

SWOT-анализ для сервиса планирования маршрутов

Сильные стороны (Strengths)

- **Персонализация:** Высокий интерес аудитории к персонализированным маршрутам и рекомендациям.
- **Готовность к ИИ:** 77.8% респондентов поддерживают автоматическое создание маршрутов.
- **Высокий спрос:** 90% опрошенных готовы протестировать сервис.

Слабые стороны (Weaknesses)

- **Низкая привычка к исследованию города:** Основная аудитория редко занимается прогулками (менее раза в месяц).
- **Скептицизм к ИИ:** 15.6% не хотят указывать свои интересы, а 44.4% относятся к ИИ с осторожностью.
- **Ошибки со стороны ИИ:** Возможные ошибки ИИ-планировщика, которые могут снизить доверие пользователей.

Возможности (Opportunities)

- **Развитие AI-алгоритмов:** Интеллектуальные маршруты, учитывающие загруженность локаций, погоду и предпочтения пользователей.
- **Монетизация через премиум-функции:** Подписка на эксклюзивные AI-маршруты, интеграция с бизнесами.
- **Сотрудничество с городскими сервисами:** Интеграция с туристическими центрами, музеями, кафе.

Угрозы (Threats)

- **Конкуренция с Яндекс.Картами:** уже сформированная аудитория, высокий уровень доверия.
- **Низкая активность аудитории:** 25% почти не исследуют город.
- **Скептицизм к новым продуктам:** не все пользователи готовы доверять автоматизированным маршрутам.
- **Ошибки со стороны ИИ:** Возможные негативные реакции пользователей на ошибки ИИ-планировщика.

Бенчмаркинг (анализ конкурентов)

Яндекс.Карты

- **Сильные стороны:**
 - Полная экосистема сервисов (навигатор, общественный транспорт, пробки, отзывы).
 - Большая база данных о заведениях.
 - Хорошая интеграция с поисковыми запросами.
- **Слабые стороны:**
 - Ограниченная персонализация маршрутов.
 - Пользователи "заперты" в экосистеме.
 - Недостаточная гибкость в создании индивидуальных маршрутов.

Сервис "Куда"

- **Сильные стороны:**
 - Возможность выбора города и отметки посещённых мест.
 - Более туристический и социальный фокус.
- **Слабые стороны:**
 - Нет стандартных и AI-маршрутов.
 - Ограниченная база данных по заведениям.

1. TAM

В 2024 году сервисами "Яндекс карты", "Яндекс навигатор" и "Яндекс метро" в России пользовались **90 млн человек в месяц**. По данным панели Mediascope, суммарная месячная аудитория «2ГИС» за июль 2019 года аудитория пользователей «2ГИС». По данным опроса, только 4 респондентов из 45 выбрали только этот пункт. Поэтому, аудитория только пользователей «2ГИС» составляет примерно 8 млн. Итого, общий рынок (TAM) составляет примерно **100 млн**, учитывая другие сервисы.

2. SAM

По данным Росстат за 2024 год, количество граждан возрастом от 16 до 29 лет составляет почти 21 млн.

Учитывая данные опроса:

- 77.8% поддерживают автоматизацию.
- 55.6% доверяют ИИ.

Предположим, 60% ЦА заинтересованы в новом сервисе.

$SAM (16-29 \text{ лет}) = 21 \text{ млн} \times 60\% = 12.5 \text{ млн пользователей.}$

Для других возрастных групп, из-за ограниченности данных, можно предположить SAM для остальных возрастных групп примерно в 5 млн пользователей, что суммарно даёт 17.5 млн пользователей, заинтересованных в сервисе.

3. SOM

Факторы:

- Ограниченные ресурсы для масштабирования.
- Конкуренция с Яндекс.Картами (занимают доминирующую позицию).
- Высокая готовность к тестированию (90%).

Сценарии:

- **Пессимистичный:** Захват 1% SAM = $12.5 \text{ млн} \times 1\% = 125 \text{ тыс. пользователей.}$
- **Реалистичный:** Захват 2.5% SAM = $12.5 \text{ млн} \times 2.5\% \approx 313 \text{ тыс. пользователей.}$
- **Оптимистичный:** Захват 5% SAM = $12.5 \text{ млн} \times 5\% = 625 \text{ тыс. пользователей.}$