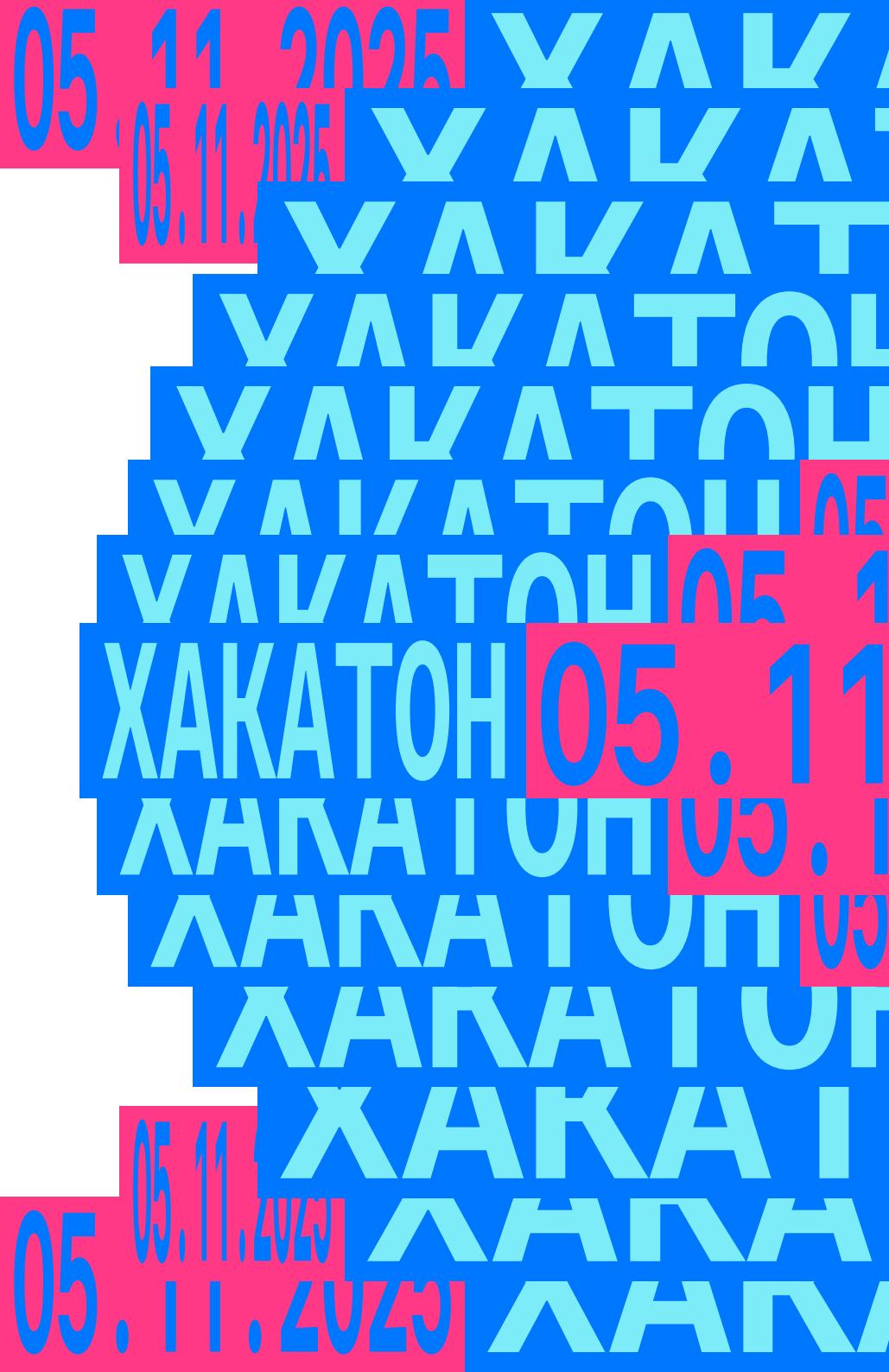


Код продуктивности: разработайте сервис в MAX для повышения личной эффективности

Приложение MAX стало доступно пользователям российских и белорусских SIM-карт в RuStore, AppStore и Google Play 26 марта 2025 года. В октябре аудитория мессенджера превысила 50 млн человек, а ежедневно в него заходит более 19 млн и это число продолжает расти. Мессенджер предлагает пользователям возможности для общения, а бизнесу — автоматизацию взаимодействия с аудиторией с помощью чат-ботов и мини-приложений.

