

Реализация БП

Описание проблем/потребностей

- **Чрезмерные траты и импульсивные покупки:** Без заранее составленного списка покупок люди часто тратят деньги на ненужные продукты или приобретают товары, которых уже достаточно дома.
- **Пищевые отходы:** Из-за нехватки времени или плохого учета продуктов люди не успевают использовать все купленные товары, и многие из них портятся. Это не только создает лишние расходы, но и вредит экологии.
- **Трудности в отслеживании сроков годности:** Многие покупатели забывают о сроках хранения продуктов, особенно скоропортящихся. Это приводит к необходимости выбрасывать еду и дополнительным расходам на её замену.
- **Сложности в планировании питания и пополнении запасов:** Людям часто не хватает времени или информации, чтобы грамотно организовать домашние запасы, планировать регулярные покупки и соблюдать баланс продуктов для здорового питания.
- **Необходимость экономии времени на покупках:** В условиях плотного графика люди хотят минимизировать время на составление списков и походы в магазины, что требует удобного и быстрого инструмента для планирования покупок.

Идея продукта

Цель: Сделать процесс покупок осознанным, удобным и экономичным, помогая пользователям организовать домашние запасы и минимизировать отходы.

Продукт: Мобильное приложение, предназначенное для оптимизации процесса покупок.

Основная функциональность: Приложение анализирует данные о покупках для предоставления удобного и персонализированного списка продуктов, основанный на предпочтениях и статистике покупок пользователя. Оно также будет следить за сроками годности продуктов и предупреждать вас, когда какие-то из них приближаются к истечению. Например, если пользователь обычно покупает мясо раз в неделю, приложение запомнит эту привычку и при следующем походе в магазин подскажет, что прошло около недели, вероятно, запасы мяса подходят к концу, и его стоит добавить в список покупок. Также присутствует возможность сканирования чека для автоматического добавления продуктов в историю покупок. Помимо этого приложение позволяет анализировать расходы на различные товары, помогая управлять бюджетом и предлагая альтернативы или более выгодные предложения. Возможно взаимодействие с умным холодильником.

Шаблон бизнес модели

Ключевые партнеры - Финансирование от производителей товаров, являющихся партнёрами - Финансирование от сетей магазинов-партнёров - Поставщики облачных решений, предоставляющих вычислительные ресурсы - Разработка совместно с приложениями с возможностью заказа и доставки продуктов	Ключевые виды деятельности - Разработка MVP-мобильного приложения - Поддержка серверной части (бэкенд) для осуществления функций синхронизации и совместных покупок - Облачные сервисы для обучения моделей и их транспортировки до серверов или мобильных приложений Ключевые ресурсы 1. Информационные ресурсы: - статистика покупок 2. Материальные ресурсы: - серверное оборудование - вычислительные ресурсы 3. Человеческие ресурсы: - IT-специалисты (программисты, тех. поддержка, аналитика, администраторы БД и серверов)	Ценностные предложения - Решение проблемы забываемых продуктов - Потенциальная функциональность для корректировки денежных расходов и потребляемых калорий за промежуток времени	Взаимоотношения с клиентами - Приложение устанавливается из магазина предложений, для этого не требуется помощь - Само приложение также предполагается крайне интуитивным - Фидбэк -- по почте, через отзывы, можно оставлять заявки через чат-ботов Каналы сбыта - Google Play Market и отечественные альтернативы, например, RuStore -- канал для продаж, по совместительству сервис, предоставляющий систему подписок	Потребительские сегменты - Целевая аудитория -- все категории населения возрастом от 16-ти лет, регулярно пользующиеся смартфоном и так же регулярно покупающие продукты в магазинах
Структура издержек - Тех. поддержка - Затраты на вычислительные ресурсы - Взносы за размещение приложения на площадках - Затраты на сертификацию продукта - Разработка приложения (вероятно, для разных платформ)			Потоки поступления доходов - Подписка с доп. опциями - Реклама продуктов в приложении - Интеграция с сетевыми магазинами	

Гипотезы

1. Гипотеза проблемы: пользователи часто забывают купить необходимые продукты, что приводит к необходимости повторного похода за продуктами.

Решение: система запоминает, какие товары пользователь покупает регулярно, и напоминает о необходимости их пополнения.

