**Этап 4 – Экономика проекта**

* Кто наши клиенты?

Пользователи – сотрудники торговых или иных компаний.

Плательщики – руководство компаний или их конкретные отделы, отвечающие за корпоративный менеджмент.

* На чем именно проект будет зарабатывать? (потоки доходов)

По истечении срока пользования демоверсией приложение требует оплаты по ежемесячной подписке. Для подписки настроен гибкий выбор цены в зависимости от степени нагрузки серверов приложения.

* Как мы будем продавать свой продукт потребителям? (каналы распространения)

Информация указана в пункте 5 раздела ниже (схема Lean Canvas в текстовом виде).

**Схема Lean Canvas**

1. Сегменты потребителей и ранние последователи

Наши клиенты – компании, у которых отсутствуют эффективные методы взаимодействия сотрудников с персоналом.

1. Проблема и существующие альтернативы

Наш пользователь – сотрудник компании N, хочет иметь единый портал для удобного взаимодействия с компанией N и быстрого и простого получения важной информации от неё относительно своей работы и её результатов, но не может в связи с отсутствием такового, вследствие чего продуктивность, мотивация и удовлетворённость сотрудника падает, что является проблемой для компании N.

Среди альтернатив, наиболее лучшим решением является 1С: Кабинет сотрудника. К недостаткам данного приложения можно отнести сложный интерфейс, ориентированный больше на специалистов, а не на пользователя, а также то, что это приложение не привязано к конкретной компании.

1. Уникальная ценность

Наше УТП (уникальное торговое предложение) заключается в возможности привязки приложения к конкретной компании и её нуждам, соответственно, наиболее важные особенности проекта будут напрямую связаны с тем, какую компанию мы заинтересуем.

1. Решение проблемы

Для решения проблемы будут разработаны сайт и мобильное приложение. За счёт нашего приложения сотрудник компании сможет, не выходя из дома, проверять информацию о своей заработной плате, просматривать календарь событий (будь то корпоратив, совещание или отпуск), должностную инструкцию, рейтинг сотрудников (что послужит мотивацией для работы). Сотрудник сможет предложить свои идеи руководству касаемо улучшения рабочего процесса или конечного продукта. И весь этот функционал – в одном, удобном приложении, пользователю не придётся рыскать по бухгалтерии или искать сообщения среди тонны других в мессенджере или на почте, всё, что ему нужно будет сделать – просто открыть приложение, авторизироваться и насладиться приятным опытом взаимодействия.

1. Каналы продвижения

Продвигать наш проект мы начнём незадолго до того, как доделаем MVP (Минимально жизнеспособный продукт), без особенностей для конкретной компании.

Для продажи нашего продукта мы будем задействовать все доступные каналы продаж, а именно:

* по телефону (горячие и холодные обзвоны);
* через выставки и личные контакты;
* через аккаунты в социальных сетях;
* через акселераторы;

1. Потоки прибыли

Путь финансирования проекта – корпоративный заказ компанией N. Данный вид финансирования был выбран в связи с тем, что мы стараемся больше ориентироваться на конкретную компанию, а не на общий рынок.

1. Структура издержек

Наиболее существенные расходы:

* время и силы, затраченные командой для создания проекта;
* оплата серверов в случае расширения проекта;
* расходы на продвижение/ поиск компании;

Поскольку число участников команды невелико, а разработка ведётся бесплатно в свободное время без аренды помещения, экономические издержки проекта на текущий момент невелики.

1. Ключевые метрики

Привлечение – Если после создания MVP в течение полугода мы найдем заинтересовавшегося заказчика.

Активация – если заказчик будет удовлетворён MVP и приобретёт базовую версию.

Удержание – если в течение двух месяцев пользования приложением, компания остаётся удовлетворённой нашими услугами и готова сотрудничать далее.

Выручка – последующие обновления приложения.

Рекомендации – появятся ли у нас новые предложения от других компаний с созданием подобного функционала.

1. Скрытое преимущество

Наше приложение будет напоминать соцсеть, с мессенджером, лентой, профилем и рейтинговой системой, что создаст более приятную и дружественную атмосферу для сотрудников.