

Küsimused

Soojendus	1. Kuidas jõudsite valdkonnani? (Kerli)	Tal on pikaajaline kogemus (11 aastat) valdkonnas, ekspert. Kuna on tegelenud selles valdkonnas, saab tavainimeste muredest aru ja tahab olukorda parandada.
	2. Mis on Frillice? Mis annab teile usu, et see rakendus saavutab edu? (Lily)	Tervisliku toitumise platvorm, mis annab kasutajale ligipääsu korraga paljudele erinevatele sisuloojate retseptidele ja võimaluse retsepte enda eelistuste järgi kohandada. Erinevus - tahab tekitada kogukonna süsteemi. Sellist lahendust pole veel maailmas olemas. Rakendus hoiab kasutajatel aega kokku. Retseptide leidmine on lihtne ja kiire. "Kõhutunne, et rakendus saab edukaks".
	3. Kas arvad, et Frillicest kujuneb edukam projekt kui Fitlap? (Birgit)	Raske rääkida minevikust, sest Fitlap oli kui tema laps. Beef? Fitlap on nagu sisulooja. Võrreldes Fitlapiga on rohkem kasvuruumi. Tahavad minna rahvusvaheliseks. Suundasid/valikuid on rohkem kui Fitlapis.
	4. Kust ja kuidas tuli idee? (Ursula)	Kui ta müüs oma osaluse maha, mõtles 2 aastat, mida edasi teha. Meeldis USA rakenduse kontseptsioon, milles sisuloojate osalus oli suur ja tahtis siduda sama põhimõtet toitumise teemaga. Tahtis nagu siduda instagrami ja toitumise. Kiirelt mugavalt ja mõnusalt saadaval retseptid. "Frillice ei kutsu end toitumiskava äpiks". Olemasolevates äppides, nt Instagramis, puudub personaalsus, Frillice'is on võimalus avaldatud retseptid enda omaks muuta.
	5. Kas te ise vajate sellist äppi (ja kui mitte, siis miks)? Kirjeldage palun ühte oma sõpra, kes seda äppi kindlasti hakkab kasutama. (Sofia)	"100% vajan. Olen suht vaimuvaene, tahan süüa hästi ja tervislikult, tahan sisu, mis inspireeriks". Näiteks inimene kes armastab väga roosat ja on tumedate juustega. Keegi kes hoolib oma tervisest, kellele meeldib kokata ja kes enda eest hoolitseb.

		Ei pea kasutama otseselt enda jaoks, vaid saab pakkuda tervislikumaid toite ka perele.
	6. Mida te ise kõige rohkem teada tahate Frillice'i potentsiaalsete kasutajate kohta? (Heiki)	Kirjeldas kasutajaskonda, keda ta tahaks. Tahab pakkuda jätkusuutlikku, lihtsat ja kiiret lahendust inimestele, kellel on kiire. Tahab, et nii teadlikud kui mitte teadlikud inimesed oleksid rakendusse kaasatud. "Kuu aega sajaga pingutab ja siis enam ei jaksa seda jälgida" - kommentaar olemasolevate toitumisäppide kohta.
	7. Mis turule olete orienteeritud alguses (Skandinaavia, Euroopa, Ameerika, Aasia ...)? (Dani)	Alustab Eesti turul. Eesti turg on kui testturg. Siis USAs. UK-s on tütarfirma. Plaan on minna välja maailma mastaabis. "Meie laieneme sisuloojate kaudu, tule dubleeri sisu meil, saad väärilist tasu, paremat kui mujal".
	8. Milles te ise Frillice'i kui toote osas kõige rohkem kahtlete? (Maarja)	Hirm - teeme liiga palju ideid sahtlisse. Proovitakse teenust liiga ideaalseks luua, keegi võib ennem turul sama ideega välja tulla. "Otsime core value't". Sihtgrupp, kes pole toitumiskava fännid, nende jaoks on teenus aja ressursi mõttes liiga kulukas.
	9. Millele te sooviksite ise meilt kinnitust? (Anette)	Rakendus (toidulaud) oleks arusaadav ja lihtne. "Tahame teada kas core value ehk kas inimesed saavad toidu kogused enda jaoks personaliseerida on selge ja kasutatav".
	10. Toitumis äppe on palju, miks on kasutajad motiveeritud just seda rakendust kasutama? (Kalle)	"Sisulooja on hästi tasustatud ja seekaudu motiveeritud" "Toome sisulooja klientuuri endale, sest neil seni puudus personaliseerimise võimalus"
	11. Kes on selle rakenduse konkurendid ning mis on peamised erinevused? Kuidas on see äpp parem kui Rimi retseptikogum?(Kalle)	Konkurendid on klassikalised retseptiraamatud. "Rimi pole tervislik ja sealseid retsepte ei saa panna enda konteksti." Ei saa öelda et Fitlap oleks nende konkurent, tema meelest võiks "konkurente" kohelda kui koostööpartnereid - nende rakenduses sisuloojad.