2. Гипотеза проблемы: пользователи тратят слишком много времени на создание списков покупок.

Решение: приложение автоматически создает персонализированный список покупок на основе предпочтений пользователя и данных о предыдущих покупках. Например, если пользователь покупает хлеб и фрукты раз в неделю, приложение предложит эти товары для добавления в список, экономя время и устраняя необходимость ручного составления списка.

3. Гипотеза проблемы: пользователи не отслеживают сроки годности продуктов.

Решение: приложение отслеживает сроки годности продуктов, которые пользователь добавляет в свой список покупок или вручную вводит в систему. Когда срок годности какого-либо продукта приближается к истечению, приложение отправляет уведомление с напоминанием, чтобы пользователь успел использовать продукт или вовремя его заменить.

Портрет целевой аудитории

Семьи с детьми

- **Возраст:** 25–60 лет
- **Пол:** в основном женщины, но также и мужчины.
- **Доход:** средний и ниже среднего
- **Образ жизни:** женатые/замужние, с детьми разного возраста.
- **Ценности:** комфорт, экономия, забота о здоровье семьи.
- **Поведение:** покупаются регулярно и много на неделю или месяц вперед, часто используют списки покупок, чтобы ничего не забыть.
- **Потребности и проблемы:** необходимость планировать покупки для всей семьи и учитывать предпочтения всех её членов; сложности в управлении списком покупок, особенно если закупки выполняются разными членами семьи.
- **Как приложение решает их проблемы:** автоматическое создание списка на основе семейных привычек; Отслеживание сроков годности продуктов, чтобы избежать порчи и перерасходов; возможность синхронизации списка покупок для всех членов семьи.

Студенты

- **Возраст:** 18–24 лет
- **Пол:** мужчины и женщины
- **Доход:** низкий или нестабильный (студенты или молодые специалисты).
- **Образ жизни:** активный, много времени тратят на учебу и социальные мероприятия, могут жить с друзьями или родителями.
- **Ценности:** экономия, простота, доступность, цифровые решения.
- **Поведение:** совершают спонтанные покупки, часто не планируют заранее. Следят за скидками и акциями, чтобы сэкономить.
- **Потребности и проблемы:** могут забывать о необходимых продуктах и покупках; сложно планировать покупки из-за нерегулярного графика; не отслеживают сроки годности, что может приводить к порче продуктов.
- **Как приложение решает их проблемы:** легкий доступ к созданию списка покупок и напоминания о том, что нужно купить; уведомления о сроках годности, чтобы избежать потери продуктов.

Пожилые люди

- **Возраст:** 60+ лет
- **Пол:** в основном женщины
- **Доход:** фиксированный средний и ниже среднего
- **Образ жизни:** могут иметь проблемы с запоминанием, ориентированы на планирование.
- **Ценности:** надежность, удобство, простота в использовании.
- **Поведение:** закупаются с регулярной частотой, покупают товары по спискам, любят планировать покупки заранее.

- **Потребности и проблемы:** сложности с запоминанием того, какие продукты нужно купить; необходимо следить за сроками годности, чтобы избежать выбрасывания продуктов; ограниченные финансовые ресурсы, что требует тщательного планирования и экономии.
- **Как приложение решает их проблемы:** простое и удобное создание списка покупок на основе прошлых покупок; уведомления о сроках годности продуктов, чтобы избежать порчи.

Вопросы и проблемное интервью

Проблемное интервью

Выявление критериев потребительского выбора

Номер	Утверждение потребителя из интервью	Критерий потребительского выбора aka КПВ
1	<p>“... пойду в него [магазин] только по случаю, например, если я не могу получить товар доставкой через интернет-магазин.”</p> <p>“... в основном заказываю онлайн.”</p> <p>“... я обычно предпочитаю доставку.”</p> <p>“... чаще заказываю доставку продуктов. ”</p> <p>“... вместе с друзьями заказывать продукты.”</p> <p>“... в основном заказываю в онлайн магазинах.”</p>	Приложение поддерживает партнерские программы с сервисами доставки. (внешние интеграции)
2	<p>“... нужно учитывать вкусовые предпочтения каждого человека.”</p> <p>“Около 30 минут, так как нужно обговорить с каждый человеком: что он есть, какой бюджет, может стоит купить готовое, что купить попить.”</p> <p>“... вместе с друзьями заказывать продукты.”</p>	Приложение поддерживает возможность совместного доступа к списку покупок. (связь между пользователями)

