# **Содержание**

[**Содержание** 1](#_Toc194228274)

[**1.** **Анализ конкурентов** 2](#_Toc194228275)

[**1.1.** **Бенчмаркинг по основным конкурентам** 2](#_Toc194228276)

[**1.1.1.** **Stay Free** 2](#_Toc194228277)

[**1.1.2.** **Action Dash** 3](#_Toc194228278)

[**1.1.3.** **Экранное время + блокировка** 3](#_Toc194228279)

[**1.1.4.** **Digitox** 4](#_Toc194228280)

[**1.1.5.** **Общее сравнение сервисов.** 4](#_Toc194228281)

[**1.2.** **SWOT-анализ нашего продукта** 7](#_Toc194228282)

[**1.2.1.** **Strengths (сильные стороны)** 7](#_Toc194228283)

[**1.2.2.** **Weaknesses(Cлабые стороны)** 7](#_Toc194228284)

[**1.2.3.** **Opportunities (Возможности)** 7](#_Toc194228285)

[**1.2.4.** **Threats (Угрозы)** 8](#_Toc194228286)

[**2.** **Целевая аудитория** 8](#_Toc194228287)

[**2.1.** **Технические риски** 9](#_Toc194228288)

[**2.2.** **Актуальность** 9](#_Toc194228289)

[**2.3.** **География** 9](#_Toc194228290)

[**2.4.** **SAM/SOM** 10](#_Toc194228291)

[**2.5.** **Отличия от конкурентов:** 11](#_Toc194228292)

[**3.** **Экономика и монетизация** 11](#_Toc194228293)

[**3.1.** **Монетизация** 11](#_Toc194228294)

[**3.2.** **Юнит-экономика и воронки продаж** 12](#_Toc194228295)

**[4.](#_Toc194228296)****[Дорожная карта](#_Toc194228296)** [15](#_Toc194228296)

1. **Анализ конкурентов**
   1. **Бенчмаркинг по основным конкурентам**

Был проведен анализ конкурентов, который позволяет выявить ключевые особенности сервисов.

* + 1. **Stay Free**

Оценка пользователей 44,1 млн+ скачиваний

Сильные стороны:

* Отсутствие рекламы;
* Функция сна и концентрации;
* Ограничение на работу приложений;
* Детализированная статистика использования за разные периоды.

Слабые стороны:

* Блокировка не срабатывает после превышения лимита (сброс при перезапуске);
* Непонятные настройки и ошибки при работе с приложениями без заданного лимита;
* Избыточный набор разрешений и неудобный интерфейс;
* Отсутствие умных функций на базе ИИ и системы постановки целей.
  + 1. **Action Dash**

Оценка пользователей 43,1 млн+ скачиваний

Сильные стороны:

* Предоставляет статистику за неделю ещё до установки приложения;
* Простой и понятный интерфейс;
* Система достижений и возможность получения очков;
* Ограничение времени использования приложений без рекламы и с поддержкой смены темы.

Слабые стороны:

* Блокировка не активируется после истечения лимита;
* Замедленная работа с подвисаниями и проблемы с выбором конкретных приложений для блокировки.
  + 1. **Экранное время + блокировка**

Оценка пользователей 42,1 млн+ скачиваний

Плюсы:

* Ограничение времени в играх и ночное отключение телефона;
* Удобный интерфейс с наличием базовой статистики и функций перерыва.

Минусы:

* Полностью платная модель, что ограничивает аудиторию;
* Частые сбои в блокировке и подсчёте времени;
* Отсутствие умных функций, списка целей и детализированной статистики по выполненным задачам.
  + 1. **Digitox**

оценка пользователей 46,1 млн+ скачиваний

Сильные стороны:

* Категоризация приложений и подробный мониторинг использования;
* Возможность установки лимитов, ежедневные и еженедельные отчёты;

Слабые стороны:

