

# ZeroStonks

Участники команды: Спиридонов Никита,  
Курлыкин Артём, Яковлева Анастасия,  
Кравченко Тихон, Шипилова Эрика, Дымова  
Ирина, Притугин Михаил, Белашов Егор,  
Поздняков Григорий, Дубяга Елена

# Наши гипотезы

Формулировка гипотезы	Подтвердилась ли в ходе глубинных интервью?
1. Платформу будут использовать преимущественно люди от 15 до 25 лет.	Предварительно подтверждается, но будет также полезно и более старшему поколению
2. Любой человек, любящий проводить досуг в интересных местах(кафе, бары и тд) иногда сталкивается с незнанием куда ему пойти.	Подтверждается, однако ключевое слово «иногда»
3. На поиск интересных мест уходит много времени и сил	Подтверждается
4. Баллы, бонусы акции будут привлекать новых пользователей	Подтверждается, однозначное «да»
5. Поиск интересных мест и людей актуален в любом возрасте	Подтверждается, но исходя из личного опыта
6*. Будет полезным создание отдельных комнат для общения и планирования совместного проведения досуга.	Создание отдельных комнат будет менее полезным, чем сами маршруты. Необходимо больше данных и тестов
7*. Будет пользоваться спросом функция по поиску чилмейтов	Будет пользоваться спросом, но не часто (недостаток свободного времени, наличие компании)
8*. Большинство пользователей не захочет платить деньги, чтобы отключить рекламу в нашем приложении	Подтверждается, респонденты предпочитают отключение интернета и т.п.

# Инсайды по итогам интервью (интересны е замечания)

1. Самое важное в приложении – это понятный и простой интерфейс, а также приятный и эстетичный дизайн, приложение не должно занимать много времени, чтобы с ним разобраться.

2. Респондент предпочитает отключить интернет, чтобы избавиться от рекламы, которая вызывает у него крайне отрицательные эмоции, чем купить платную версию без рекламы.

3. Предварительно респонденты не часто использовали бы функцию по поиску чилмейтов, в связи с малым количеством свободного времени и наличием компании друзей. Требуются доп. Исследования.

4. Самым часто используемым приложением, связанным с маршрутами, является 2ГИС, благодаря очень понятному интерфейсу, точному времени проложения маршрута, оценке и показателю среднего чека в кафе и ресторанах. Также используется сервис KudaGo для поиск мест проведения досуга в Москве.

5. Огромный плюс приложения Trip Advisor (+2 Gis) – возможность скачать карты и использовать их без интернета, а также наличие уникальных маршрутов и мест, которые сложно найти на других сайтах.

# Наш клиент

Имя **Мария, Иван, Яна**

Возраст **21 – 32 года**

Род занятий **студентка 5 курса, стажер**

**Его цель в выбранной вами сфере:** поиск новых и интересных маршрутов, получение бонусов, благодаря загрузке своих маршрутов (респондент знает их немало), в чуть меньшей степени поиск друзей по интересам для совместных прогулок.

**Его поведение в выбранной вами сфере:** любит путешествовать, поэтому часто пользуется подобными сервисами

**Его мотивация:** интерес попробовать что-то новое, посмотреть новые интересные места, затрачивать меньше времени на поиск маршрутов и организацию досуга

**Его страхи:** возможность потери интереса к данной активности с возрастом, неинформированность о действительно классных и интересных местах, о новых местах

**Чем пользуется сейчас:** Вконтакте, Телеграм, Инстаграм, Вотсап, Яндекс Карты, 2ГИС, KudaGo

**В чем недостатки текущего продукта:** нет удобного приложения по составлению и предложению маршрутов; неудобный интерфейс приложения TripAdvisor.

