

# ПОЕХАЛИ 6б группа

## Описание и роли команды

1. **Жигаревич Надежда** — на текущий момент является *TeamLead*, Entrepreneur / Research
2. **Эльяшевич Артем** — Programming / Engineering
3. **Гриб Алексей** — Analyst / Engineering
4. **Сержпутовский Дмитрий** — Analyst / Marketing

# Оглавление

<b>Описание и роли команды.....</b>	<b>1</b>
<b>Основные идеи.....</b>	<b>4</b>
1) «Digital Legacy Guard» — сервис управления цифровыми правами после смерти....	4
2) «GoGlobe» — сервис для планирования и оптимизации релокации.....	5
<b>Расширенный список идей:.....</b>	<b>8</b>
<b>Анализ конкурентных и потенциально конкурентных продуктов и компаний.....</b>	<b>11</b>
По Технологии / Типу Продукта.....	11
Анализ угроз замыкания экосистемы.....	12
Анализ структуры рынка: Кто владеет каналом сбыта и клиентом.....	13
<b>Анализ заинтересованных лиц.....</b>	<b>16</b>
Подгруппы потребителей (метод персонажей).....	16
Регуляторы.....	19
Организации в цепочке продаж.....	20
Другие влияющие акторы.....	20
<b>Анализ ключевых свойств продукта.....</b>	<b>22</b>
Фундаментальные свойства.....	22
Свойства, определяющие ценность.....	22
Свойства, снижающие барьеры и риски.....	22
<b>Конкурентные матрицы.....</b>	<b>23</b>
<b>Голубой океан.....</b>	<b>26</b>
<b>Форсайт.....</b>	<b>30</b>
<b>Wardley map.....</b>	<b>33</b>
<b>UNIT-экономика.....</b>	<b>35</b>
<b>Анализ и выбор ключевых бизнес-сервисов.....</b>	<b>38</b>
<b>Оптимизация параметров SLA на основе анализа предельной ценности.....</b>	<b>40</b>
<b>Бизнес процессы и идентификация ключевого узкого места процесса.....</b>	<b>44</b>
<b>CMMI.....</b>	<b>56</b>
<b>ITIL-практики.....</b>	<b>64</b>
<b>Значимые для исследования и архитектурного моделирования разделы из схемы Захмана.....</b>	<b>67</b>
<b>Распределение долей.....</b>	<b>70</b>
<b>Цели и желаемые позиции участников.....</b>	<b>70</b>
<b>Целевая система.....</b>	<b>76</b>
<b>Разработка типовых технических систем.....</b>	<b>82</b>
<b>Архитектурная модель (Archimate).....</b>	<b>89</b>
<b>Организационная структура.....</b>	<b>105</b>
<b>Сетевой график.....</b>	<b>111</b>
<b>Business Model Canvas.....</b>	<b>120</b>
<b>Анализ рисков.....</b>	<b>122</b>

**Ссылки..... 130**  
    Командная ретроспектива..... 130  
    One-on-one..... 130  
    Meeting notes..... 130  
**Тrello..... 130**

# Основные идеи

## 1) «Digital Legacy Guard» — сервис управления цифровыми правами после смерти

### Кто наш клиент (Целевая аудитория)?

- **Владельцы цифровых активов:** Технологически подкованные пользователи (25-55 лет), включая владельцев криптовалют, IT-специалистов, блогеров и активных пользователей соцсетей, которые осознают ценность своих цифровых активов и хотят обеспечить их передачу.
- **Наследники и семьи:** Люди, которые могут столкнуться с трудностями при получении доступа к цифровым активам умерших родственников и хотят избежать юридических сложностей и потери данных.
- **Юридические компании и нотариусы:** Профессионалы, которые ищут современные инструменты для оформления цифровых завещаний и хотят предложить клиентам комплексные решения.

### Что они смогут сделать благодаря нашему предложению?

Пользователи смогут:

- **Надежно хранить и структурировать информацию** о своих цифровых аккаунтах (соцсети, почта, облака, криптокошельки) в зашифрованном виде.
- **Назначить доверенных лиц** (наследников) и настроить условия передачи данных (например, только после подтверждения смерти).
- **Автоматизировать процесс передачи данных** через интеграцию с платформами (Google, Facebook и др.) и государственными реестрами для верификации факта смерти.
- **Получить юридическую поддержку** для оформления цифрового завещания, соответствующего региональным законам.
- **Создать цифровые капсулы памяти** или мемориалы для сохранения наследия.

### Для чего и в чем конечная пользовательская ценность?

Конечная ценность сервиса — это безопасность, контроль и душевное спокойствие.

**Для чего?** Чтобы избавить пользователей от риска потери цифровых активов, обеспечить выполнение их воли после смерти и снять с наследников бюрократическую и эмоциональную нагрузку, связанную с получением доступа.