3	<p>“... перед праздниками большой ажиотаж ... в одном магазине не купить всё сразу.”</p>	<p>Приложение учитывает даты праздников и советует закупиться заранее. (Уведомления)</p>
4	<p>“... блюдо, для которого мне может не доставать продуктов.”</p> <p>“... я проверяю рецепт, записываю ингредиенты, чтобы ничего не забыть.”</p> <p>“... если только это не какой-то ключевой ингредиент. В таком случае, увы, придется либо вернуться за ним, либо искать замену.”</p> <p>“[Если] нужны конкретные ингредиенты для блюда.”</p>	<p>В приложении возможно сохранение рецептов для последующего добавления ингредиентов в список предстоящих покупок. (Список)</p>
5	<p>“Иногда я могу забыть про продукты, которые я покупала для определенного блюда ...”</p> <p>“... продуктов в холодильнике много, бывает сложно за всем уследить.”</p> <p>“... не люблю выбрасывать продукты.”</p> <p>“... иногда бывает забываю срок годности молока и хлеба.”</p> <p>“... бывает, и нередко, что остается просрочка ...”</p> <p>“Я к этому очень щепетильно отношусь, чтобы не отравить желудок.”</p> <p>“Не удобно то, что забываю о том, что продукт испортился, или просто закончился.”</p> <p>“Приходится вспоминать когда я купил продукт, или искать срок годности на упаковке. Это вызывает некоторый дискомфорт.”</p>	<p>Приложение “следит” за сроком годности продуктов и сообщает об истечении их срока годности. (Уведомления)</p>
6	<p>“... если бы там была учтена цена, то я могла бы отследить свои траты.”</p> <p>“Было бы неплохо видеть сколько денег уходит на продукты. Банковские приложение плохо справляются с этим.”</p> <p>“Интересна статистика, сколько чего я трачу, сколько денег на что уходит.”</p>	<p>В приложение есть возможность отслеживать потраченные на покупки деньги. (экономический аспект)</p>
7	<p>“Траты я отслеживаю по сохранённым чекам или в приложении банка ...”</p>	<p>Приложение поддерживает возможность сканирования чеков для добавления затрат на покупки в историю пользователя.</p>

		(экономический аспект)
8	<p>“... иногда покупаю сладкое слишком часто.”</p>	<p>В приложении есть рекомендации для пользователей с конкретными потребностями. (Рекомендательная система) Например, при включенных рекомендациях для людей на диете приложение будет больше советовать “легкой пищи” и меньше сладкого.</p>
9	<p>“... пользуюсь заметками в телефоне. Они легкие в использовании, нет всяких всплывающих окон. например, рекламы.”</p> <p>“... мне привычнее пользоваться старым способом - листочком ...”</p> <p>“... предпочитаю просто записывать что-то в обычной записной книжке.”</p> <p>“Я пользовался заметками в телефоне. Старомодно, но меня устраивает.”</p> <p>“Ручка и клочок бумаги, заметки в телефоне, чат с самим собой в телеграмме.”</p> <p>“... заметки на телефоне - наше всё.”</p> <p>“Чаше делал заметки в избранных сообщениях мессенджера.”</p>	<p>Приложение имеет простой и минималистичный интерфейс. (Дизайн)</p>
10	<p>“Минус, что в них нельзя настроить внешний вид приложения.”</p>	<p>В приложении есть настройка внешнего вида. (Дизайн)</p>
11	<p>“... что-то точно забуду или просто не замечу.”</p> <p>“[Сложно] учесть все продукты, так как покупаемся на неделю, покупок обычно много набирается.”</p> <p>“Часто полагаюсь на память.”</p> <p>“[Сложно] вспомнить про мелочи, специи, бытовые расходники, которые часто заканчиваются.”</p> <p>“... пытался составлять списки, но долго не продержался.”</p> <p>“... начинается "мозговой штурм" с нуля, что, естественно, может занять некоторое время.”</p> <p>“Не всегда держишь в голове то количество, которое</p>	<p>Приложение собирает и анализирует историю покупок пользователя и предлагает готовый список продуктов. (Список)</p>

