

# «Пойдем!»

Состав команды: Тараненко Дмитрий, Лукаш Артем,  
Ходаковский Михаил, Костюнина Елизавета, Голубева  
Александра, Кудисов Артем, Романов Марк, Кирсанова Ксения,  
Федорова Алина

# Наши гипотезы

Формулировка гипотезы	Подтвердилась ли в ходе глубинных интервью?
Ограничение на количество человек в группе (минимум 3) приведет к значительному сокращению отклика внутри целевой аудитории	Да
В послекарантинное время люди перестали выходить на улицу, потому что стало трудно найти компанию для похода на мероприятие или посещение интересного места	Да
Люди редко пользуются сайтами, производящими подборку интересных мест из-за их неудобного интерфейса, а также отсутствия людей, готовых посетить эти места с ними	Нет
Люди предпочитают проводить время дома, нежели гулять с кем-либо на улице	Частично (скорее «да», чем «нет»)
Люди предпочитают заводить знакомства вне своей профессиональной сферы, и руководствуются своими интересами/хобби	Скорее «да», чем «нет»

# Инсайты по итогам интервью (интересные замечания)

- Молодые люди старше 25 лет предпочитают проводить свободное время дома.
- Карантинный период притормозил процесс социализации, и люди стали оставаться дома даже во время досуга.
- Приезжие студенты нуждаются в новых знакомствах и посещении интересных мест города больше, чем коренные жители.
- Молодежь нуждается в мотивации, чтобы реализоваться в сферах своих интересов, а мотивация для нее – круг единомышленников.

# Наш клиент

Имя            Федя  
Возраст        19 лет  
Род занятий   студент 2 курса ВМК МГУ

Его цель в выбранной вами сфере: «Хочу классно провести время в приятной компании, замотивировать себя к новому делу»

Его поведение в выбранной вами сфере: «Хочу найти компанию и место для досуга, но всякий раз неудачи: отказы друзей, отсутствие осведомленности об интересных мероприятиях и т.д.»

Его мотивация: «Чтобы заняться саморазвитием, нужны единомышленники; да и в компании всегда веселее»

Его страхи: «Боюсь упустить самое интересное молодой свободной жизни»

Чем пользуется сейчас: социальные сети

В чем недостатки текущего продукта: нехватка живого общения, ограниченные функции интерфейса; отсутствие возможности комбинированного выбора мероприятия и компании; назойливая реклама, мешающая просмотру контента

К кому прислушивается: рекомендации, предлагаемые в приложениях; в меньшей степени к советам друзей и знакомых

# How might we – формулируем постановку задачи

- Как мы можем помочь **\_студентам\_ сделать \_свою жизнь насыщенной\_ с помощью \_мобильного приложения\_?**

# Формулировка нашего ценностного предложения

Мы делаем **мобильное приложение «Пойдем!»**, которое помогает **студентам в период свободного времени решать проблему организации досуга при помощи поиска единомышленников и интересных локаций для общения через приложение и дает выгоду в виде экономии времени на организацию досуга и удовлетворения социальных потребностей, приобретении мотивации и получении новых впечатлений.**

# PRODUCT EVOLUTION CANVAS | FEATURE EVOLUTION TRACKS

