Вырезки:

Удовлетворение примитивных потребностей – основа основ. По мере удовлетворения одних потребностей, возникают другие более высокие в пирамиде Маслоу.

Важно учесть возрастную структуру. Каждый тип потребителей имеет свои собственные потребности. Например: для молодежи это потребность в может быть в онлайн общении, для людей по старше – совместное времяпровождение, личные беседы.

Социальные взаимодействия:

- экономические;

- профессиональные;

демографические (включает контакты между представителями разных полов, культур и возрастов);

Основная цель – сделать наш продукт **необходимым.** Чего не хватает людям, а мы можем дать? Необходимо найти причину пользоваться продуктом. Нецелесообразно делать «обычное» приложение, которых 1000+ на рынке. Нужно найти **изюминку**.

Обмен идеями (любыми представлениями, сведениями, убеждениями). Обмен волевыми импульсами при которых люди согласуют свои действия. К этому может относится совместное участие в спорте, прогулках, отдыхе. Не всем легко найти подходящего человека для совместного времяпровождения, так сказать людей близких по духу.

Возможность получать знания здесь и сейчас, мгновенное взаимодействие пользователей.

Что если сориентировать одну из возможностей проекта в сферу услуг. Покупка продуктов, например. За основу взять функционал UBER.

Профиль. Мне кажется важный элемент безопасности. Мы делаем продукт для людей и по сути неважно какой будет функционал, но мы должны позаботиться о безопасности пользователей насколько это возможно с нашей стороны. Профиль пользователя это информация о доверии. Например может иметь такой набор данных:

- как давно зарегистрирован в сервисе;

- Сколько было успешных сделок (При закрытии поста или совершения действия, другое контактное лицо с кем эта сделка проводилась, ставит свою отметку по бальной шкале, с описанием совершенного действия.)

- привязка аккаунта пользователя, например к телефону, который является как id уникальным для всего проекта. Даже при удалении аккаунта пользователя телефон должен быть сохранен в базе, чтобы исключить повторную регистрацию с чистым аккаунтом.

- можно дополнительно подтверждать аккаунт документами, и показывать это на странице профиля. Скажем цена такой услуги 10$ за обработку информации.

- если аккаунт не подтвержден телефоном или документами, то ограничить функционал пользователя возможностью просматривать информацию, НО НЕ вступать в контакт с другими людьми и не видеть их данных.

Режим SOS. Когда очень необходима помощь и с помощью программы я могу разослать свой запрос близлежащим пользователям, которые находятся в радиусе действия поста. Может срабатывать на близких дистанциях. На карте видно, где человек находится и какого рода помощь ему нужна. Нажатием на сообщение показывается вся информация и возможностью откликнуться на проблему. Например, если у меня что-то с автомобилем и рядом никого нет чтобы помочь, но у кого установлено приложение могут увидеть запрос, и если меня не пугает профиль этого человека я могу принять запрос. Тут можно при создании поста сделать настройку показывать локацию или нет, или показывать после просмотра профиля.

**Идея дисконта по локации.**

Кто любит шопинг? Миллионы, а кто любит скидки, миллионы. Что если создать среду для показа скидок при нахождении в определенном месте и эти скидки могут группироваться в списки и потом в удобное время их можно просмотреть. Можно сделать фильтр по категориям мода, компьютер, сад и огород. Получить скидку можно если показать на устройстве штрих код например, или зайти на сайт с совершить покупку с определенным промо кодом. Компания получает дополнительных клиентов, а мы процент от сделки.

**Теперь о проблемах.** В 2006 году была создана компания (Groupon) в виде социальной сети, где люди смогли бы общаться и совершать вместе полезные действия. В самом начале эта компания, тогда называлась по другому, была нацелена чтобы объединить людей для организации мероприятий, написания коллективных петиций или совершения пожертвований. Спустя какое-то время цель компании изменилась, скорее не смогли воплотить и довести до кондиции эти идеи. Чтобы там ни было, новая компания переквалифицировалась в сайт коллективных покупок. Опять же смысл в том, чтобы делать какие-то вещи коллективно. Принцип был такой. С помощью сайта пользователи получали скидки, которые становились активными если набиралось достаточное кол-во участников. На мой взгляд это минус, так как никому не хочется быть зависимым от кого-то. Так же проблема была в том, что на сайте устанавливались сроки действия акций, с одной стороны психологическое давление на покупателя за счет срока действия, с другой стороны опять же неудобство. Я просмотрел много отзывов руководителей компаний, которые говорили, что от сотрудничества в купонном деле пользы было мало. Чаще выручка росла, но прибыль снижалась. Я так же провел исследования по ценам. На практике они завышены. Скажем, если телефон стоит 649$ в магазине, то на сайте стоит цена 999 и 30% скидка. Сегодня много людей которые считают деньги и смогут легко понять подставу. Сегодня сложно получить хорошую маржу на услуги или товары и иметь свой процент с этого, так как компанию сами разрабатывают свои системы лояльности. На мой взгляд этот бизнес в том виде, что есть сейчас скоро умрет, если не внести что-то новое в принцип работы. Скажем, чтобы клиент добровольно возвращался за услугой, видел честные цены и смог бы оперативно получать нужную ему информацию, не захламляя его список в телефоне сотнями позиций. Хотя тут есть еще над чем подумать …

Еще момент. В 1квартале 2014 года, компания Групон зарегистрировала убыток в 38млн.$, что в 10 раз больше чем в 2013. Это не есть хорошо.

Сегодня также существуют тысячи форков этого вида бизнеса и все они почти один в один похожи на групон. Некоторые тупо берут информацию с их сайта и транслируют у себя.

Ближайший конкурент и один из крупнейших магазинов коллективных скидок LivingSocial то же чувствует себя плохо. Уже в 2013 году появились финансовые проблемы. А еще их взломали и украли 50 млн. Данных их пользователей.

Обратите внимание на кол-во пользователей… рынок большой, надо только подстроиться под него и исправить недостатки существующих конкурентов. А значит один из главных моментов, на которые нужно обратить НАМ внимание – безопасность. Одна ошибка и все наши усилия пойдут прахом.

Что касается конкурентов, то они либо копируют функционал групона, либо настолько ничтожны, что смысла обращать на них внимание не вижу.

**Знакомство.**

Когда я могу создать пост о желании познакомиться с указанием дистанции и критериев. Например, когда пришел на дискотеку. Функционал может быть обычным как на сайте знакомств, только привязан к локации и с возможностью сразу начать общение.

Есть ли программа, которая показывает что находится во круг тебя? Я говорю о базе, которую могут создавать сами пользователи. Не все места имеются в оф. Источниках. Это близко к тому, что мы делаем сейчас и что задумывал Ашот. Я просмотрел некоторых конкурентов и них десятки тыч. Клиентов, но реализация очень слабая. Жалобы на глюки, на фильтры, что не работают от удаления от объекта, что было бы логичным если меняется моя локация. ЭТО одна из необходимостей.