	<p>осталось у тебя дома, и можно купить слишком много ...”</p> <p>“... есть человеческий фактор, и можно что-то пропустить, не добавить парный или похожий продукт.”</p> <p>“Не удобно то, что забываю о том, что продукт испортился, или просто закончился.”</p> <p>“В приложениях доставки продуктов ... предлагаются продукты из прошлых покупок. Это помогает ничего не забывать.”</p> <p>“... дома могут возникать лишние продукты, которые были уже куплены ранее.”</p> <p>“... единственная сложность — это заранее решить, что именно нужно купить ...”</p> <p>“Иногда я не помню, есть ли дома определённый продукт, особенно если он используется нечасто. В таких случаях беру его на всякий случай.”</p>	
12	“... возможность просто продублировать историю, вместо того, чтобы составлять список, была бы удобной.”	В приложении есть возможность продублировать уже ранее составленный список продуктов. (Список)
13	<p>“... если попался какой-то особенно вкусный продукт, упаковку которого я уже выкинула и не помню точно, как он назывался.”</p> <p>“... история покупок позволила бы лучше отслеживать спонтанные покупки ...”</p>	Приложение хранит историю покупок пользователя. (Список)

КПВ	Важность КПВ по 5-балл. шкале:										СР
	Винтер Мария	Дмитрук Вера	Лохов Николай	Подгорный Иван	Василий Антонов	Лариса Иванова	Ганбат Амаржаргал	Зырянов Иван	Олеся Пальчунова	Иванов Дмитрий	
Список	5	5	5	5	5	3	5	3	5	4	4,5
Уведомление	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3,7
Связь между пользователями	4	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2,6
Внешние интеграции	3	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2,7
Экономи	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5	3,7

ческий аспект											
Дизайн	2	5	3	3	4	3	4	5	5	3	3,7

Оценка рынка

Метод «сверху вниз»

- PAM (Potential Available Market) — все пользователи смартфонов.

Согласно данным VC.ru, количество пользователей смартфонов в мире составляет 4.88 миллиарда человек. Из них 74% — люди старше 16 лет (данные с Wikipedia).

Рассчитаем: $4.88 \times 74\% = 3.61$ миллиарда пользователей старше 16 лет.

- TAM (Total Addressable Market) — все, кто совершает онлайн покупки через смартфоны.

По данным маркетингового исследования от RBC, 59% пользователей смартфонов совершают онлайн покупки.

Рассчитаем: $3.61 \times 59\% = 2.13$ миллиарда пользователей совершают покупки онлайн.

- SAM (Serviceable Available Market) — доля рынка России.

Россия занимает около 2% мирового населения (по данным marketologi.ru).

Рассчитаем: $2.13 \times 2\% = 0.0426$ миллиарда пользователей = 42.6 миллиона пользователей.

- SOM (Serviceable Obtainable Market) — реально достижимый рынок на первых этапах.

Предположим, что за первые годы вы сможете охватить около 2% этого рынка.

Рассчитаем: $42.6 \times 2\% = 0.85$ миллиона пользователей

Метод «снизу вверх»

- PAM (Potential Available Market) — все пользователи, совершающие онлайн покупки через смартфон.

По данным VC.ru, 2.71 миллиарда человек во всем мире совершают покупки онлайн через смартфоны.

- TAM (Total Addressable Market) — объем транзакций.

В среднем пользователи совершают от 2 до 4 покупок в неделю, то есть 3 транзакции на пользователя в месяц. Предположим, что подписка на приложение "Grocery Tracker" стоит 59 рублей в месяц.

Рассчитаем: $2.71 \times 3 \times 59 = 479$ миллиардов рублей в год

- SAM (Serviceable Available Market) — покупатели из России.

Согласно данным, на Яндекс Маркете ежемесячно совершают заказы 14 миллионов пользователей.

Рассчитаем: $14 \times 59 = 826$ миллионов рублей в месяц = 9.91 миллиарда рублей в год.

- SOM (Serviceable Obtainable Market) — доля рынка, которую можно реально занять.

Оценим охват рынка в 1% на начальных этапах.

Рассчитаем: $14 \times 1\% \times 59 = 8.26$ миллионов рублей в месяц = 99.1 миллиона рублей в год.