У участников хакатона есть возможность — одними из первых предложить идеи и создать свои чат-боты и приложения в мессенджере MAX. Воспользуйтесь шансом создать популярные и удобные сервисы для работы, обучения, общения и жизни.



Оглавление

Контекст задачи 3	Критерии оценки решения 6	Заинтересованные стороны 9	Рекомендации по этапам решения задачи 11
Постановка задачи 4	Критерии успеха прототипа 7	Источники информации 9	Дополнительная информация 12
Требования к образу результата 5	Ограничения пространства решений 8	О компании 10	

Кейс подготовлен исключительно для использования в образовательных целях. Авторы не намерены иллюстрировать как эффективное, так и неэффективное решение управленческой проблемы. Кейс не содержит исчерпывающую информацию, необходимую для решения. Для решения вы можете использовать любые источники и свои допущения. Некоторые имена в кейсе, а также другая идентификационная информация могли быть изменены с целью соблюдения конфиденциальности.

Контекст задачи

Ожидается, что мировой рынок приложений для продуктивности вырастет с 59,88 млрд долларов США в 2023 году до 149,74 млрд долларов США к 2030 году. Популярные приложения по повышению продуктивности используют миллионы человек. Вот несколько примеров:

- Todoist с 30 млн пользователей — приложение для планирования задач, которое позволяет легко создавать списки дел и напоминания.
- Trello с 50 млн пользователей — популярный инструмент для управления проектами и задачами, особенно среди стартапов.
- Notion с более 100 млн пользователей — многофункциональное приложение для создания баз данных, заметок и списков задач.
- Headspace с 65 млн пользователей — приложение для медитаций, которое помогает снизить уровень стресса и управлять эмоциями.
- Strava с 120 млн пользователей — приложение для отслеживания физической активности и создания тренировочных планов.
- Mail.ru с 50 млн пользователей только в России. Объединяет сервисы, которые помогают быть продуктивными: «Календарь», «Задачи» и «Заметки».
- Коммуникационная платформа VK WorkSpace с более чем 20 тысячами корпоративных клиентов. Включает в себя почту, мессенджер, видеоконференции, задачи, файловое хранилище, документы и календарь.

Эти сервисы направлены на улучшение различных аспектов жизни и работы:

- Планирование задач — создание списков, контроль сроков и интеграция с календарями и другими инструментами.
- Мотивация — регулярные напоминания, награды за выполненные задачи и персонализированные рекомендации.
- Управление временем — использование методов, таких как Pomodoro, для улучшения фокусировки и приоритизации задач.
- Отслеживание физического здоровья — приложения для записи физической активности, контроля питания, сна и здоровья.
- Работа с личными целями — отслеживание долгосрочных целей, таких как развитие карьеры или улучшение здоровья.

Кто пользуется такими сервисами?

Профессионалы. Менеджеры проектов, сотрудники компаний среднего и высшего уровня, предприниматели, которые активно ищут способы повысить свою продуктивность и эффективно управлять рабочим временем.

Студенты и молодежь. Эти пользователи используют приложения для планирования учебных задач, улучшения мотивации и поддержания физической активности в рамках плотного учебного графика.

Люди, ориентированные на личное развитие. Пользователи, стремящиеся к самосовершенствованию, отслеживают свой прогресс в различных сферах жизни, таких как здоровье, мотивация и финансовые цели.

Корпоративные клиенты. Компании, внедряющие подобные сервисы для повышения благосостояния сотрудников и их продуктивности.

Важным дополнением к этим сервисам стали чат-боты, которые значительно улучшают взаимодействие с пользователями, предлагая автоматизированную помощь в планировании задач, напоминаниях, а также поддержку в достижении целей. Разработайте сервисы по повышению продуктивности для мессенджера MAX, используя лучший опыт и собственные инсайты о потребностях целевой аудитории.

Постановка задачи

Создайте работающий прототип чат-бота или чат-бота с мини-приложением в мессенджере MAX, который решает актуальную задачу молодежной аудитории по повышению продуктивности.

Для этого вам необходимо:

Онлайн-этап

1. Определить целевую аудиторию и проблему, которую решит чат-бот.
2. Продумать UX и сценарий взаимодействия. Как пользователь входит в бот, какие действия совершает, какой результат получает.
3. Создать MVP. Работающий чат-бот или чат-бот с мини-приложением в мессенджере MAX, используя выданный токен.
4. Подготовить презентацию проекта.

Финал

5. Защитить проект перед экспертным жюри в финале в Москве.