* Отслеживание времени ограничено 10 днями;
* Технические сбои в работе ограничений и трекинге;
* Отсутствие умных функций ИИ, списка целей и статистики по выполненным задачам.
  + 1. **Общее сравнение сервисов.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Функции** | **Наше приложение** | **Stay Free** | **Action Dash** | **Экранное время + блокировка** | **Digitox** |
| Анализ времени в приложениях | **✔️** | **✔️** | **✔️** | **✔️** | **✔️** |
| диаграмма статистики | **✔️** | **✔️** | **✔️** | **✔️** | **✔️** |
| Список целей | **✔️** | **❌** | **❌** | **❌** | **❌** |
| Статистика по выполненным целям | **✔️** | **❌** | **❌** | **❌** | **❌** |
| Просмотр статистики за 3, 7, 15, 30 дней и за все время | **✔️** | **✔️** | **❌✔️**  (просмотр только за 7 дней) | **❌** | **✔️** |
| Мотивационные уведомления | **✔️** | **✔️** | **✔️** | **❌** | **✔️** |
| Блокнот, виджет для блокнота | **✔️** | **❌** | **❌** | **❌** | **❌** |
| ИИ предлагает возможные задачи | **✔️** | **❌** | **❌** | **❌** | **❌** |
| Периодическое напоминание | **✔️** | **❌** | **❌** | **❌** | **❌** |
| |  | | --- | | Разные системные звуки уведомлений |  |  | | --- | |  | | **✔️** | **✔️** | **❌** | **❌** | **❌** |
| Ограничение работы приложений | **✔️**  (до 6 штук, в премиуме больше) | **✔️** | ✔️ | ✔️ | ✔️ |
| |  | | --- | | Таймер фокусировки |  |  | | --- | |  | | **✔️**  (30 мин - 2 часа, в премиуме более 2 часов) | **✔️** | **✔️** | ✔️ | ✔️ |
| Автопродление премиума | **✔️** | **❌** | **❌** | **✔️** | **❌** |
| Монетизация | **✔️** | **❌** | **❌** | **✔️** | **❌** |
| Гибкость подписки | **✔️**  (скидки на долгие периоды) | **❌** | **❌** | **✔️**  (скидки на долгие периоды) | **❌** |
| Полностью платное | **❌** | **❌** | **❌** | **✔️** | **❌** |

1. Сравнение конкурентов

**Выводы**:

Stay Free — предоставляет базовый анализ времени и диаграмму статистики, но отсутствуют функции планирования (список целей, статистика по выполненным целям) и ИИ-решения, что снижает ценность сервиса для пользователей, ищущих комплексный контроль.

Action Dash — прост в использовании и имеет систему достижений, однако ограничена в возможностях анализа (нет расширенного просмотра статистики, отсутствуют блокнот и ИИ-задачи), что делает его менее гибким для активного планирования.

Экранное время + блокировка — ориентирован на базовое ограничение использования с удобным интерфейсом, но его модель полностью платная, ограниченный период просмотра статистики (только 7 дней) и отсутствие умных функций существенно ограничивают функционал.

Digitox — силён в анализе времени и отчётах, однако отсутствует список целей, ИИ-предложения и гибкая подписка, что снижает его конкурентное преимущество в комплексном управлении продуктивностью.

* 1. **SWOT-анализ нашего продукта**
     1. **Strengths (сильные стороны)**

Уникальные функции:

* Комплексный анализ активности пользователя: сбор и визуализация данных о шагах, использовании приложений, заметках для улучшения продуктивности и самоконтроля.
* Возможность составления списка целей и сравнения результатов по дням.
* Интеграция AI для предложения возможных задач.
  + 1. **Weaknesses(Cлабые стороны)**

Ограниченный функционал на начальном этапе:

* Некоторые продвинутые функции доступны только для авторизованных пользователей, что может замедлить первичное вовлечение новых клиентов.
* Отсутствие интеграций с внешними календарями и другими сервисами, которые могут повысить ценность продукта.

Маркетинговые риски:

* Низкая известность бренда на старте по сравнению с более популярными конкурентами.
  + 1. **Opportunities (Возможности)**

Расширение функционала:

 – Интеграция с календарями, и приложениями как google fit для более комплексного управления временем и задачами.

Международный рынок:

* Адаптация под страны СНГ.

