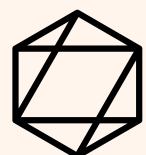


Handleit

Help is near.



НИКИТА КОРОЛЕВ

СОДЕРЖАНИЕ

1

О продукте

2

Пользователи

3

Product/Market Fit

4

Управление продуктом

5

Управление финансами

6

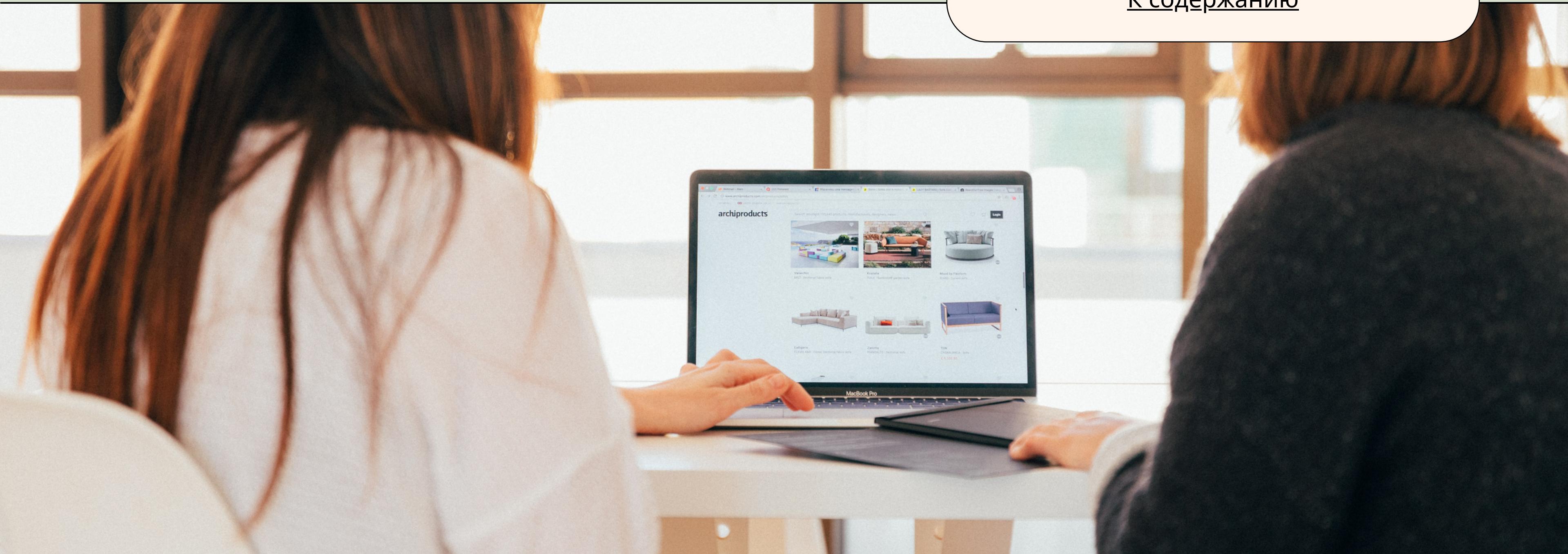
Продуктовая аналитика

7

Продукт

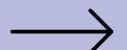
О продукте

[К содержанию](#)



Сервис Handleit

Сервис для поиска экспертов, готовых помочь, делится своим опытом и знаниями за бесплатно (ну или почти). Пользователь оставляет заявку с описанием проблемы в приложении - заявка в обезличенном виде попадает в стек заявок, которые видят "эксперты". Эксперты откликаются и пользователь выбирает того, от кого он хочет принять помощь. В случае если пользователь хочет, чтобы ему помогли очно, он может выбрать радиус рассылки заявки отправив гео-тег местонахождения.



Бизнес-цели

- 01
- 02
- 03

Бизнес-цель

Запустить успешное приложение, которое установят 100 000 раз в течение года при инвестициях в 50 тыс. рублей.

Маркетинговая цель

Получить 10 000 установок приложения через 3 месяца, при этом стоимость установки не должна превышать затраты на привлечение.

Продуктовая цель

Рост LTV на 50% в конце 2023 года.