Требования к образу результата

Команда должна предоставить:

Онлайн-этап

1. Ссылку на репозиторий на GitHub, в котором будут лежать:
 - Docker-образ.
 - Requirements.txt — описание всех библиотек и версий.
 - Файл README с подробной инструкцией по запуску, которая описывает, как можно запустить решение локально, в том числе: команды для сборки и запуска контейнера и пример запуска через командную строку.
2. Презентацию продукта в формате PDF, включающую следующие слайды:
 - Титульный слайд.
 - Профайл команды.
 - Целевая аудитория чат-бота и ее потребности.
 - Проблема целевой аудитории, которую решает чат-бот.
 - Технические требования к итоговому продукту.
 - Ключевые фичи и пользовательские сценарии.
 - Архитектура или логика работы приложения с потенциальными направлениями для масштабирования.
 - Исследования, подтверждающие востребованность решения.

Финал

3. Доработанную презентацию продукта. Вносить изменения в техническое решение на этом этапе нельзя.



Критерии оценки решения

Онлайн-этап

80% техническая реализация:

30%

продукт запускается локально (Docker). Продукт содержит описание Docker-образа и прописанные шаги для запуска. Продукт возможно запустить локально и увидеть его работу в качестве сервиса на платформе MAX.

30%

прототип реально решает заявленную задачу, а не просто запускается. Продукт запускает рабочую логику на платформе MAX, содержит всю необходимую логику для подключения к чат-боту, а также отображает веб-интерфейс (при его наличии).

20%

наличие сопровождающих материалов: Requirements.txt и README с требованиями к запуску.

20% актуальность проекта в рамках трека.

Финал

20% актуальность продукта в рамках выбранного трека.

30% техническая реализация: бэкенд, фронтенд.

30% качество и польза продукта.

20% потенциальных охват пользователей.

Критерии успеха прототипа

1

Решение стабильно выполняет ключевые функции без сбоев и деградации, корректно обрабатывает ошибки и восстанавливается после них.

2

Ответы чат-бота точные и контекстные, опираются на данные пользователя и помогают решать реальные задачи вуза.

3

Интерфейс интуитивный, понятный и быстрый: ключевые сценарии проходят без лишних шагов, понятны людям без технической подготовки.

4

Система выдерживает рост нагрузки (пользователи/запросы) без ощутимых задержек, линейно масштабируется по горизонтали. Имеются сведения о проведенном локальном тестировании и пиковой нагрузке.

5

Архитектура позволяет быстро добавлять новые функции и направления бизнеса. Поддержка интеграций с внешними экосистемами повысит ценность вашего решения.

6

Используемые технологии обеспечивают конфиденциальность и целостность данных, соответствуют требованиям законодательства и внутренним правилам платформы MAX, поддерживают внедрение двухфакторной аутентификации, соответствуют правилам создания чат-ботов платформы MAX <https://dev.max.ru/docs/legal/rules>.

Ограничения пространства решений

- Для работы с мессенджером MAX советуем использовать JavaScript и React. Допускается использование других языков программирования и использование API.
- Запрещено использование закрытых библиотек, частных API и чужого кода, не подпадающего под разрешение о свободном распространении и использовании.
- Необходимо соблюдать требований российского законодательства и [правила хакатона](#).
- Ограничьтесь поиском решений для цифровизации научных и учебных процессов работы университетов, не предлагайте решения в области EduTech: бизнес-образования, систем доступа к видеолекциям, урокам.
- Участники не могут менять имя бота (название), аватар, ник и описание.



Зaintересованные стороны



Молодежная аудитория.



Мессенджер MAX.

Источники информации



[MAX для разработчиков](#)

О компании

VK — это более 200 технологических проектов, свыше 15 000 сотрудников и безграничные возможности проявить себя. Компания создает современные и быстрые интернет-сервисы, доступные каждому.

VK Education — это бесплатные образовательные программы VK по IT- и digital-направлениям. Здесь школьники и студенты учатся у экспертов индустрии на реальных кейсах и технологиях VK.

MAX — национальный мессенджер и цифровая платформа пользовательских сервисов. В MAX доступны аудио и видеозвонки, чаты, голосовые сообщения, отправка больших файлов, денежные переводы, в тестовом режиме работают информационные каналы. В платформу интегрированы бизнес-сервисы в формате мини-приложений и чат-ботов, позволяющие решать повседневные задачи пользователей. Приложение включено в реестр российского программного обеспечения и доступно в магазинах приложений в мобильной, десктопной и веб-версиях.



