

Re:Step

**Цифровой пилот для зависимых
людей и людей в ремиссии**

Амрин Асанали

Roval team

Blcap HAKATON

2025 г.

1. Описание компании и продукта

1.2. Миссия

Предоставить пользователям надежную цифровую поддержку в восстановлении от зависимости (алкоголь, наркотики, игромания), делая каждый шаг к ремиссии осознанным и простым, без давления и чувства вины.

1.3. Видение

Через 3–5 лет Re:Step станет глобальной экосистемой ментального здоровья, где технологии и психология создают безопасное пространство для миллионов людей, превращая восстановление из борьбы в созидание новой жизни.

1.4. Описание продукта

Проект: Мобильное приложение (цифровой помощник) для поддержки людей в ремиссии.

Основные функции:

Функция 1: Позволяет заменять деструктивные привычки на здоровые ритуалы с помощью методик КПТ (Когнитивно-поведенческой терапии).

Функция 2: Помогает получить мгновенную поддержку через кнопку SOS (связь с волонтерами/специалистами) и отслеживать триггеры через трекер HALT (голод, злость, одиночество, усталость).

Текущее состояние разработки: Идея / Прототип (MVP) для конкурса.

1.5. Ценностное предложение

Наш цифровой помощник Re:Step помогает людям с зависимостью (в ремиссии), которые хотят избежать срывов и наладить жизнь, тем, что предоставляет круглосуточную поддержку через ИИ/кнопку SOS и инструменты перепрограммирования привычек.

Почему пользователь выбирает именно вас:

Пользователь выбирает нас, потому что мы не осуждаем и не просто «считаем дни трезвости», а даем реальные инструменты (КПТ, сообщество, экстренная связь) для изменения мышления и биохимии мозга.

1.6. Описание проблемы

Боли клиентов:

Боль 1: Чувство одиночества и изоляции в борьбе с зависимостью.

Боль 2: Отсутствие быстрой помощи в момент острого желания (триггера) сорваться.

Боль 3: Непонимание, чем заменить освободившееся время и как перестроить рутину.

Подтверждение болей: CusDev (интервью с людьми в ремиссии, анализ форумов анонимных групп).

Последствия для пользователя, если проблема не решается: Срыв (рецидив), усиление депрессии, потеря социальных связей, ухудшение здоровья.

1.7. Решение

Как ваш продукт закрывает эти боли:

Продукт предоставляет «Цифрового пилота», который всегда рядом.

Вместо срыва пользователь нажимает кнопку SOS для связи с психологом или получает задание от ИИ (медитация, стакан воды, пробежка, душ, беседа), что разрывает цепочку «триггер-употребление».

Пример пользовательского сценария:

Пользователь чувствует тревогу (триггер) -> Открывает Re:Step -> Трекер HALT определяет «Усталость и Одиночество» -> Приложение предлагает практику благодарности или соединяет с анонимным чатом поддержки -> Тяга снижается, срыв предотвращен.

Технологические особенности:

Использование ИИ для персонализации рекомендаций, кроссплатформенная разработка (iOS/Android), интеграция видео-чатов.

Преимущества перед текущими вариантами решения проблемы:

Наличие «Тревожной кнопки» (SOS).

Научный подход (КПТ + нейробиология).

Геймификация процесса (уход от скучного лечения).

2. Анализ рынка

2.1 Целевая аудитория

What? (продукт)	Приложение Re:Step (поддержка ремиссии, трекер привычек, психологическая помощь)
Who (потребитель)	Сегмент А: Молодые люди (18–35 лет), осознавшие проблему зависимости, технически подкованные, ищащие анонимности. Сегмент Б: Люди, проходящие реабилитацию, которым нужен инструмент пост-поддержки.
Why? (мотивация)	Страх сорваться, желание вернуть контроль над жизнью, потребность в неосуждающем общении.
When? (когда, время)	В моменты кризиса (тяга), утром (планирование дня), вечером (рефлексия)
Where? (место)	В смартфоне (дома, на работе, на учебе) — помочь всегда в кармане.

2.2. TAM / SAM / SOM

Общий рынок (TAM): Глобальный рынок приложений для ментального здоровья (Mental Health Apps). Расчет: Объем рынка оценивается в \$5-6 млрд. Потенциально — все люди с зависимостями (алкоголь, вещества, игромания) в мире.

Достижимый рынок (SAM): Русскоговорящий сегмент рынка стран СНГ (Казахстан, РФ и др.), пользующийся смартфонами. Расчет: ~3-5 млн человек, сталкивающихся с проблемой зависимости и имеющих доступ к приложениям.

Потенциальная доля (SOM): 1-2% от SAM в первый год. Расчет: Планируем привлечь 10 000 – 20 000 активных пользователей через локальный маркетинг и партнерства.