Продуктовая команда

Никита Королев

Пользователи

[К содержанию](#)



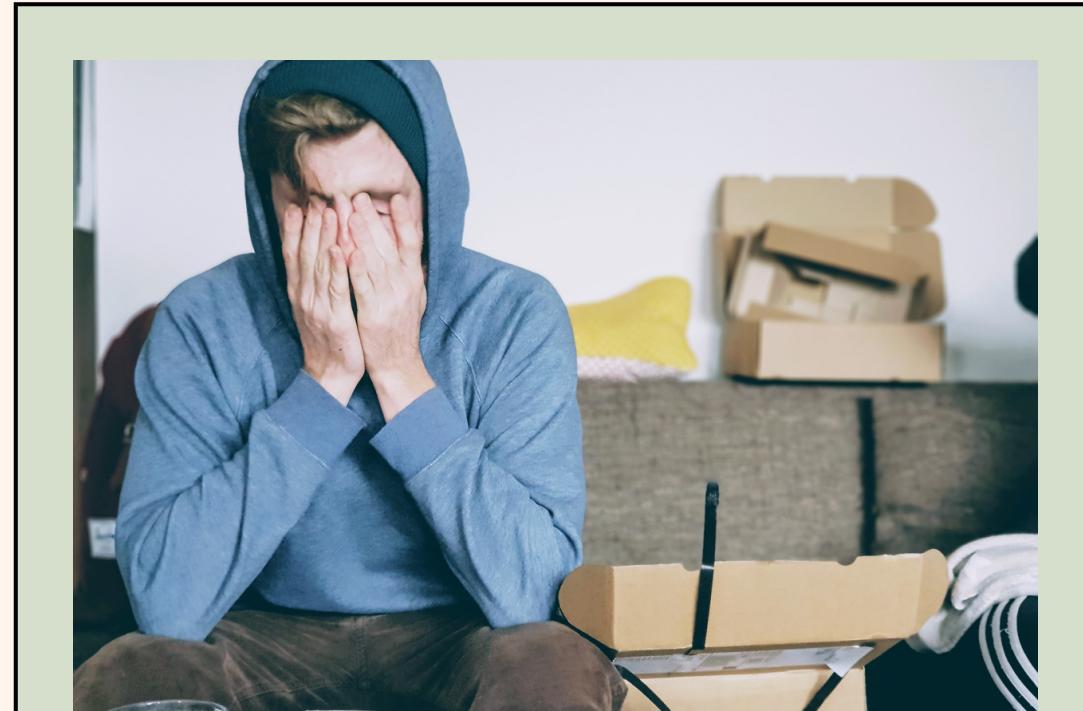
Гипотезы проблемного интервью



Люди (в частности молодежь)
нуждается в экспертной помощи /
наставничестве по разным
вопросам



Людям сложно найти знающего и
действительно полезного для них
человека



На поиск нужного человека уходит
много времени и сил, а помощь
профессионалов достаточно
дорогая

ссылка на таблицу с вопросами и ответами интервью:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1z1G6byYEy8IHaQjObqf0dH6DtMrTGkOJn9_iHWdBbAA/edit?usp=sharing

