**Идея проекта**

1. Проблема

* Люди не знают, какой фильм они хотят посмотреть.
* Люди не хотят тратить много времени и сил на поиск подходящего фильма.
* Люди не хотят тратить время на просмотр фильмов, которые им не нравятся.

Существующие альтернативы:  
• Спросить у друзей, знакомых, родственников  
• Поиск в интернете на разных сайтах (например, КиноПоиск)

1. Сегменты потребителей и ранние последователи

Целевая аудитория – Россия:  
Подростки и молодёжь, часто смотрящие фильмы в свободное время, следящие за новинками – возраст 16-25 лет.  
Люди, смотрящие фильмы в свободное время после учёбы или работы - возраст 25-35 лет.  
Ранние последователи – друзья, знакомые - возраст около 20 лет.

1. Уникальная ценность

Быстрый подбор нужного фильма.

1. Решение

Точный и быстрый поиск фильма по параметрам: жанр и год выпуска.

1. Каналы продвижения

Работа с блоггерами (Instagram)  
Реклама в браузерах

1. Потоки прибыли

Виртуальная выручка: число скачиваний  
Продажа программы

1. Структура расходов

Техническая реализация  
Разработка дизайна  
Расходы на продвижение

1. Ключевые метрики

* Скачивания
* Установки
* Прибыль
* RR (retention rate — процент пользователей, запустили приложение в течение n-периода времени)
* CAC (customer acquisition cost — цена привлечения одного пользователя)

1. Скрытое преимущество

Прямая связь с сайтом IMDB, который является крупнейшей в мире базой данных о кинематографе.