Охват аудитории:

Выпуск приложения для устройств Apple (iOS), что позволит охватить более широкую аудиторию пользователей и укрепить позиции на рынке.

* + 1. **Threats (Угрозы)**

Агрессивная конкуренция:

* Конкуренты могут снизить цены или добавить AI обработку.

Законодательные риски:

* Законодательные риски.

Экономическая нестабильность:

* Снижение платежеспособности целевой аудитории в кризисных условиях может негативно сказаться на доходности премиум-подписок.

1. **Целевая аудитория**

**Кто наш основной клиент?**

— Студенты

— Фрилансеры

— Офисные работники

— Люди, стремящиеся к эффективному управлению своим временем.

* 1. **Технические риски**

Потенциальные сложности разработки:

• Интеграции с внешними сервисами. Решение: разработка API-слоя с

возможностью адаптации к изменениям сторонних сервисов.

• Безопасность данных. Внедрение шифрования, использование HTTPS

протокола, Spring Security, JWT токенов.

• Сложность тестирования. Решение: автоматизация тестирования,

CI/CD-пайплайны.

• Низкая производительность AI-модели (долгая генерация ответов).

Решение: кэширование частых запросов (Redis).

* 1. **Актуальность**

**Почему пользователям нужно наше приложение?**

1. Информационная перегрузка из-за слишком частого использования смартфона
2. Неосознанная потеря времени в течение дня из-за отсутствия контроля над его использованием
3. Нехватка организованного подхода к задачам.
   1. **География**

Приоритетной география пользователей являются Россия, страны СНГ (акцент на городах-миллионниках).

* 1. **SAM/SOM**

**Количество пользователей Android в России (TAM):**

Количество пользователей Android в России: ~84 млн (По данным Statcounter Global Stats на февраль 2025 года).

Процент пользователей, заинтересованных в продуктивности и тайм-менеджменте: ~15% (оценка на основе интересов аудитории).

Таким образом, TAM = 84 млн \* 15% = 12.6 млн пользователей.

**Процент аудитории, заинтересованной в продуктивности, здоровье и планировании (SAM):**

Целевая аудитория:

Студенты, фрилансеры, офисные работники и обычные люди, заинтересованные в продуктивности.

Ориентировочно, это ~40% от TAM.

SAM = 12.6 млн \* 40% = 5.04 млн пользователей.

**Реалистичная доля рынка (SOM):**

Реалистичная доля рынка, достижимая за 1-3 года, с учётом конкуренции и маркетинга. Обычно составляет 5-10% SAM.

SOM = ~252 тысяч - 504 тысяч пользователей.

* 1. **Отличия от конкурентов:**

Почему клиенты выберут нас?

**Комплексный анализ дня — всё в одном месте**

Проблема конкурентов:

— Одни приложения показывают только экранное время (StayFree), другие — шаги (Google Fit), третьи — заметки (Evernote). Пользователям приходится переключаться между сервисами.

Ваше решение:

— 3 в 1: анализ времени в приложениях + шагомер + блокнот с привязкой к времени.

**ИИ, который действительно помогает**

Проблема конкурентов:

— У большинства нет ИИ или он предлагает шаблонные советы ("меньше сидите в телефоне").

Ваше решение:

— Умные рекомендации на основе данных

1. **Экономика и монетизация**
   1. **Монетизация**

* Сбалансированная модель с бесплатной версией и премиум-подпиской, включающей расширенные возможности (более длительный таймер, увеличение лимита блокировки и т.д.).
* Гибкая система скидок при долгосрочной подписке.

1 месяц – 199 руб.  
 3 месяца – 599 руб. (экономия 10%).  
 6 месяцев – 999 руб. (экономия 20%).  
 2 месяцев – 1699 руб. (экономия 30%)

Тестовый период:

7-дневный пробный период для премиум-функций, позволяющий пользователям оценить преимущества продукта до оплаты.

* 1. **Юнит-экономика и воронки продаж**

В расходах пока, что ограничимся расходами на рекламу, не учитывая остальные расходы

Посчитаем юнит экономику проекта, считая, что 3% от итогового количества пользователей оформит подписку

**Средний чек при условии, что пользователи могут выбрать более длительную подписку (3, 6,12 месяцев):** **180р в месяц**

Запустим рекламу, один человек челок, привлеченный по рекламе – 0.6р.