CJM

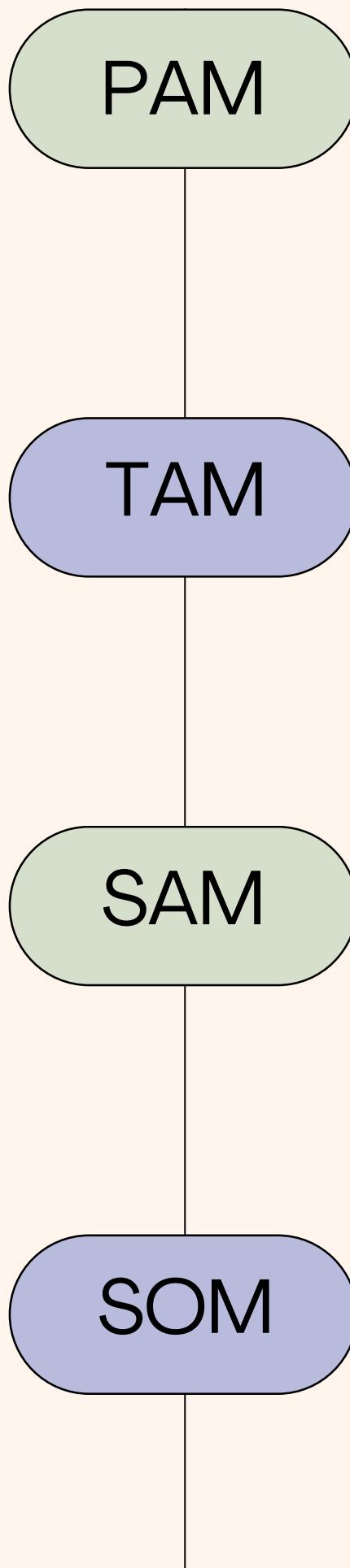
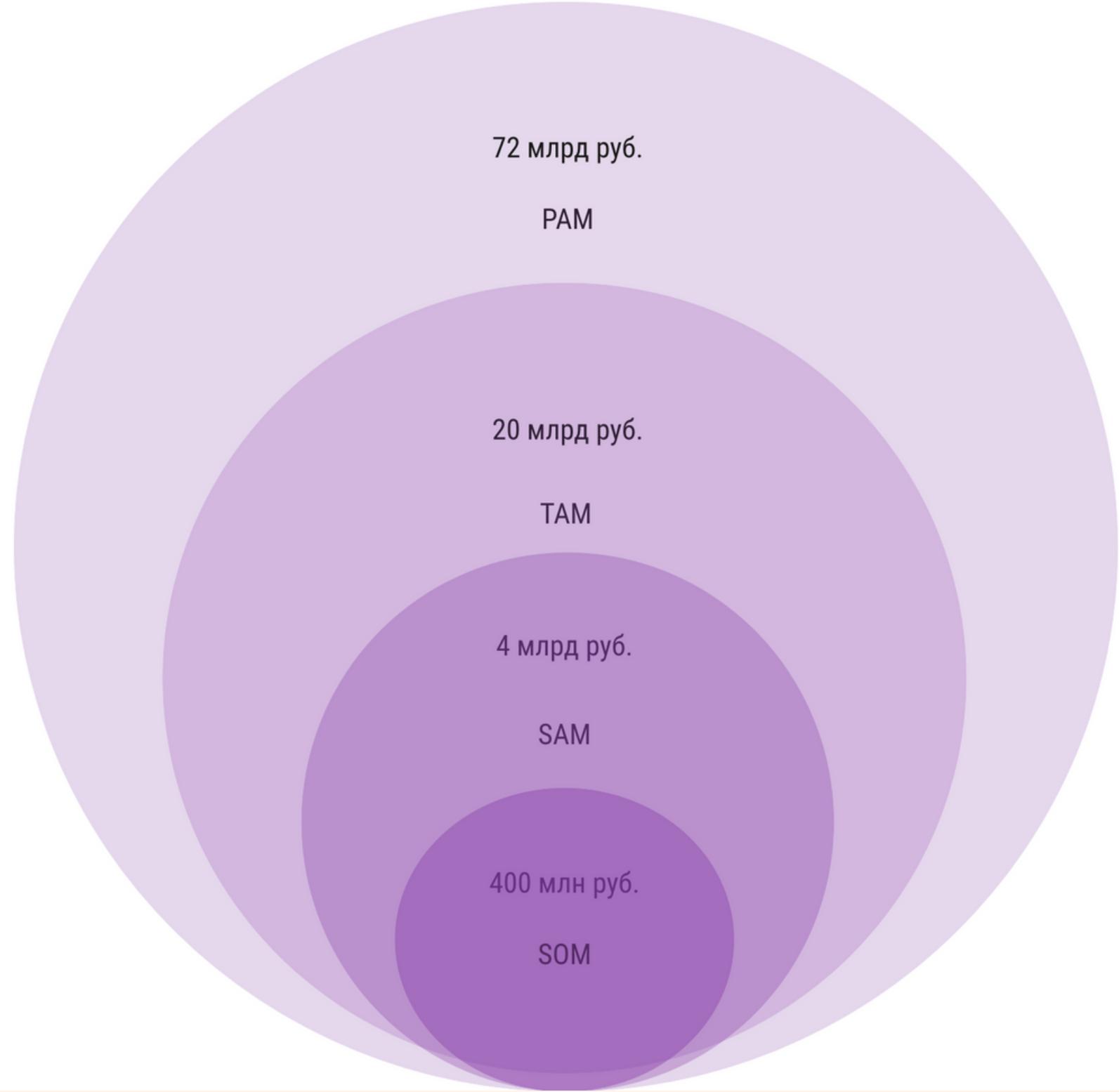
<https://www.figma.com/file/UKUx5q8iZGWoTCKXrULilj/Untitled?node-id=1%3A145&t=vMTPd9HImG8Aj9X2-1>



