1. **Целевая аудитория:**

Графическое расположение: г. Воронеж, с перспективой расширения на другие города.

Целевая аудитория:

* Студенты и выпускники вузов с IT направлением (18-23 лет):
  + Поведение: Ищут стажировки в социальных сетях компаний;
  + Боль: слабые навыки самопрезентации.
* Молодые специалисты (25-38 лет) – IT, продажи, финансы, маркетинг:
  + Поведение: используют HeadHunter, Glassdoor;
  + Боль: не умеют решать кейсы.

Потенциальный объем рынка: ~85K пользователей в Воронеже.

1. **Монетизация**

Основные источники дохода:

* 97% - подписка (месячная/годовая)
* 3% - микроплатежи

Бесплатный функционал:

* Изучение базы знаний;
* Прохождение тестов;
* Просмотр истории;
* Возможность прохождение собеседования - 1 раз в неделю.

Платный функционал:

* Изучение базы данных;
* Прохождение тестов;
* Просмотр истории;
* Возможность прохождение собеседования – 3 раза в неделю.

На первом этапе разработки:

Ежемесячная подписка стоимостью 199 р/месяц (без годовой подписки).

Годовая подписка стоимостью 1,790 р. (~149р/мес.). Экономия при выборе такой подписки составляет 25%.

Дополнительные способы монетизации, после выхода продукта:

1. Партнерские программы с HR-агентами.
2. Покупка дополнительного собеседования: 50 р/шт.
3. **Прогноз доходов**

Консервативный сценарий (год):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Месяц | Новые подписки | Всего подписок | Выручка |
| 1-3 | 50 в месяц | 150 подписок | 29 850 р/мес |
| 4-6 | 70 в месяц | 360 подписок | 71 640 р/мес |
| 7-12 | 80 в месяц | 840 подписок | 167 160 р/мес |
| Год | **~ 500 в месяц** | **~** 840 подписок | **~ 1 670 000 р/мес** |

(Включаем в расчет отток: **~ 30%, которые отписываются каждый месяц).**

1. **Оптимистичный сценарий**

**1500 подписок: ~300 000 руб./мес** (3.6 млн руб./год).

1. **Ключевые расходы:**

|  |  |
| --- | --- |
| Вид | Сумма |
| Налоги (УСН 6%) | 10% от выручки |
| Маркетинг | 360 000 р. |
| Разработка | 800 000 р. |
| Операционные | 240 000 р. |
| Итог | **~1 700 000 р.** |

1. **Показатели эффективности**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Метрика | Текущее значение | Цель после оптимизации |
| САС | 600 р. | 350 р. |
| LTV:САС | 1,33 | 5,0 + |
| Retention | 30% (1 мес.) | 45% (3 мес.) |

**Способы оптимизации:**

1. Увеличить конверсию до 8%;
2. Ввести рефералов.
3. **План роста**

Этап 1:

* Запуск MVP с базовыми функциями;
* Таргет в ВК для студентов ВГУ.

Этап 2:

* Партнерство с карьерными центрами (2-3 вузов);
* Добавления ежемесячной и годовой подписки.

Этап 3:

* Расширение в соседние регионы;
* Внедрение покупки дополнительных собеседований.

Этап 4:

* Добавление партнерской программы с HR – агентами.

1. **Дополнительные элементы**

Swot-анализ:

* Сильные стороны – низкая цена, локальная экспертиза;
* Риски – вход крупных конкурентов (HeadHunter, Яндекс).

KPI:

* Количество проведенных собеседований – 50 000 +/г.
* Средний балл пользователей – 4.7/5.

1. **Итог**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сценарий | Выручка/год | Чистая прибыль |
| Консервативный | 2.2 млн | ~1.1 млн |
| Оптимистичный | 4.5 млн | ~2.8 млн |