Рекомендации по этапам решения задачи

Ключевая задача хакатона, по выполнению которой будет оцениваться решение — работающий чат-бот, выполняющий заявленную функциональность.

Представленные ниже рекомендации по этапам решению кейса не являются обязательными, но могут помочь вам достичь цели и составить план действий.

1

Определите целевую аудиторию и ее потребности.

2

Изучите существующие решения на рынке, в том числе в конкурирующих мессенджерах.

3

Сформулируйте проблему, которую решит чат-бот или мини-приложение. Используйте данные, факты, наблюдения, чтобы доказать, что продукт действительно нужен пользователям.

4

Определите требования к итоговому решению и требования к разработке, которыми будете руководствоваться при создании MVP, учитывайте возможности API MAX, а также доступный MAX UI KIT.

5

Продумайте UX и сценарий взаимодействия. Как пользователь входит в бот, какие действия совершает, какой результат получает.

6

Создайте MVP. Работающий чат-бот или чат-бот с мини-приложением в мессенджере MAX, используя выданный токен.

7

Подготовьте презентацию для защиты проекта.

8

Финал

Отрепетируйте и проведите защиту проекта перед экспертным жюри в финале в Москве.

Дополнительная информация

Кратко о мессенджере MAX

MAX — национальный мессенджер и цифровая платформа пользовательских сервисов. В MAX доступны аудио и видеозвонки, чаты, голосовые сообщения, отправка больших файлов, денежные переводы, в тестовом режиме работают информационные каналы. В платформу интегрированы бизнес-сервисы в формате мини-приложений и чат-ботов, позволяющие решать повседневные задачи пользователей. Приложение включено в реестр российского программного обеспечения и доступно в магазинах приложений в мобильной, десктопной и веб-версиях.

Уникальные возможности:

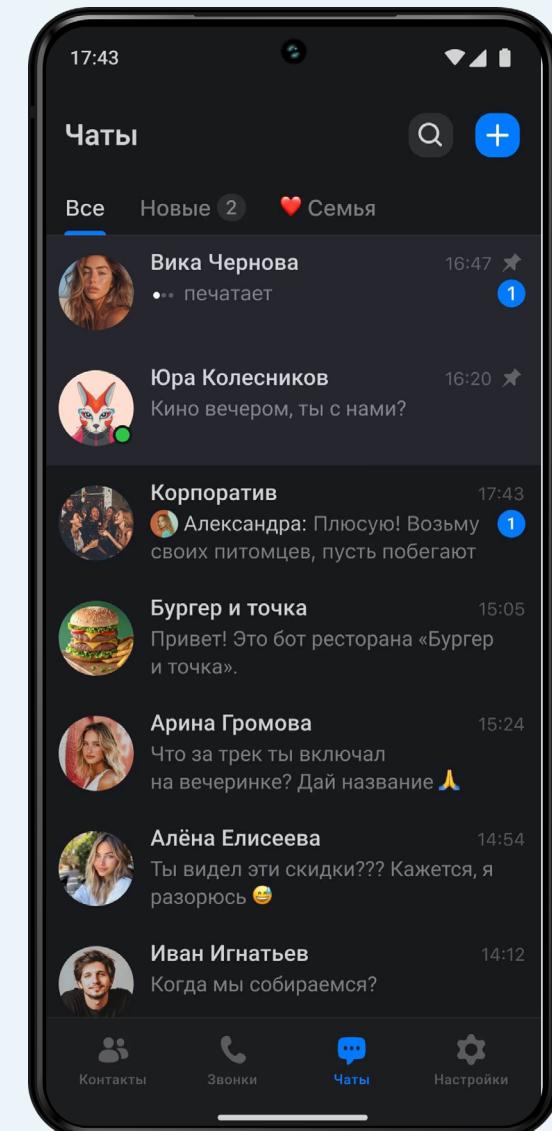
- Чат-боты.** Разработчики могут создать ботов без программирования с помощью конструкторов или настроить их с помощью API для более сложных задач.
- Мини-приложения.** Встраивание веб-приложений прямо в MAX для упрощения процессов продаж и поддержки.

Основы продуктового подхода для решения задачи хакатона

Продуктовый подход — это способ организации работы, при котором команда развивает конкретный продукт, ориентируясь на ценность для пользователя и бизнес-результат. Ключевая особенность — постоянная связь с пользователем, гибкость разработки, изменение метрик успеха и ответственность команды за продукт от идеи до реализации.