Product/Market Fit

[К содержанию](#)





Городское население России в возрасте от 15 лет - 90 млн человек. Средний чек за услугу - 800 рублей. Потенциальный общий объем рынка составит - 72 млрд рублей.

Городское население России в возрасте от 15 до 30 лет - 25 млн человек. Средний чек за услугу - 800 рублей. Общий объем целевого рынка составит - 20 млрд рублей.

Доступный объем целевого рынка: 5 млн человек * 800 руб. = 4 млрд руб

Реально достижимый объем рынка: 4 млрд руб * 10% = 400 млн руб., где 10% - объем рынка, который планирует занять Handleit.

Рынок
агрегаторов
услуг
является
постоянным
и растущим.

Основные конкуренты:

1. Яндекс.Услуги
2. Профи
3. Авито

Сравнение конкурентов

Сервис	Rating (Play Market)	Rating (App Store)	Монетизация	Популярность
Авито	4.1	4.8	Реклама, доп. услуги, подписка	63 млн запросов
Яндекс.Услуги	2.8	4.1	Процент от сделки	200 тыс. запросов
Профи	4.6	4.8	Оплата за отклик, процент от сделки	1 млн запросов

Основные выводы

1

Целевой рынок в РФ только начинает развиваться

2

Наиболее сильным игроком на рынке предложения услуг видится сервис Профи.

3

Основная монетизация: продажа контакта, процент от сделки.

4

Отстройка будет происходить по ориентации на молодую аудиторию и более широкий выбор услуг специалистов.

SWOT

<p>Strengths:</p> <ul style="list-style-type: none">• Качественный, понятный продукт	<p>Weaknesses:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ограничные ресурсы на разработку и продвижение
<p>Opportunities:</p> <ul style="list-style-type: none">• Мало конкурентов• Постоянный рынок, рынок услуг будет расти по мере информатизации общества	<p>Threats:</p> <ul style="list-style-type: none">• Рынок в РФ может расти медленно• Основные конкуренты уже достаточно крупные и имеют лучшее финансирование• Люди не “купят” идею платы за помощь “непрофессиональных экспертов”

Управление продуктом

[К содержанию](#)



ключевой параметр бизнеса, без которого нет смысла вкладывать деньги	Retention
Определите сегмент ЦА на котором будете проверять	Молодые люди, которые имеют проблемы с самоопределением, без жизненного опыта
Какую ключевую ценность надо проверить для данного сегмента	Оперативный поиск ценной информации от людей с похожим опытом
Формулировка MVP	Приложение, где пользователь пишет свою проблему и ему предлагают выбрать от кого бы он хотел получить помощь/консультацию из откликнувшихся экспертов
Критерии проверки MVP	Нагнать 1 000 аудитории, Если больше 30% пользователей начнут пользоваться продуктом регулярно (больше 1 раза в месяц), то стоит расширять MVP
Поиск аудитории	Таргетированная реклама на студентов колледжей, вузов (16-25 лет)