По методу «сверху вниз» рынок в первые годы оценивается в 0.85 миллиона пользователей.

По методу «снизу вверх» SOM оценивается в 99.1 миллиона рублей в год.

Метод «снизу вверх» более детализирован и основан на реальных данных транзакций, что делает его предпочтительным для будущих расчетов.

Сравнительный анализ продукта и ассортимента компании

Сравнительный анализ продукта и ассортимента компании							
Анализ продукта (заявляемые свойства и оценка их качества с точки зрения целевой аудитории) Оценка от 0 -5, где 0 -отсутствие свойства, а 5 - лучшее предложение на рынке)							
Свойства	Ваша Компания	Bring!	Listonic	Купи батон!	Grocery AI	SoftList	Твой список покупок
Составление списка покупок пользователем вручную	5	4	4	3	3	5	4
Автоматическое составление списка покупок по истории пользователя	5	2	0	0	5	0	0
Составление списка покупок по рецептам	0	2	0	0	5	0	4
Создание рецептов пользователем	0	5	0	0	4	0	4
Возможность делиться списками продуктов с другими пользователями	5	4	4	4	0	3	3
Синхронизация общих списков продуктов между пользователями	5	4	4	4	0	0	0
Возможность добавлять описание и фото к продуктам	5	5	2	1	2	4	1
Возможность добавлять цену продуктов и выводить итоговую сумму	5	0	3	0	0	5	0
Лента с рецептами	0	5	0	0	0	0	0
Вывод списка продуктов на рабочий стол в виде виджета	5	0	2	0	0	5	0
Сортировка списка по категориям	5	3	3	2	3	3	3
Словарь продуктов	5	4	4	3	3	3	3
Слежение за сроком годности продуктов	5	0	0	0	5	0	0
Вывод: Все приложения имеют такой базовый функционал, как составлением списков вручную, их сортировка, возможность добавления описания товаров, возможность делиться списками с другими пользователями. Лишь одно приложение имеет такую основную функциональность нашего продукта, как автоматическое составление списков, ориентируясь на историю покупок пользователя.							