Чтобы создать продукт, нужно пройти через стандартный цикл:

- Понимание запроса: анализ потребностей (интервью, наблюдение и данные).
- Формулировка гипотезы: что должен сделать продукт X, чтобы решить Y.
- MVP (минимально жизнеспособный продукт): быстрый запуск базовой версии.
- Тестирование и сбор обратной связи.
- Итерации: улучшения, запуск новых функций и масштабирование.



Дополнительная информация

Анализ целевой аудитории

Одна из основных ошибок при разработке продукта — начинать с идеи, а не с понимания потребностей аудитории. Важно задать себе вопрос: «Какую проблему решит мой продукт?», «Как я смогу помочь пользователю?» Понимание потребностей пользователей — основа любого успешного решения.

Проблема может быть явной (например, «не могу найти нужные документы»), скрытой («чувствую стресс из-за неопределенности с расписанием») или контекстной («не знаю, где подать заявление»). Важно не только понять, что болит, но и в каком контексте это происходит.

Для пользователей приложений продуктивности, например, профессионалов и студентов, потребности могут быть связаны с организацией рабочего процесса: трудностями с управлением задачами, нехваткой времени, неопределенностью в планировании. Проблемы могут касаться и трудностей с мотивацией, фокусировкой на задачах, а также недостатком инструментов для мониторинга своего прогресса.

Процесс создания продукта включает анализ целевой аудитории: кто будет пользоваться решением и какие у них потребности. На этапе анализа целевой аудитории можно:

- Сегментировать аудиторию по возрасту, профессии, потребностям.
- Создать портреты пользователей, например, «студент первого курса», «преподаватель, работающий на нескольких кафедрах», чтобы точно понять их нужды.
- Изучить контекст использования продукта, например, как студенты и преподаватели взаимодействуют с учебными порталами и когда им нужны дополнительные сервисы.

Для исследования аудитории можно использовать методы, такие как наблюдения, опросы, интервью, анализ отзывов в соцсетях или использование чужих исследований. Это поможет понять, что важно для целевой аудитории и какие барьеры необходимо устраниć.



Дополнительная информация

Формулирование гипотезы и анализ рынка

При разработке гипотез будущего решения важно понимать, что итоговый продукт будет существовать не в вакууме, а следовательно, нужно учитывать то, как устроен рынок, на который вы заходитите, а также определить, почему вы уверены в эффективности вашего решения на данном рынке.

Анализ рынка — это способ понять, в каком контексте продукт будет выходить на рынок, что поможет не усложнять продукт и добиться четкого позиционирования решения. Ключевые элементы при анализе рынка:

1. Оценка размеров рынка:
 - Сколько потенциальных пользователей или компаний существует?
2. Тренды и динамика:
 - Растет ли рынок? Какие изменения на нем происходят? (Цифровизация, новые законы, ожидания клиентов)
 - Что становится нормой рынка? (Подписочные модели)
3. Существующие игроки на рынке:
 - Кто уже работает в этом сегменте?
 - В чем их сильные и слабые стороны?
 - Чем ваше решение будет отличаться?
4. Альтернативы:
 - Как проблему решают сейчас: через конкурентов, вручную, решают ли вообще?

После анализа рынка следующим шагом становится формирование гипотез. Гипотеза, по сути, представляет собой обоснованное предположение о том, что мы хотим сделать и почему это сработает.

Краткая формула гипотезы в продуктовом подходе звучит так: если я сделаю А, это приведет к результату Б.

Более полная формула гипотезы: если я сделаю А, это приведет к результату Б, потому что С.

Очень важно, чтобы Б была сформулирована через измеримый результат.

Например:

«Если я добавлю в чат-бота персонализированные рекомендации новостей, это повысит удовлетворенность пользователей на 15% за два месяца, потому что пользователи будут получать контент, который наиболее соответствует их интересам.

Если я добавлю в чат-бота функцию быстрого поиска информации по ключевым вопросам (например, актуальные новости, мероприятия, помощь), это сократит время поиска информации на 40%.

Если я внедрю систему геймификации в чат-бота (например, задания, достижения, уровни), это увеличит количество пользователей на 30% за три месяца, потому что игровые элементы мотивируют пользователей чаще возвращаться в приложение и приглашать других».



Кейс создан по заказу
компании VK

www.vk.company

УЛУ
УЛУЛ
УЛУЛТ
УЛУЛТОН
УЛУЛТОН
УЛУЛТОН
ХАКАТОН