**Ценность:** Сервис предоставляет централизованное, безопасное и юридически подкрепленное решение для управления цифровым наследием. Это превращает сложный и часто игнорируемый процесс планирования в простой и понятный акт, дающий пользователям уверенность в том, что их цифровая жизнь будет передана в надежные руки, а память о них сохранится.

### Как часто готовы будут платить за услугу?

- Пользователи (владельцы активов):
  - **Разовый платеж:** Готовы заплатить единовременно за первоначальную настройку и оформление цифрового завещания (аналогично традиционному завещанию).
  - **Подписка:** Готовы платить ежегодно за хранение данных, обновление информации и обеспечение высшего уровня безопасности.
  - **Премиум-услуги:** Готовы на разовые крупные платежи за создание цифровых аватаров или VR-мемориалов.
- Партнеры (нотариусы, юридические фирмы):
  - **Комиссия с операции:** Готовы платить за каждого привлеченного клиента или завершенную сделку.
  - **Партнерская подписка:** Готовы на ежемесячные/ежегодные платежи за доступ к white-label решению или API интеграции.
- Юридические лица (корпоративные клиенты):
  - **Корпоративная подписка:** Готовы платить ежегодно за управление цифровыми активами сотрудников или корпоративными аккаунтами.

### Что происходит с рынком и количеством людей по этой потребности?

Рынок управления цифровым наследием находится на ранней стадии развития, но демонстрирует устойчивый рост.

#### Тренды:

- Количество цифровых активов на человека растет экспоненциально (к 2025 году превысит 5 ТБ данных на пользователя).
- Все больше пользователей осознают необходимость планирования цифрового наследования, но лишь немногие реализуют это на практике.
- Законодательные инициативы в разных странах (включая Россию) начинают регулировать вопросы цифрового наследования, что повышает осведомленность и спрос.
- К 2050 году в социальных сетях может быть больше аккаунтов умерших, чем живых пользователей.

Потребность в безопасной передаче цифровых активов становится все более актуальной по мере цифровизации всех аспектов жизни. Аудитория, нуждающаяся в таком решении, количественно увеличивается, а ее готовность платить за надежный сервис растет вместе с осознанием ценности цифрового наследия.

## 2) «GoGlobe»— сервис для планирования и оптимизации релокации

### Кто наш клиент (Целевая аудитория)?

- **Профессионалы и цифровые кочевники:** Технологически подкованные пользователи (25-45 лет), включая IT-специалистов, сотрудников международных компаний, удаленных работников и предпринимателей,

которые хотят переехать в другую страну для улучшения качества жизни и карьерных возможностей.

- **Семьи с детьми:** Родители, для которых критически важен не только переезд, но и быстрая интеграция: подбор безопасных районов, школ, детских садов и семейной инфраструктуры в новой стране.
- **Корпоративные клиенты (HR-департаменты):** Компании, которые relocate своих сотрудников и ищут комплексные решения для их адаптации, чтобы снизить административную нагрузку на отдел кадров и повысить успешность переездов.

### **Что они смогут сделать благодаря нашему предложению?**

Пользователи смогут:

- **Найти идеальную страну и город:** Пройти детальный опрос по критериям (бюджет, визы, рынок труда, климат, безопасность, инфраструктура для детей) и получить персонализированные варианты для переезда.
- **Автоматизировать процесс оформления документов:** Получить пошаговый чек-лист и помощь в оформлении виз, ВНЖ, налоговых номеров и других документов через интеграцию с официальными источниками и сервисами.
- **Обустроить быт на новом месте:** Найти и арендовать жилье, открыть счет в банке, подключить связь и интернет, подобрать страховку — все в одном месте.
- **Обеспечить детям мягкую интеграцию:** Найти, сравнить и записать детей в школу или детский сад на основе рейтингов, отзывов и учебных программ.
- **Получить экспертную поддержку и доступ к сообществу:** Общаться с другими релокантами, задавать вопросы юристам, риелторам и консультантам внутри платформы.

### **Для чего и в чем конечная пользовательская ценность?**

Конечная ценность сервиса — это уверенность, контроль и существенная экономия ресурсов.

**Для чего?** Чтобы избавить пользователей от хаоса, стресса и рисков, связанных с самостоятельным планированием международного переезда. Сервис гарантирует, что ничего не будет упущено, а процесс будет максимально гладким.

**Ценность:** GoGlobe предоставляет централизованное, надежное и комплексное решение «все в одном», которое превращает многомесячный сложный квест в понятный и управляемый план. Это дает пользователям уверенность в завтрашнем дне в новой стране и сохраняет их время, нервы и деньги.

### **Как часто готовы будут платить за услугу?**

- Пользователи (релоканты):
  - **Разовый платеж за пакет услуг:** Готовы заплатить единовременно за решение конкретной задачи (например, пакет «Визовая поддержка» или «Семейный переезд»). Пример: \$200 – \$1000.
  - **Подписка:** Готовы платить ежемесячно/ежегодно за доступ к премиум-функциям: персональный менеджер, эксклюзивные guides, вебинары, скидки от партнеров. Пример: \$15 – \$30 в месяц.