2.3 Анализ конкурентов

Прямая конкуренция

Имя конкурента	Продукт	Модель монетизации
I Am Sober	Счет дней трезвости от наркотиков	Бесплатно/Подписка за доп функции
Sober One	Счет дней трезвости от наркотиков, ежедневные цитаты	Бесплатно/подписка

Косвенная конкуренция:

Похожие сервисы: Онлайн-сервисы подбора психологов (Zigmund.Online, Alter), Телеграм-боты психологической помощи.

Альтернативные решения: Очные группы Анонимных Наркоманов/Алкоголиков, реабилитационные центры, форумы, тематические Телеграм-каналы.

Таблица сравнения конкурентов

Критерии	Re:Step	I Am Sober	Психолог
Кнопка SOS	Да	Нет	Нет (запись)
Методики	Да	Нет	да
Цена	низкая/бесплатно	Средняя	Высокая
Персонализация (ии)	Да	Нет	Да

2.4. Конкурентные преимущества

Уникальность решения: Сочетание трекера с экстренной кнопкой SOS и живым волонтерским сообществом.

Технологический стек: ИИ-ассистент, который адаптирует программу под состояние пользователя в реальном времени.

Скорость и удобство: Помощь в 1 клик, не нужно искать номер телефона или записываться на прием.

Стратегия маркетинга и продаж

3. Стратегия маркетинга и продаж

3.1. Позиционирование

Как вы хотите восприниматься на рынке: Как «цифровой друг» и наставник, а не как медицинский инструмент или надзиратель.

Основное сообщение бренда: «Восстановление — это не борьба, это создание новой жизни. Мы поможем сделать первый шаг».

УТП (Уникальное Торговое Предложение): Единственное приложение, объединяющее конструктор привычек и экстренную человеческую помощь в одной кнопке.

3.2. Каналы привлечения

TikTok / Reels / Shorts: Вирусные ролики в формате storytelling («история моего восстановления», «как работает мозг при срыве»), POV-видео, образовательный контент про дофамин и привычки.

Telegram / WhatsApp: Создание собственного комьюнити, посев в тематических чатах взаимопомощи, закупка рекламы в каналах про психологию.

SEO: Лэндинг с блогом (статьи «как бросить...», «что делать при срыве»).

Партнерства: Сотрудничество с НКО, реабилитационными центрами, блогерами-психологами.

3.3. Ценообразование Модель монетизации: Freemium (основной функционал бесплатен, расширенный — по подписке).

Пакет «Basic» (Бесплатно): Трекер дней, базовый дневник, ограниченный доступ к сообществу.

Пакет «Premium» (2000-3000 тг/мес): Полная статистика, безлимитный доступ к чатам, персональный план от ИИ, приоритетная поддержка SOS.

Обоснование цен: Цена доступна для студента/молодого специалиста (дешевле 1 сеанса психолога).

3.4. Стратегия масштабирования

Расширение: Локализация приложения на английский язык для выхода на Global рынок.

Новые функции: Видео-консультации с сертифицированными врачами внутри приложения.

B2B: Партнерство с клиниками (Re:Step как инструмент сопровождения пациентов после выписки).

4. Операционная деятельность

4.1. План разработки Этап

Проектирование архитектуры и дизайн MVP.

Цель этапа MVP: Собрать работающее приложение с функциями Трекера и SOS-кнопки, получить первые 100 пользователей.

Показатели успеха: Retention Rate (возвращаемость) > 30% на 7-й день.

4.2. Технологии Языки разработки

Dart (Flutter) или JavaScript (React Native) для кроссплатформенности.

Сервисы, API, инфраструктура: Firebase (Auth, Database), OpenAI API (для ИИ-ассистента), Google Cloud.

4.3. План реализации (Roadmap) На 12 месяцев

Месяц 1-2: Разработка MVP, CustDev.

Месяц 3: Релиз бета-версии, тест на фокус-группе

Месяц 4-6: Маркетинг, привлечение первых 1000 пользователей.

Месяц 7-12: Внедрение платных функций, выход на рынок СНГ.

5. Финансовый план

5.1. Начальные инвестиции

Разработка MVP (оплата серверов, лицензий) — 30%.

Маркетинг на старте (таргет, блогеры) — 50%.

Юридическое оформление и операционные расходы — 20%.

Зачем: Для быстрого запуска и проверки гипотезы на реальном трафике.

5.2. Статьи доходов

Подписка Premium (Основной продукт).

Донаты от благодарных пользователей.

Комиссия с консультаций психологов (в будущем).

5.3. Статьи расходов

Маркетинг и привлечение клиентов (CAC).

Оплата облачной инфраструктуры.

Администрирование и контент-мейкинг.

5.4. Прогноз прибыли

На 1 год: Выход в "ноль" (операционная окупаемость). На 3 года: Рост выручки за счет международной экспансии, прибыль. 5.5. План привлечения инвестиций

Сколько средств требуется: (Например: 5 млн тенге).

На что будут потрачены:

Доработка продукта до идеала и агрессивный маркетинг.

Какая доля предлагается инвестору: 5-10% (обсуждается).

Планируемые сроки окупаемости: 18-24 месяца.