Ettevõttega seotud küsimused	12. What success looks like – kuidas defineerite edu Frillice'i puhul? (Heli)	<p>“Siinemaani kõige raskem küsimus”</p> <p>Kui rakendus on populaarne, siis see näitab, et inimesed vajavad seda</p> <p>Inimesed hääletavad rahakotiga.</p> <p>Kasutaja võib öelda, et see meeldib talle aga kui ta seda ei osta, siis rakendus ei paku talle piisavalt väärtust/sisu</p> <p>“The Mom Test”</p> <p>“Olen õnnelik siis kui inimesed, kes täna ei kasuta toitumiskavu, leiaksid selle meilt.”</p> <p>Retsepti kasutamine ei oleks tasuline, aga personaliseerimine on.</p>
	13. Kes on teie kui ärijuhi kavandatud Frillice'i kliendid/kasutajagrupid? (Kerli)	<p>Algne kasutajate grupp on inimesed, kellel on teadlikkus olemas, kes vaatavad instagramis retsepte ja söövad tervislikult. 95% naised ja 5% mehed, kes leiavad ka rakenduse naiste kaudu.</p> <p>Kogemuse järgi on sarnaste rakenduste vanusevahe 30-50 nüüd tahaks 20+.</p> <p>Tahab, et rakendust oskaks ka tema vanaema kasutada (hästi lihtne).</p> <p>Teine grupp - vähese, kuid kasvava teadlikkusega.</p>
Küsimused seoses sisuga	14. Mida te tahate, et eri kasutajagrupid teeksid äpis? (Birgit)	<p>Leiad sisuloojaid, kes sinuga sümpatiseerivad ja leiad ägedaid tervislikke retsepte.</p> <p>Saad retsepte toidulauale panna.</p> <p>Liiga palju funktsioone teeb äpi liiga keeruliseks.</p>
	15. Kuidas äpp ennetab/lahendab toitumishäiretega inimeste osalust äppis? (selliste äppidega on populaarne jälgida alatoitumist toitumishäiretega kogukondades) (Lily)	<p>Määratud miinimum kaloraaž, millest alla poole minna ei saa. Kaloraaž arvutatakse valemi (soo, vanus, jne) järgi.</p> <p>Hetkel miinimum 1200 kcal, mõttekoht, kas tõstavad seda või mitte.</p> <p>Arenevad ajas.</p>
	16. Kuidas kontrollite, mida sisuloojad äppi üles panevad? (Ursula)	<p>Ise valivad sisuloojaid, kelle sisu on hea.</p> <p>Kontrollivad andmebaasi käsitsi.</p> <p>Kasutajad saavad retsepte reportida.</p>
	17. Kas olete mõelnud ka toidutalumatuses ja allergiliste inimeste peale - info e-ainete ja toit-/toiduainete kohta? (Sofia)	<p>“Jah”</p> <p>Küsitakse eelinfona, milliseid toiduaineid retseptides näha tahad.</p>

	18. Kuidas rakendus jõuab ka nendeni, kes aktiivselt ei otsi tervisliku toitumisega seotud rakendusi?(Dani)	Sisuloojate ja sotsiaalmeedia kaudu. Võibolla alguses peab enda rahaga <i>pushima</i> . Mainis, et ei taha Google'ile ja Facebookile maksta. Nemat on konkurendid. Rakenduses saab kasutajaid sõbraks lisada. Sinu loodud retsepte näevad ainult sõbrad.
Tehnilised küsimused	19. Palju äpi kasutamine kliendile maksma hakkab? - See kitsendab/laiendab ju sihtgruppi (Maarja)	Pool tulust läheb sisuloojatele. Tasuline premiumpakett. Igakuine subscription. Free Trial 7 päeva.
	20. Milles kahtlete kõige rohkem Frillice'i, kui praeguses arengufaasis äpi osas? (Anette)	Keegi leiab viisi raha endale häkkida. Palju teadmatust, ei tea, kas töötab - toidulaud.
	21. Kuidas kasutajad äppis navigeerivad? Mis kohad võivad jääda kasutajale segaseks? (Heiki)	Konto (nimi, gmail, tel number) - Retseptid (discoveri, feed) - Lisaandmed (saab teada palju päevas süüa võib) - Free Trial (saab kõikidele funktsioonidele ligi) Mis asi on toidulaud - kogu päeva kaloraaži ülevaade. "Inimene, kel pole toidulaseid teadmisi, kas tema saab aru?" Kas ligipääsetavusele on mõeldud? - Jah, on küll.