Выраженность свойств продукта



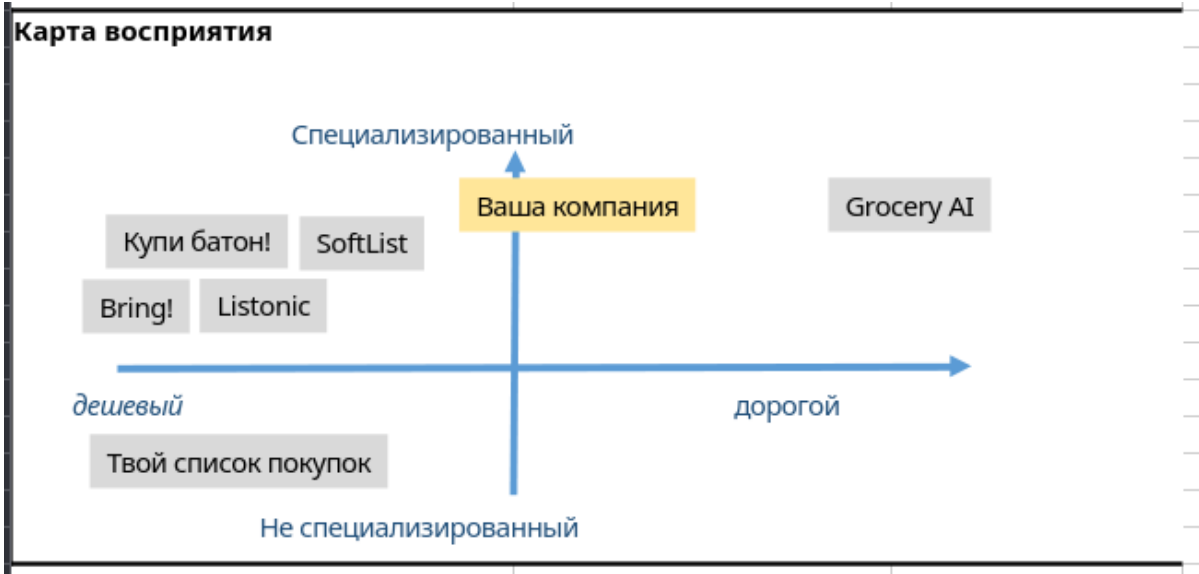
Сравнительный анализ цен

Сравнительный анализ цен						
Конкуренты	Low-priced	Middle-priced	High-priced	Самая низкая цена	Самая высокая цена	подписка, ежемесячно, в рублях
Ваша Компания	+			0	200	
Bring!				0	0	
Listonic	+	+		0	119	
Купи батон!	+			0	68	
Grocery AI	+		+	0	890	
SoftList	+		+	0	479	
Твой список покупок	+			0	155	
Вывод: Большинство приложений предоставляют бесплатно базовую функциональность; есть возможность доп. необязательной функциональности за ежемесячную подписку.						

Сравнительный анализ позиционирования товаров

Сравнительный анализ позиционирования товаров							
Параметры	Ваша Компания	Bring!	Listonic	Купи батон!	Grocery AI	SoftList	Твой список покупок
Ключевой клейм	"Always ready"	"Попробуй - это бесплатно!"	"Покупай умнее!"	"Кули батон!"	-	-	"Попробуй сам!"
Восприятие цены	бесплатно	бесплатно	бесплатно	бесплатно	бесплатно, дорогая подписка	бесплатно, платное отключение рекламы	бесплатно
Уровень экспертизы	высокий	высокий	высокий	высокий	высокий	высокий	высокий
Восприятие качества	высокое	высокое	высокое	высокое	среднее	высокое	среднее
Позиционирование продукта	удобство	удобство	удобство	удобство	удобство, экономия	удобство	удобство
Известность продукта в кол-ве скачиваний	-	10 млн+	10 млн+	1 млн+	10 тыс+	1 млн+	1 млн+
Лояльность к продукту в средней оценке (от 1 до 5) от пользователей	-	4.4	4.8	4.8	0	4.7	4.5
Вывод: Большинство приложений пользователи находят удобными, за исключением Grocery AI, который почему-то до сих пор не был оценён ни одним пользователем, потому сложно переложить оценки схожего продукта на наш							

Карта восприятия



Краткий SWOT анализ

Краткий SWOT анализ							
SWOT	Ваша Компания	Bring!	Listonic	Купи батон!	Grocery AI	SoftList	Твой список покупок
Сильные стороны	Предсказание списка продуктов, отслеживание сроков годности, календарь для отслеживания и планирования походов в магазин	Интуитивно понятный gui, лента с рецептами, возможность создания рецептов, синхронизация списков с облаком	Интуитивно понятный, красивый gui, синхронизация списков с облаком	Интуитивно понятный, красивый gui, синхронизация списков с облаком	Предсказание списка продуктов, отслеживание сроков годности, календарь для отслеживания и планирования походов в магазин	Автоматическая сортировка по категориям, возможность подсчета цен продуктов, интуитивно понятный gui, синхронизация списков с облаком	Интуитивно понятный gui, возможность создания рецептов
Слабые стороны	-	-	Навязчивая реклама	-	Привязка к определенным магазинам, нет поддержки русского языка, не интуитивный gui	-	-
Возможности	-	Развитие идеи с рецептами	Новые технологии – добавление ai	Новые технологии – добавление ai	Выбор языка помимо английского	Новые технологии – добавление ai	Развитие идеи с рецептами
Угрозы	-	Негативные отзывы пользователей	Большая конкуренция среди приложений с "простыми" списками продуктов	Большая конкуренция среди приложений с "простыми" списками продуктов	-	Большая конкуренция среди приложений с "простыми" списками продуктов	Большая конкуренция среди приложений с "простыми" списками продуктов

Аргументация актуальности идеи

Выводы из проблемного интервью

На основании проведенных интервью выявлены основные проблемы пользователей, связанные с планированием покупок.

Многие респонденты сталкиваются с забыванием важных товаров, сложностями составления списков для крупных закупок и неудобством ручных методов планирования. Часто используется либо бумажный список, либо заметки в телефоне, так как считают приложения для списков покупок слишком сложными или перегруженными функциями. Большинство пользователей совершают спонтанные покупки, что приводит к непредсказуемым тратам. Также распространена проблема отсутствия информации о сроках годности и остатках продуктов дома. Люди заинтересованы в решении, которое поможет автоматизировать и упростить процесс покупок: от персонализированных рекомендаций до напоминаний о скором истечении срока годности. Интервью подтвердили высокий интерес к приложению, способному учитывать привычки пользователей, предоставлять аналитику расходов и снижать вероятность забытых покупок.