5.000 пользователей привлекаем по рекламе, затраты на рекламу 3000р.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этап | Конверсия | Количество пользователей |
| Скачали приложение | 100% | 5.000 |
| Зарегистрировались | 30% | 1.500 |
| Оформили подписку | 3% | 150 |

1. Воронка продаж 5000 пользователей 3%

Читая прибыль: 180\* 150р -3000 = 24.000р

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| **Стоимость привлечения 1 пользователя** | **0,6р** |
| **Конверсия в подписку** | **3%** |
| **Стоимость привлечения одного платящего клиента** | **0,5 ₽ ÷ 3% = 20р** |
| **Прибыль с одного платящего клиента** | **180 – 20= 160р** |

1. Юнит-экономика (сколько зарабатываем с одного пользователя)

Посчитаем юнит экономику проекта, считая, что 3% от итогового количества пользователей оформит подписку, но уже привлечем **10.000** человек:

**Средний чек:** **180р в месяц**

Запустим рекламу, один человек челок, привлеченный по рекламе – 0.5р.

10.000 пользователей привлекаем по рекламе, затраты на рекламу 5000р.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этап | Конверсия | Количество пользователей |
| Скачали приложение | 100% | 10.000 |
| Зарегистрировались | 30% | 3.000 |
| Оформили подписку | 3% | 300 |

1. Воронка продаж 10000 пользователей 3%

Чистая прибыль: 54.000р - 5.000 р = 49.000 р

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| **Стоимость привлечения 1 пользователя** | **0,5р** |
| **Конверсия в подписку** | **3%** |
| **Стоимость привлечения одного платящего клиента** | **0,5 р ÷ 3% = 17р** |
| **Прибыль с одного платящего клиента** | **180р – 17р = 163р** |

1. Юнит-экономика (сколько зарабатываем с одного пользователя)

Посчитаем юнит экономику проекта, считая, что 1% от итогового количества пользователей оформит подписку:

**Средний чек:** **180р в месяц**

Запустим рекламу, один человек, привлеченный по рекламе – 0.6р.

5.000 пользователей привлекаем по рекламе, затраты на рекламу 3000р.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этап | Конверсия | Количество пользователей |
| Скачали приложение | 100% | 5.000 |
| Зарегистрировались | 30% | 1.500 |
| Оформили подписку | 1% | 50 |

1. Воронка продаж 5000 пользователей, 1%

Читая прибыль: 9.000р - 3.000р = 6.000р

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| **Стоимость привлечения 1 пользователя** | **0,6р** |
| **Конверсия в подписку** | **1%** |
| **Стоимость привлечения одного платящего клиента** | **0,6 р ÷ 1% = 60р** |
| **Прибыль с одного платящего клиента** | **180 р – 60 р= 120р** |

1. Юнит-экономика (сколько зарабатываем с одного пользователя)
2. **Дорожная карта**

**Этап 1: Подготовка и запуск MVP (0-3 месяца)**

1. **0-1 месяц:**
   * Завершение анализа конкурентов и аудитории.
   * Формирование команды и ТЗ.
   * Выбор технологий.
   * Разработать концептуальный дизайн и основные сценарии использования приложения
2. **1-2 месяц:**
   * Разработка базового функционала:
   * Создание простого интерфейса.
3. **2-3 месяц:**
   * Запуск MVP для бета-тестирования.

.

**Этап 2: Развитие продукта и выход на рынок (3-6 месяцев)**

1. **4-5 месяц:**
   * Тестирование новых функций.
   * Оптимизация интерфейса и AI
2. **5-6 месяц:**
   * Запуск маркетинговой кампании с акцентом на AI.

**Этап 3: Масштабирование и улучшение (6-12 месяцев)**

1. **6-10 месяц:**
   * Новые тарифы.
   * Реферальная программа.
2. **10-12 месяц:**
   * Выход на рынки СНГ (Казахстан, Беларусь).
   * Запуск приложения на iOS.