Kokkuvõte

Heiki Mägi, meie projekti *stakeholder*, on oma 11aastase kogemusega valdkonna ekspert. Frillice mõtte algas tema empaatiast tavainimeste murede suhtes. Ta missioon on pakkuda jätkusuutlikku, lihtsat ja kiiret tervisliku toitumise platvormi inimestele, kellel on kiire ja/või vähe motivatsiooni tasakaalustatud söögi tegemisega.

Frillice'i idee on saadud USA rakenduse kontseptsioonilt, milles sisuloojate osalus oli suur ja Heikil tuli idee siduda sama põhimõtet toitumise teemaga. Täpsemalt tekkis soov luua Instagrami omadustega/funktsioonidega toitumise teemaline rakendus. Samas ei kuulu Frillice toitumiskava rakenduste alla, kuna keskendub rohkem kommuuni siseselt retseptide avaldamiseks ja nende retseptide mugavalt personaliseerimisele, mitte toitumisharjumuste andmisele. Eelkõige keskendub Frillice arenduses rakenduse mugavusele, kasutajasõbralikkusele, personaliseerimise võimalustele ja kogukonna tekitamisele. Põhifunktsioonideks on Frillice'i rakenduses endale sümpaatsete sisuloojate ja retseptide leidmine retseptide toidulauale (toidulaud - kogu päeva kaloraaži ülevaade) panemine. Sisuloojaid saab vajadusel reportida ning andmebaasi kontrollitakse (vähemalt alguses) käsitsi. Sarnaselt sotsiaalmeediale saab inimesi jälgida, sõbraks lisada ning näha ainult nende inimeste retsepte (ise saab retsepti voogude sisu personaliseerida). Rakenduse edukust määraks selle kasutajate arv ning interaktiivsuse tase.

Frillice annab kasutajale ligipääsu korraga paljudele erinevatele sisuloojate retseptidele ja võimaluse retsepte enda eelistuste järgi kohandada (nt koguseid). On mõeldud ka allergeenidele (saab ära märkida konto loomisel) ning söömishäiretele (alla eluksvajaliku miinimum kaloraažist ei saa madalamale minna). Rakenduse sihtgrupp on inimesed, kellele meeldib kokata ja kes enda ja/või oma lähedaste eest hoolivad. Siht on kaasata nii toitumisalal teadlikud kui mitte teadlikud inimesed. Täpsemalt kasutajate grupp on inimesed, kellel on teadlikkus olemas, kes vaatavad instagرامis retsepte ja söövad tervislikult. 95% naised ja 5% mehed, kes leiavad ka rakenduse naiste kaudu. Kogemuse järgi on sarnaste rakenduste vanusevahe 30-50 nädal tahaks 20+.

Frillice'i sarnast lahendust pole veel maailmas olemas. Üks sarnasemaid "konkurente" on Fitlab, mis on võrreldes Frillice'iga pigem sisulooja kui ühildav platvorm. Veel ka on Frillice'is rohkem kasvuruumi ning mitmekesisem sisu ja näeb Fitlabi rohkem kui potentsiaalset koostööpartnerit. Suurim konkurent on aga retseptiraamatud. Rimiga nad võistlusmomenti ei näe, kuna Rimi pole tervislik ja sealsetid retsepte ei saa panna endale vajalikku konteksti.

Frillice jõuab klientideni läbi sotsiaalmeedia ning sealsete sisuloojate kaudu. Plaan on alustada testimisega Eesti turul ning siis liikuda USA ja Ühendkuningriikide turgudele. Rakendusel on igakuine *subscription*, mida peab maksa retseptide nägemiseks. Olemas on ka premium pakett ning uutele alustajatele on esimesed seitse päeva kõikide funktsioonidega tasuta. Edasi retsepti kasutamine ei oleks tasuline, aga personaliseerimine oleks. Konto loomisel küsitakse nime, emaili ja telefoninumbrit. Frillice' toodetud tulust pool suunatakse sisuloojatele. Ohukohaks on aga teadmatus, kas rakenduse siseselt on võimalik endale raha (juurde) skeemitada.