

Пункт анализа	1 конкурент	2 конкурент	3 конкурент	4 конкурент	5 конкурент	6 конкурент	7 конкурент
Как звучит оффер? Что предлагают?	Timerepublik. Глобальная онлайн платформа для обмена навыками и услугами, где валютой являются часы.	Simbi онлайн bartering услугами с оплатой внутренней валютой simbi	Cronobank блокчейн-платформа для фриланса с оплатой в токенах TIME	Nimses соцсеть, где 1 минута = 1 ним (внутренняя валюта)	Krible биржа услуг и товаров с оплатой криптовалютой KRB	Skillshare онлайн-курсы от экспертов в креативных областях по подписке	You-Time маркетплейс онлайн-обучения с почасовой оплатой за просмотр
На каких площадках представлены? Сайт/соцсети и др.	сайт, Facebook, Twitter	сайт, мобильное приложение, Instagram, Facebook	сайт, Telegram, Medium, GitHub	мобильное приложение	сайт, Twitter, Facebook, Telegram	сайт, мобильное приложение, Youtube, соцсети	сайт, Facebook, Instagram, Youtube
Как привлекают клиентов?	через соцсети, партнерства, PR	таргетированная реклама, influencer-маркетинг	таргетинг на фрилансеров, криптосообщество	вирусные механики, приглашение друзей	крипосообщества, партнерства, баунти кампании	коллаборации с известными экспертами, таргетированная реклама	реклама, коллаборации с инфлюенсерами, SEO
Стоимость продукции	бесплатно, монетизация за счет платных функций	бесплатно + платная подписка за \$7.99/мес	комиссия 1% со сделки	бесплатно, монетизация за счет рекламы	бесплатно, монетизация за счет комиссий	подписка за \$19/мес или \$99/год	почасовая оплата за просмотр от \$0.5/час
Как давно на рынке?	на рынке с 2012 года	на рынке с 2016	на рынке с 2017 (ICO)	на рынке с 2017	на рынке с 2018	на рынке с 2010 года	на рынке с 2019
Какие преимущества у этой компании?	глобальный охват, большое комьюнити	удобное приложение, верификация пользователей	прозрачность, низкие комиссии, легкий вывод средств	простая механика, геймификация	широкий выбор услуг, анонимность транзакций	качественный контент, известные преподаватели	разнообразный выбор тем, монетизация для авторов
Какие недостатки?	сложный UX, нет мобильного приложения	ограниченный набор категорий услуг	невысокая популярность, нужно разбираться в крипте	не совсем прозрачная монетизация, нет веб-версии	необходимость разбираться в крипте, нет фиата	узкая ниша "креативщиков", высокая стоимость	много непрофессионального контента
Какие отзывы чаще всего пишут клиенты об их продукте?	полезный сервис, но неудобный интерфейс	удобно, безопасно, но мало предложений	выгодно для фрилансеров, но мало заказов	интересная идея, но непонятно как зарабатывать ними	удобно расплачиваться криптовалютой, но мало пользователей	полезные курсы, вдохновляющие преподаватели	интересная модель, но качество контента нестабильное
Какие используют скидки и маркетинговые акции?	приглашение друзей, конкурсы в соцсетях	бесплатный пробный период, реферальная программа	баунти для привлечения пользователей	дейли бонусы, поощрения за активность	эйрдропы, баунти кампании	бесплатный пробный период на 1 месяц, скидки на год	первый час бесплатно, кешбэк за приглашенных друзей

Рисунок 1 – анализ конкурентов

Тенденции, которые мы заметили	
1	Геймификация и использование внутренней валюты. Многие платформы вводят собственные токены или баллы, которые пользователи получают за активность и могут тратить на услуги. Это повышает вовлеченность и мотивирует пользователей.
2	Интеграция с блокчейном и криптовалютами. Ряд проектов используют технологию блокчейн для обеспечения прозрачности и безопасности транзакций, а также принимают оплату в криптовалюте. Это открывает платформы для аудитории криптоэнтузиастов.
3	Мобильность. Наличие удобного мобильного приложения становится обязательным условием для платформ, так как пользователи все чаще предпочитают мобильные устройства для доступа к сервисам.
4	Монетизация через подписки и комиссии. Большинство платформ предоставляют базовые функции бесплатно, но зарабатывают на платных подписках с расширенным функционалом или комиссиях со сделок.
5	Специализация платформ. Наряду с универсальными площадками появляются нишевые проекты, ориентированные на определенную тематику или аудиторию (например, креативные индустрии или фриланс).
6	Упор на качество контента и верификацию пользователей. С ростом конкуренции платформы уделяют больше внимания качеству предоставляемых услуг и информации, а также проверке поставщиков для повышения доверия клиентов.
7	Партнерства с инфлюенсерами и экспертами. Для привлечения аудитории и повышения авторитетности платформы привлекают известных в своей области специалистов, запускают с ними совместные проекты и коллаборации.
8	Реферальные и баунти-программы. Для стимулирования пользователей привлекать новых участников платформы активно используют реферальные программы с вознаграждениями, а также баунти-кампании за продвижение в соцсетях.
9	Разнообразие маркетинговых каналов. Платформы задействуют широкий спектр каналов для привлечения аудитории: таргетированную рекламу, SMM, SEO, партнерства, PR.

Рисунок 2 – Замеченные тенденции

Сверяясь с документами выше, можно заметить, что:

- 1) В **слабые стороны** нашего проэкта входит низкая база экспертов, отсутствие популярности на рынке, низкая популярность – мало заявок, отсутствие платформ, помимо сайта.

2) Наша **сильная сторона** на текущем этапе – это целевая аудитория, в виде студентов СевГУ и полное отсутствие конкурентов, внутри университета. Первостепенной задачей будет распространение площадки внутри университета. Так же, мы будем продвигать максимально user friendly интерфейс и кристальную механику получения токенов и вывода их в рубли, без подводных камней. Собственная валюта является так же преимуществом для создания очень простой и не сложной платформы.

3) Обязанности каждого участника были прописаны в домашнем задании №3, до ближайшего воркшопа. В первую очередь, мы будем писать качественный код и не будем фокусироваться на фишках, которые будет использовать не каждый пользователь. Наши текущие главные задачи:

- качественный и минималистичный продукт
- распространение продукта среди студентов нашего университета
- набор новых участников в команду.