для нашего проекта поиск патентов и свидетельств не актуален, так как мы не собираемся создавать ИС. У нас будет сайт, где будет содержаться информация об лекарственных средствах в аптеках Москвы. Мы начали искать Госзнаки и решили посмотреть сколько отдельных организаций существует по Москве:

Существует всего 133 аптеки, в том числе их сайты

Из них 108 активны и могут сейчас совершать свою деятельность

45 аптек находятся не в Москве

Результат:

63 независимые аптеки находятся в Москве. С ними в будущем нам придется сотрудничать.

<https://www1.fips.ru>

Структура затрат будет состоять из следующих элементов:

- Первоначальные затраты сосредоточены на разработке программного обеспечения. В него будет входить разработка и тестирование ПО на ПК и мобильные устройства. Также разработка на различные платформы.
- Для появления первых клиентов необходимо активные инвестиции в рекламу и раскрутку продукта. Реклама на площадках (YouTube, Google, Yandex и тп.). Также необходимо использовать наружные способы распространения информации о продукте (реклама на банерах, листовки, звуковая реклама). Также необходимо использовать знаменитых людей в сфере здравоохранения для предоставления своего продукта на использование его в реальных условиях. Предоставить на первых моментах привлекающую рекламу в приложении (бонусы за регистрации, скидочные карты и различные акции на подписки, корпоративные предложения, бонусы за дополнительный призыв знакомых и друзей в продукт).
- По поводу дистрибуции. Необходимо наладить связи с местными аптеками, для универсальности получения актуальной информации о своих товарах на нашей площадке, предложить аптекам акционные предложения. Попытаться наладить доставку, в связи с активным ростом доставок. На первых моментах предложить продавать товары по сниженной цене аптекам, покрывая нам разницу проданных товаров, по предоставлению актуальных данных.
- Далее необходимо привлечение инвестиций крупных предпринимателей.