**К кому прислушивается:** сверстники, семья, знакомые и друзья, популярные блогеры, реклама

How might we  
—  
формулируем постановку задачи

Как мы можем помочь людям различных возрастных групп с активной жизненной позицией в поиске интересные мест для проведения досуга, прогулок по городу, организации знакомства и встреч с новыми людьми со схожими интересами с помощью доступной платформы с возможностью подбора интересных маршрутов из большой библиотеки, составляемой, как нами, так и самими пользователями, и созданием отдельных (приватных и общих) комнат для общения и планирования совместного досуга?

## Формулировка а нашего ценностного предложения

Мы создаем платформу Chill Map, которое помогает людям разных возрастных групп с активной жизненной позицией в **ситуации** поиска интересных мест для досуга и новых друзей для совместного времяпровождения в решение вопроса подбора проверенных интересных и популярных маршрутов по городу и организации встречи единомышленников, обладающими схожими интересами. Данная **проблема** решается при помощи использования библиотеки платформы с различными актуальными маршрутами, создаваемые, как нами, так и самими пользователями, а также организации отдельных частных и общих комнат для общения и планирования совместного проведения досуга. Приложение дает **выгоду через** минимизацию затрачиваемого времени на организацию досуга, помощь в поиске новых друзей и единомышленников, а также через возможность пользоваться, как различными бонусными программами нашей платформы, так и акциями и скидками в ресторанах, барах, музеях, выставках и т.д. наших партнеров.

**PAM**  
4,3 млрд. руб/мес

**TAM**  
95,3 млн руб/мес

**SAM**  
13,4 млн руб/мес

**SOM**  
1,011 млн  
руб/мес



## **Potential Available Market**

- 4,3 миллиарда людей со смартфонами
- В среднем одно скачивание приносит 1 руб в месяц
- $4,3 * 1 = 4,3$  миллиарда рублей в месяц



## **Total Available Market**

- 95,3 миллиона россиян со смартфонами
- В среднем одно скачивание приносит 1 руб в месяц
- $95,3 * 1 = 95,3$  миллиона рублей в месяц



## **Served Addressable Market**

- Доля развлечений и туризма на рынке мобильных приложений 8% и 6% соответственно
- $95,3 * (0,08 + 0,06) = 13,482$  миллиона в месяц



## **Share of the Market**

- 5-10 % пользователей воспользуется приложением
- В среднем прибыль - 1,011 миллионов в месяц

<p style="text-align: center;"><b>Ценность:</b></p> <p>На поиск интересных мест теперь <b>не уходит</b> много времени и сил.</p> <p style="text-align: center;">Отдых теперь <b>максимально</b> эффективен</p>	<p><b>Нечестные преимущества:</b></p> <p>Уникальные маршруты Эксклюзивные партнерства</p> <p style="text-align: center;"><b>Каналы продаж:</b></p> <p>Социальные сети Google play Apple store Таргетированная реклама Почтовая рассылка</p>	<p style="text-align: center;"><b>Целевая аудитория:</b></p> <p style="text-align: center;">Люди от 15 до 25 лет</p> <p style="text-align: center;">Остальным тоже может быть интересно</p>
<h1>РЫНОК</h1>	<p style="text-align: center;"><b>Потоки продаж:</b></p> <p>LTV = 1 р. за месяц Двухшаговая модель продаж</p>	<p>miro</p>
<p style="text-align: center;"><b>Проблема:</b></p> <p>При прокладывании определенного маршрута в крупных городах высока вероятность найти неожиданных неприятных сюрприз, как стройка или перекрытие движения.</p> <p style="text-align: center;">Любой человек сталкивается с незнанием куда ему пойти.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Решение:</b></p> <p>Продукт позволит избежать это, дополнив маршрут интересными местами и приятными впечатлениями.</p> <p style="text-align: center;"><b>Метрики:</b></p> <p>Количество скачиваний Количество использованных маршрутов Количество взаимодействия с партнерами Среднее время использования</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Структура затрат:</b></p> <p>Разработка - 35 % Привлечение клиентов - 30 % Хостинг сервиса - 30 % Поиск партнеров - 5 %</p>	<h1>ПРОДУКТ</h1>	<p>miro</p>