1. Проработать основные части по модели Lean Canvas:

* Заказчики: определить целевую аудиторию продукта, ее потребности и проблемы, которые решает продукт.
* Ценность: определить уникальную ценность продукта, которая отличает его от конкурентов.
* Каналы: определить каналы, через которые будет осуществляться продажа и продвижение продукта.
* Цены: определить цену продукта и модель монетизации.
* Ресурсы: определить необходимые ресурсы для создания и поддержания продукта.
* Задачи: определить ключевые задачи, которые необходимо выполнить для достижения цели.
* Союзники: определить союзников, которые могут помочь в развитии продукта.
* Каналы обратной связи: определить каналы, через которые будет осуществляться обратная связь с заказчиками.

1. Определить, как работает Unit-экономика:

* Определить единицу измерения ценности продукта.
* Определить затраты на создание и поддержание одной единицы измерения ценности продукта.
* Определить доходы от продажи одной единицы измерения ценности продукта.

1. Аналитическая база:

* Определить основные метрики для оценки результатов работы продукта.
* Собрать данные для этих метрик.

1. Основные метрики для оценки результатов работы продукта:

* Количество пользователей.
* Количество активных пользователей.
* Доля рынка.
* Доход.
* Затраты.
* Удовлетворенность заказчиков.

1. Декомпозиция основных метрик на составляющие:

* Количество пользователей:
  + Количество новых пользователей.
  + Количество ушедших пользователей.
* Количество активных пользователей:
  + Количество активных пользователей в текущем месяце.
  + Количество активных пользователей в прошлом месяце.
* Доля рынка:
  + Общая численность рынка.
  + Доля продукта на рынке.
* Доход:
  + Общий доход.
  + Доход от продаж.
  + Доход от рекламы.
* Затраты:
  + Общие затраты.
  + Затраты на разработку.
  + Затраты на маркетинг.
* Удовлетворенность заказчиков:
  + Количество жалоб.
  + Количество позитивных отзывов.