

Végső célközönség: Természetgyógyászok

KPI-ok

Akvizíció

A fogyasztók figyelmének felkeltése, megszerzése, organikus és nem organikus módon.

Releváns KPIk: Forgalom, említések száma, kattintások költsége, keresési találatok, egy fogyasztó megszerzési költsége, megnyitása ráta

Aktiváció

A látogatók aktív felhasználóvá tétele.

Releváns KPIk: Regisztrációk, bejelentkezések, befejezett onboarding folyamatok, szolgáltatás legalább egyszeri használata, feliratkozások, előfizetések

Retention

A fogyasztók meggyőzése, hogy visszatérjenek, folyamatos felhasználói legyenek a terméknek/szolgáltatásnak.

Releváns KPIk: Engagement, legutóbbi látogatás óta eltelt idő, napi - heti aktív használók száma, lemorzsolódás.

Bevétel

Az üzleti modell függvényében a bevétel keletkezése.

Releváns KPIk: Customer Lifetime Value, bevásárló kosár mérete, konverziós ráta, átkattintási ráta, sikeres vásárlások száma.

Referálás

“Vírusos” Word of Mouth kommunikáció fogyasztók között. Egymásnak ajánlják a terméket.

Releváns KPIk: Elküldött meghívók, Vírus terjedési ciklus, **Vírus terjedési együttható?**.

Lean Canvas

Lean Canvas



Probléma	Megoldás	Egyedi értékajánlatok	Unfair előny	Fogyasztói szegmensek
<p>- a természetgyógyászok elavult készülékekkel tudnak csak pontatlan diagnózist felállítani régi bio-rezonanciás gépekkel</p> <p>KPI: Megkérdezettek, válaszolók, akik rendelkeznek ezzel a problémával és/vagy tisztában vannak, ezzel a szükséglettel</p>	<p>- egy olyan készülék és hozzá tartozó szolgáltatás, ami képes a test egészére jellemző és lokális egészséges állapototól való eltéréseket észlelni</p> <p>KPI: Válaszadók, akik kipróbálják az MVP-t, engagement, lemorzsolódás, legtöbbet/legkevesebbet használó feature, emberek akik hajlandóak fizetni</p>	<p>- gyors, fájdalommentes, non-invazív, teljes testre vonatkozó elektromágneses diagnosztikai eljárás, amely vizuálisan azonnal értelmezhető adatokat szolgáltat</p> <p>- egészségünkkel kapcsolatos egyensúlyi pontról való elmozdulások megjelenítése</p> <p>- hozzáférés egy folyamatosan frissülő probléma-felismerő szolgáltatáshoz</p> <p>KPI: Visszajelzések, független értékelések, fogyasztói kommentek, leírások a termékről, felmérések, versenytárs elemzés</p>	<p>- magas technológiai ismeret szükséges a kifejlesztéshez</p> <p>- szabadalmazható érzékelő egység</p> <p>- jelenleg nincs közvetlen versenytárs</p> <p>KPI: Az egyedi értékajánlat értelmezése a fogyasztók által, patentek, márkáérték, belépési korlátok, új belépők száma, a kapcsolatok exkluzivitása</p> <p>Csatornák</p> <p>- online megrendelés</p> <p>- értékesítési ügynök</p> <p>KPI: Leadek, csatornákon elérhető fogyasztók, vírusos koefficiens és ciklus, net promoter score, megnyitási ráta, affiliate marginok, átkattintási ráta, PageRank, üzenetek eléri mérete</p>	<p>- természetgyógyászok</p> <p>KPI: mennyire könnyű/olcsó potenciális vásárlókat találni</p>
<p>Költség struktúra</p> <p>- prototípus alkatrészek: 1.1 millió Ft</p> <p>- antenna háló tervezése és 3D nyomtatása: 1.5 millió Ft</p> <p>- hardware tervezés: 1.2 millió Ft (240 munkaóra)</p> <p>- software fejlesztés: 4.6 millió Ft (910 munkaóra)</p> <p>- adatok elemzése, diagnosztika: 0.6 millió Ft (120 munkaóra)</p> <p>KPI: Fix költségek, egy felhasználó megszerzésének költsége, az n-eik fogyasztó kiszolgálásának költsége, támogatási költség, kulcsszó költség</p>			<p>Bevételi Források</p> <p>- egyszeri bevétel a készülék eladásából</p> <p>- rendszeres előfizetői díj a folyamatos elemzésért</p> <p>- emelt díjas esetenkénti elemzési díj</p> <p>- emelt díjas elemzési díj ritka betegségekre</p> <p>KPI: Lifetime Customer Value, átlagos bevétel felhasználóként, konverziós ráta, kosár méret, átkattintási ráta</p>	

Positioning

USP (Unique Selling Proposition)

Abszolút USP:

Gyors, fájdalommentes, non-invazív, teljes testre vonatkozó elektromágneses diagnosztikai eljárás, amely vizuálisan azonnal értelmezhető adatokat szolgáltat. A készülékhez tartozó szolgáltatás folyamatosan frissülő diagnosztikai paramétereknek köszönhetően egyre nagyobb biztonsággal egyre több betegséget egyre korábban képes felismerni.

Relatív UPS: a jelenleg versenytársnak tekinthető bio-rezonanciás készülékek nagyon drágák, 10 éves technológiára épülnek, lassúak, nem vizualizálják az eredményeket, és nem alkalmasak lokális diagnosztikára. Hozzájuk tartozó szolgáltatás nem létezik, vagy minimális hibajavítási ügyfélszolgálat.

Online kampány