HADI

H (Гипотезы)	A (Действия)	D (Данные)	I (Инсайты)
Если добавить 500 бонусных рублей за первый запуск, то retention 30 дня будет на уровне 10%.	Прописать логику добавления бонусов в аккаунте пользователя Запрограммировать бонусную программу внутри бота Релиз	Сколько пользователей запустили бот Сколько пользователей совершили вторую покупку в течение месяца после запуска бота	Проверяем - 1000 пользователей начали запустили бот Успех - 10% пользователей совершили вторую покупку в течение месяца
Если сделаем еженедельные уведомления с полезной рассылкой, то увеличим конверсию в активацию аккаунта на 5%,	Собрать список неактивных / не завершивших активацию аккаунта Создать метрику по отслеживанию "вернувшихся"	Сколько человек получили уведомления Сколько совершили закончили активацию после уведомления	Проверяем - 1000 пользователей получили уведомления Подтверждаем - 5% вернувшихся завершают активацию
Если запускаем реферальную программу, то увеличиваем конверсию в запуск на 10%.	Создать страницы в социальных сетях Закупить рекламу у блогеров Прописать логику реферальной программы Запрограммировать реферальную программу в бот Отслеживать количество пользователей перешедших по реферальной ссылке	Сколько человек перешли через социальные сети Сколько человек перешли от блогеров Конверсия в запуск по реферальным ссылкам	Проверяем - 1000 человек перешли по реферальным ссылкам Подтверждаем - конверсия в запуск выросла на 10%

HEART

	Цель	Сигнал	Метрики
Happiness	Пользователь считает сервис удобным в использовании	- Данные опросов; - Рост новых пользователей пришедших по реферальным ссылкам	NPS, Viral Rate
Engagement	Пользователь заинтересован в поиске помощи через сервис	Пользователь пользуется сервисом раз в два месяца и чаще	Количество конверсий
Adoption	Пользователь видит ценность сервиса	Новые запуски приложения	Количество активаций, UA
Retention	Пользователь пользуется сервисом регулярно	Возвращаемость	Churn Rate, Reactivation Rate
Task Success	Пользователь быстро достигает своих целей	Пользователи быстро получают требуемую помощь	Количество повторных покупок

Problem

Отсутствие необходимых знаний, навыков для решения жизненной ситуации/проблемы

Solution

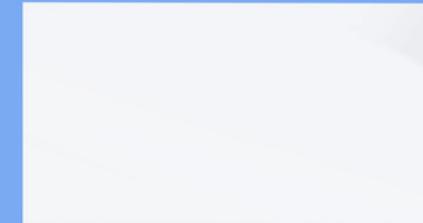
Приложение

Простые люди с подтвержденным экспертным опытом в какой-либо сфере

Unique value proposition

Люди с экспертным опытом помогут найти решение вашей проблемы

Unfair advantage



Customer segments

Люди, которые ищут наставника по рабочим / жизненным вопросам, вопросам психологической помощи

