



# ИТОГОВАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

# Содержание

- Название проекта
- Команда
- Первоначальная идея
- Гипотезы о проблемах, которые вы перед собой ставили
- Проведенные исследования (провели интервью - сколько, кого опрашивали и т.п.) и итоги исследования (какие гипотезы подтвердились)
- Ваше решение (формулировка НВМ)
- Анализ рынка (основные выводы, если есть сравнение с конкурентами - добавляйте)
- Ваша бизнес-модель (ключевое - на чем и как вы планируете зарабатывать, сколько денег нужно на проект, какие источники планируете использовать)
- Плана на проект, если вы хотите его продолжать (что хотите до 2022, что хотите через 5 лет)

# Проект состав и идея

- Наш проект: «Бетельгейзер»
- Наша изначальная идея: создать приложение, которое будет сравнивать цены в разных аптеках по всевозможным лекарственным препаратам на карте по Москве.
- Команда:
  1. Романкова Ольга, 3 курс ФГУ-капитан
  2. Лиза Малумян, 2 курс ВШГА
  3. Фёдор Сергеев, 1 курс ВМК
  4. Алина Нечаева, 1 курс Хим. фак
  5. Анастасия Толстова, 1 курс маг. Геол. фак
  6. Дарья Рожкова, 1 курс ФГП
  7. Барият Меджидова, 3 курс Мех. мат
  8. Акан Аукенов, 1 курс маг. Гео. фак
  9. Кирилл Уянгулов, 1 курс Физ. фак
  10. Луиза Магомаева, 3 курс Жур. фак

# Гипотезы о проблемах

1. В разных аптеках на лекарства разные цены. Люди часто покупают что-то по более высокой цене, когда есть дешевле.
2. Люди часто пользуются сайтами агрегатами.
3. Люди часто покупают более дорогостоящие лекарства по сравнению с аналогами по более низкой цене.
4. Люди ищут цены лекарств перед походом в аптеку.
5. Люди не знают более дешевых аналогов лекарственных препаратов

# Проведенные исследования и итоги

- Вопросы:

1. Было ли у вас такое, чтобы вы купили в аптеке лекарство, а потом выяснили, что где-то в другой аптеке оно стоит дешевле?
2. Часто ли вы пользуетесь сайтами агрегатами? Авиасейлс, триваго и другие?
3. Знаете ли вы, что у нурофена есть более дешевый аналог?
4. Ищите ли вы в интернете цены лекарственных средств перед тем, как идти в аптеку?
5. Вы чаще ходите в аптеку за лекарствами или предпочитаете онлайн покупку.

Мы провели 21 интервью, и в результате мы получили, то, что наши теории и гипотезы оправдались. Люди действительно нуждаются в нашем изобретении. Мы опрашивали людей от 18 до 23 лет. Это были как девочки, так и мальчики, как студенты, так и те, которые работают.

- 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 3

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?