Выводы из конкурентного анализа

На основе проведенного анализа рынка и конкурентов можно выделить явные тенденции роста популярности приложений для составления списка покупок. Однако Grocery Tracker обладает рядом ключевых конкурентных преимуществ:

1. **Персонализированный подход:** В отличие от большинства приложений для покупок, Grocery Tracker адаптируется под предпочтения пользователя, анализируя их и предлагая персонализированные рекомендации, что позволяет создавать более точные и удобные списки покупок.
2. **Автоматическое отслеживание сроков годности:** Многие приложения не предлагают функцию отслеживания сроков годности продуктов, но Grocery Tracker помогает пользователю избежать порчи продуктов, напоминая о сроках годности и способствуя рациональному использованию продуктов.

3. **Анализ расходов и управление бюджетом:** Приложение не только помогает планировать покупки, но и отслеживает расходы по категориям продуктов, что позволяет пользователям контролировать финансовые потоки и придерживаться бюджета.
4. **Интеграция с умными устройствами:** Grocery Tracker поддерживает взаимодействие с умными устройствами, такими как умный холодильник и другие устройства "умного дома", что облегчает процесс покупок и хранение продуктов.
5. **Рекомендации с учетом потребностей пользователя:** Приложение предоставляет возможность выбора системы рекомендаций в зависимости от предпочтений, например, в рамках концепции "be greener" пользователю будут предложены более здоровые варианты питания, включая больше овощей, фруктов и зелени, с минимизацией вредной пищи.

Практическая выгода для пользователей

Практическая выгода для пользователей Grocery Tracker заключается в следующих аспектах:

- **Экономия времени и усилий:** Благодаря персонализированным рекомендациям и автоматическому составлению списка покупок, пользователи могут быстро и без лишних усилий планировать свои покупки. Приложение помогает эффективно организовать походы в магазин, избегая необходимости вручную составлять списки и делать повторные поездки за забытыми продуктами.
- **Рациональное использование продуктов:** Автоматическое отслеживание сроков годности продуктов помогает предотвратить порчу товаров и минимизировать количество выбрасываемой пищи. Это позволяет пользователям использовать продукты до истечения их срока годности и снижать расходы на покупку ненужных товаров.

- **Контроль бюджета и экономия денег:** Система анализа расходов позволяет пользователям отслеживать, на какие категории продуктов они тратят больше всего денег, а также выявлять возможности для экономии. Это способствует более осознанным покупкам и помогает избежать перерасхода.
- **Поддержка здорового образа жизни:** С помощью системы рекомендаций, ориентированных на здоровое питание (например, "be greener"), пользователи могут получать советы по выбору более полезных продуктов, что способствует улучшению питания и поддержанию здорового образа жизни.
- **Интеграция с умными устройствами:** Взаимодействие с умными холодильниками и другими устройствами помогает пользователям управлять запасами продуктов, получая уведомления о наличии товаров или их отсутствии, а также о необходимости пополнения запасов. Это упрощает планирование покупок и позволяет лучше управлять домашним хозяйством.

В целом, Grocery Tracker предлагает пользователю удобство, контроль над бюджетом, более осознанный подход к покупкам и здоровому питанию, а также помогает экономить время и деньги.

Механизм монетизации

- **Реклама:** Показывать ненавязчивую рекламу в бесплатной версии, например, спецпредложения магазинов на продукты из списка покупок.
- **Подписка на премиум-аккаунт:** Бесплатная версия приложения предоставляет базовую функциональность, а подписка открывает доступ к более продвинутым функциям, например, интеграция с умным холодильником.

- **Партнерские программы:** Приложение может сотрудничать с крупными сетями магазинов, чтобы предоставлять эксклюзивные скидки и акции для пользователей.
- **Обезличенные аналитические данные:** Предоставление агрегированных данных о покупательских привычках для анализа и улучшения маркетинга.