Existing alternatives

Попросить помощи у родственников / друзей / коллег

Key metrics

Количество платящих пользователей

Общее количество пользователей

Конверсия в первую покупку

Channels

Сообщества ВКонтаке

Телеграм-каналы

Early adopters

Студенты Московских ВУЗов

Cost structure

Расходы на привлечение пользователей - 120 тысяч рублей в месяц

Revenue streams

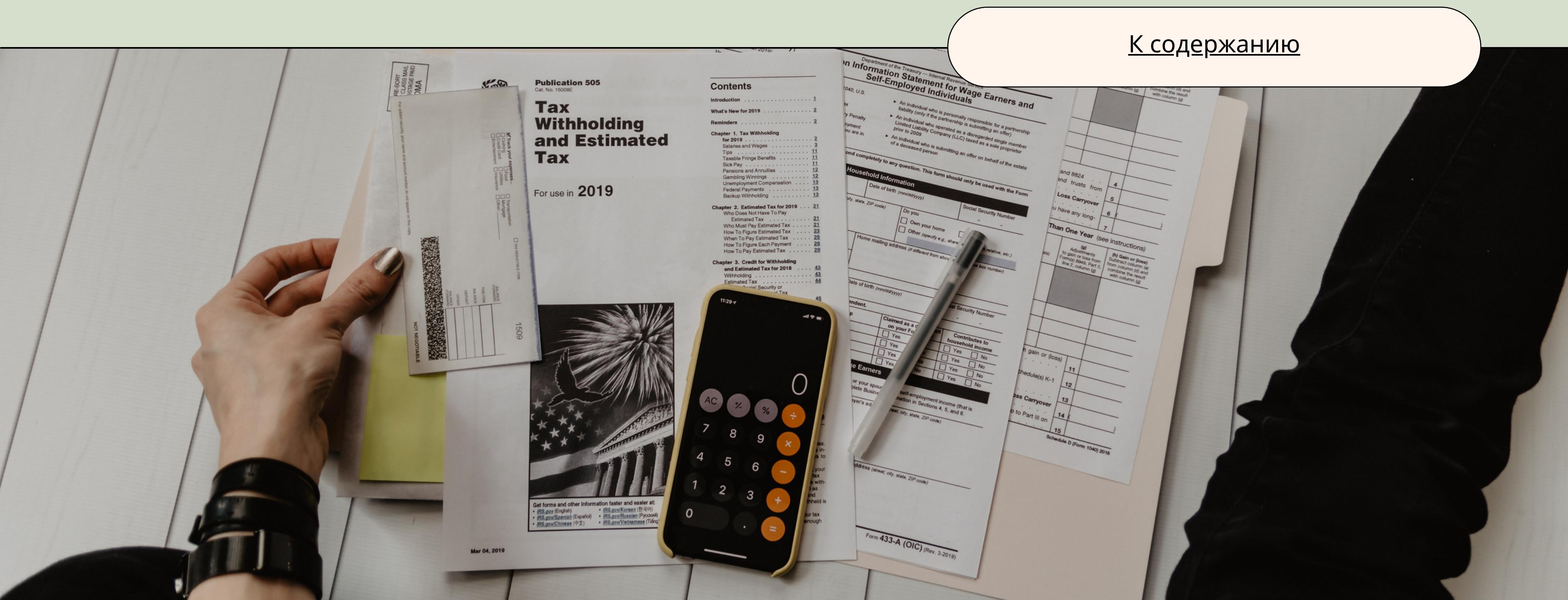
Клиенты будут платить от 500 до 2000 рублей за услугу

Планируемое время жизни клиента - около года (с реактивацией)

Roadmap

Управление финансами

К содержанию



Монетизация

1

Безопасная сделка

2

Реклама

3

Процент от сделки

ЮНИТ-ЭКОНОМИКА

Visitors, User or Leads Acquisition	C1	Buyers	Заказы orders payments	AvPrice
55 000	3,00%	1 650	1 980	800 р.
Commissions or Margin based on COGS	Av Payment Count	CAC, Customer Acquisition Costs	AMPPU CLTV	CPUser
35%	1,2	133 р.	336 р.	4 р.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wzniZfdMtpNZrykepigous65GJlxU7oRZbfoMdYxx5Y/edit?usp=sharing>

ЮНИТ-ЭКОНОМИКА

AMPU or LTV	ARPU- CPA	Revenue (Выручка)	COGS после продажи	Gross Profit (Валовая прибыль)
403,2 р.	р.28,80	р.1 584 000	р.1 029 600	р.554 400
Acq Costs	Marginal Profit (Маржинальная прибыль)	Fix Costs	Operational income (profit)	
р.220 000	р.334 400	113 500 р.	р.220 900	

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wzniZfdMtpNZrykepigous65GJlxU7oRZbf0MdYxx5Y/edit?usp=sharing>

P&L

Q1/2023	Q2/2023	Q3/2023	Q4/2023
-434 276	-484 908	-533 569	-529 632
Q1/2024	Q2/2024	Q3/2024	Q4/2024
-18 516	836 014	11 191 149	56 698 304