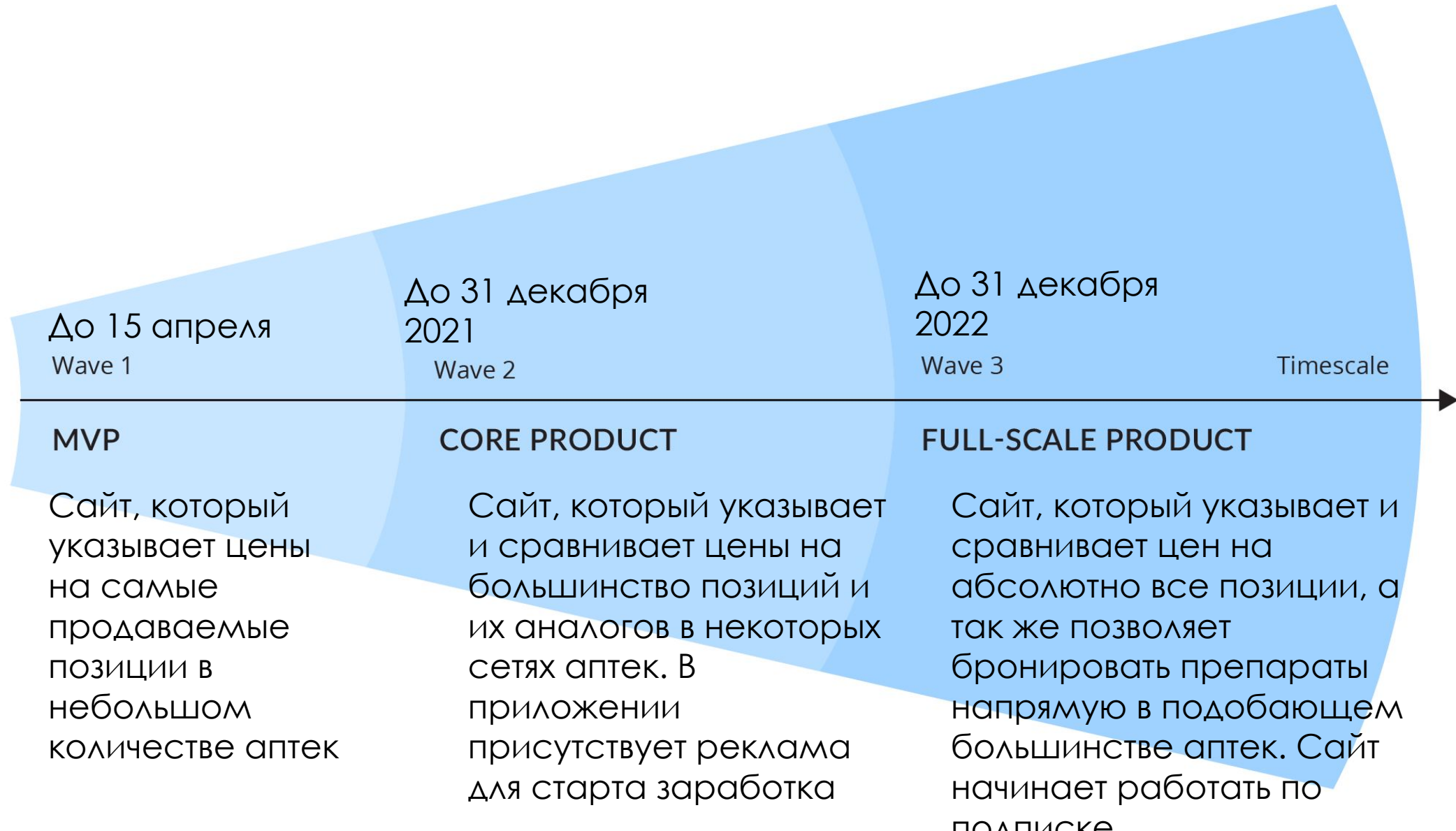
Формулировка гипотезы	Подтвердилась ли в ходе глубинных интервью?
В разных аптеках на лекарствах разные цены. Люди покупают лекарства по более высокой цене в одной аптеке, когда есть дешевле в другой	да
Люди часто пользуются сайтами агрегатами	нет
Люди не ищут цены лекарственных средств перед походом 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



# Формулировка 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

## Модель РАМ

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.

# 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

# 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%.

# 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.

# Оценка какой из сегментов более интересен и перспективен для нашего проекта

По данным 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.

# Бликие патенты

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>



# Бизнес-модель

- ПРОБЛЕМЫ: Финансовые. Технические. Проблема выбора. Психологические. Социальные. Проблемы приватности и конфиденциальности.
- РЕШЕНИЕ: Ключевые опции-поиск и бронь лекарственных средств, Возможности-поиск лекарств, получение скидки по подписке и просмотру реклам
- МЕТРИКИ: -стоимость лекарств в различных аптеках  
-расстояния (доступность) от пользователя до аптек, предлагающих интересующий его препарат, - потенциальную выгоду, которую пользователь Клевера может получить.
- ЦЕННОСТЬ: Людям нужно пользоваться нашим решением, потому что оно упрощает покупку, бронь и поиск дешёвых лекарственных средств по Москве.
- КАНАЛЫ ПРОДАЖ: лэндинг, т.е. одностраничный сайт, основной задачей которого является сбор контактных данных целевой аудитории.
- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: молодые покупатели
- СТРУКТУРА ЗАТРАТ: Разработка программного обеспечения.
- ПОТОКИ ПРОДАЖ: ведение страницы аптеки в инстаграмме с продукцией, с интересными фактами о лекарствах, конкурсы и викторины,
- LTV - сформировать клиентскую базу  
Выручка - на начальном этапе запуска все идёт в продвижение точки на разных площадках, выручка составит не больше 100 тысяч.  
Рентабельность, срок окупаемости - от 8 до 12 месяцев.

# Планы на проект

В будущем мы планируем облегчить проблему переплаты за лекарственные препараты в первую очередь группам лиц, которые ограничены возможностями; поиск нужных лекарственных препаратов в аптеках, которые расположены рядом с домом; поиск дешевых аналогов по сайту.

Наш сайт облегчит жизнь многим слоям населения. Мы затрагиваем весь возрастной контингент: от подростков, до пенсионеров. На ранних этапах развития мы планируем затронуть сотню человек, не имея при этом никакого потолка.

Наша основная цель: продажа услуги по сбору информации по лекарственным препаратам и бронирование их, если позволяет аптечный пункт. Люди будут узнавать о нас с помощью рекламы и в первое время мы будем зарабатывать на рекламе.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