Потенциальные каналы продвижения

- **Контент-маркетинг:** Ведение блога и публикация статей о рациональном потреблении, экономии на продуктах и минимизации отходов, что привлечет пользователей через поисковые системы.
- **Сотрудничество с ритейлерами и супермаркетами:** Возможность распространения приложения через магазины-партнеров, которые могли бы предлагать скидки или бонусы за использование приложения для покупок.
- **Партнерские программы с сервисами доставки продуктов:** Предоставление эксклюзивных предложений и скидок на доставку, если пользователи составляют свои списки покупок через приложение.
- **Реферальная программа:** Мотивация существующих пользователей приглашать друзей и знакомых, предлагая бонусы или бесплатный доступ к премиум-функциям за каждого привлеченного пользователя.
- **Реклама в магазине приложений:** Использование рекламных кампаний в App Store и Google Play, чтобы продвигать приложение на первых позициях в поисковых результатах и в списках рекомендаций. Это особенно эффективно для увеличения числа установок среди пользователей, уже заинтересованных в приложениях для покупок и управления продуктами.

Ресурсы и требования для реализации

- **Финансовые вложения:** Начальные инвестиции на разработку и тестирование приложения, маркетинг, а также на зарплаты сотрудников.
- **Команда разработки:** Разработчики мобильных приложений (iOS и Android), UX/UI-дизайнер, аналитик данных для обработки и интерпретации данных о покупках.
- **Маркетинговая команда:** Специалисты по продвижению в социальных сетях, контент-маркетологи и SMM-менеджеры для выстраивания присутствия на рынке и привлечения целевой аудитории.
- **Партнерские связи с ритейлерами:** Заключение партнерств с крупными магазинами и поставщиками для интеграции скидок и акций в приложение, а также для сбора обезличенных данных о покупках.
- **Технологическая инфраструктура:** Серверы и облачные хранилища для безопасного хранения данных пользователей и обработки информации, а также алгоритмы машинного обучения для персонализации рекомендаций.
- **Юридические ресурсы:** Консультанты для соблюдения законодательства по защите персональных данных, а также составление юридических соглашений с пользователями и партнерами.

Возможности сервиса

Как пользователь, я хочу ...

- **создавать список покупок**, чтобы ничего не забыть и всегда иметь под рукой необходимое.

- **редактировать и удалять элементы из списка**, чтобы поддерживать актуальность данных и быстро вносить изменения.
- **синхронизировать список между устройствами**, чтобы иметь доступ к своему списку покупок на разных платформах — будь то телефон, планшет или компьютер.
- **получать персонализированные рекомендации**, чтобы приложение учитывало мои привычки, предпочтения и диетические ограничения, предлагая товары, которые мне действительно нужны.
- **совместно редактировать список с семьей или друзьями**, чтобы планировать покупки вместе, распределять задачи и избегать дублирования покупок.
- **видеть статистику своих покупок**, чтобы анализировать свои расходы, оценивать, на какие категории продуктов уходит больше средств, и находить возможности для экономии.
- **пользоваться приложением на русском языке**, чтобы интерфейс был мне понятен, и я мог комфортно взаимодействовать с ним.
- **пользоваться приложением с минималистичным и понятным интерфейсом**, чтобы быстро и без лишних действий составлять список покупок и не тратить время на поиск нужных функций.
- **переносить товары из списка покупок в приложения для доставки товаров**, чтобы сразу заказать продукты через соответствующие сервисы без необходимости вручную добавлять их в корзину.
- **получать уведомления от приложения о ближайших праздниках**, чтобы заранее купить все необходимые продукты и избежать "праздничного ажиотажа".
- **сохранять рецепты в приложении**, чтобы легко добавлять ингредиенты в список покупок и готовить вкусные блюда по готовым рецептам.

- **получать уведомления об истечении срока годности продуктов**, чтобы не забывать о товарах, которые могут испортиться, и использовать их вовремя.
- **сканировать чеки**, чтобы быстро и просто пополнять историю покупок в приложении, отслеживая свои расходы и покупательские привычки.
- **настраивать внешний вид приложения**, чтобы интерфейс был мне приятен, и я мог сделать использование приложения более комфортным.
- **получать рекомендации в соответствии с моими потребностями**, чтобы приложение предлагало товары, которые отвечают моим интересам, таким как диетические предпочтения, сезонность или экодружелюбные товары.