Выход на окупаемость с момента запуска - 15 месяцев - к апрелю 2024

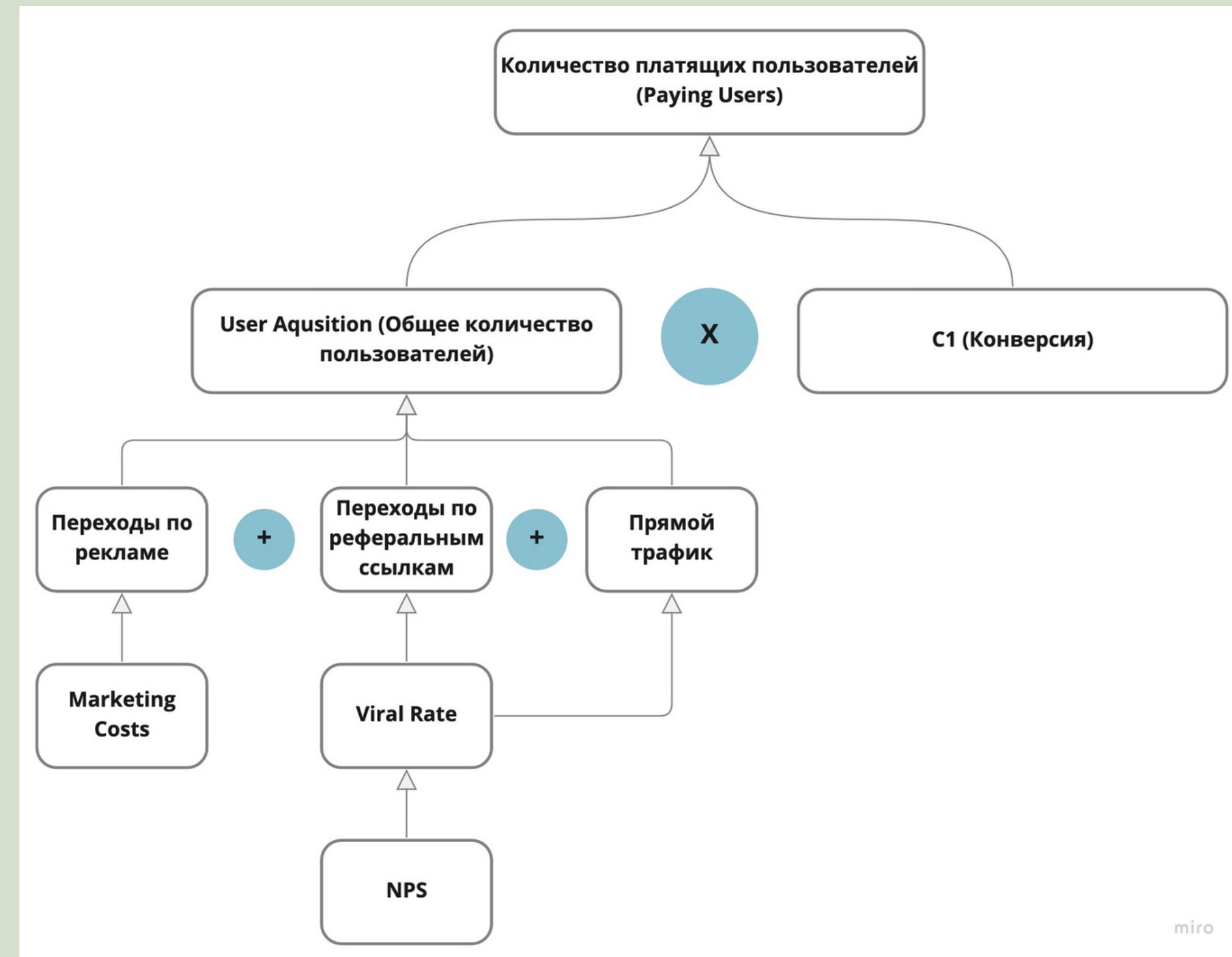
Модель продукта



Ключевые KPI

Метрика	%	Срок	Вспомогательные метрики
Средний чек	Увеличение на 10%	Через 4 месяца после запуска сервиса	LTV, ARPU
Количество новых пользователей	Увеличение на 30%	4 месяца	Виральность, NPS, MAU
Количество заинтересованных пользователей	Увеличение на 20%	3 месяца	% платящих пользователей, Reactivation rate

Пирамида метрик



Воронка продаж

Этап	Действие	Доля
Привлечение	Выборка целевой аудитории для рекламы	100%
Привлечение	Клик по объявлению	30%
Активация	Установка приложения	3%
Удержание	Осуществление первого бесплатного заказа	2%
Рекомендация	Рекомендация другу	1,5%
Доход	Осуществили повторный заказ	0,5%

Продукт

[К содержанию](#)