- Партнеры (риелторы, банки, страховые компании):
  - **Комиссия с операции:** Готовы платить за каждого привлеченного и завершившего сделку клиента.
  - **Плата за лид:** Готовы платить за целевой переход клиента на их сайт или заявку.
- Корпоративные клиенты (HR):
  - **Корпоративная подписка:** Готовы платить ежегодно за доступ к платформе для организации релокации нескольких сотрудников.

## Что происходит с рынком и количеством людей по этой потребности?

Рынок международной релокации и цифрового кочевничества переживает экспоненциальный рост.

### Тренды:

- Массовый переход на удаленный формат работы снимает географические ограничения для миллионов профессионалов по всему миру.
- Геополитическая нестабильность и поиск лучшего качества жизни заставляют все больше людей рассматривать переезд в другие страны.
- Количество цифровых кочевников и осознанных релокантов исчисляется десятками миллионов и продолжает расти на 15-20% в год.
- Потребность в комплексном решении огромна, так как существующие сервисы (визовые посредники, сайты аренды, форумы) разрознены и создают информационную перегрузку.

Потребность в безопасном, надежном и простом способе переехать в другую страну становится одной из ключевых для глобального среднего класса. Аудитория количественно растет, а ее готовность платить за удобство и надежность высока, так как на кону стоят их время, деньги и благополучие семьи.

# Расширенный список идей:

## 1) Платформа для найма Fractional C-Level исполнителей «BrainTrust»

«BrainTrust» — это экосистема доверия, которая соединяет стартапы и малый бизнес с высококвалифицированными руководителями высшего звена (CFO, СМО, СТО, СРО) для работы на неполной занятости (от 5 до 20 часов в неделю). Это не просто доска объявлений, а сервис полного цикла, который решает ключевую проблему: **обеспечивает доступ к топ-экспертизе без затрат на полную ставку и гарантирует качество и безопасность сделки** за счет строгого отбора исполнителей, стандартизации процессов и интеллектуального подбора.

## 2) Веб-сервис для планирования и оптимизации релокации «GoGlobe»

«GoGlobe» — это комплексная платформа для организации международного переезда «под ключ». Сервис **помогает пользователям подобрать оптимальную страну и город на основе их потребностей**, организовать процесс получения визы, найти жилье, подключить необходимые сервисы и устроить детей в учебные заведения. Все этапы релокации автоматизированы и объединены в едином workspace с персональным планом действий.

## 3) Каршеринг-платформа для премиум-автомобилей «EliteDrive»

«EliteDrive» — это специализированный сервис краткосрочной аренды премиальных автомобилей, который **предоставляет владельцам таких машин возможность монетизировать свой актив**, а арендаторам — доступ к эксклюзивным моделям для особых событий или повседневного использования. Платформа гарантирует полное страхование рисков, многоэтапную проверку арендаторов, телематический контроль состояния авто и автоматизированное управление бронированием. Все процессы интегрированы в единый цифровой интерфейс с персональным кабинетом для владельцев и арендаторов.

## 4) AI-рекрутер для поиска пассивных кандидатов «TalentScout AI»

«TalentScout AI» — это платформа на основе искусственного интеллекта, которая анализирует публичные профили специалистов в профессиональных сетях (GitHub, Behance, Twitter, Habr, LinkedIn) и **выявляет талантливых профессионалов, не находящихся в активном поиске работы**, но потенциально открытых к релевантным предложениям. Сервис автоматизирует процесс поиска и первичного отбора, используя NLP и машинное обучение для оценки навыков, опыта и карьерных предпочтений. Интеграция с ATS-системами и мессенджерами позволяет рекрутерам быстро взаимодействовать с кандидатами через персонализированные сценарии.

## 5) Приложение-ассистент для рыболовов «FishWise»

«FishWise» — выступает в роли персонального гида. Платформа **агрегирует и анализирует огромный массив данных**: актуальные погодные условия (давление, температура, ветер), гидрологические данные водоемов (глубины, рельеф дна, наличие растительности, карты), сезонные закономерности и пользовательские отчеты о клеве. На основе этого **дает рекомендации**: водоем



для ловли конкретного вида рыбы поблизости от пользователя с учетом текущей погоды, перспективные точки и снасти. Также включает инструмент, **прогнозирующий толщину льда**, и **модуль для определения вида рыбы по загруженной фотографии**.

**6) Сервис для управления цифровыми правами после смерти «Digital Legacy Vault»**

**«Digital Legacy Vault»** — это платформа, которая позволяет пользователям **безопасно передавать доступ к своим цифровым активам** (соцсети, почта, облачные хранилища, криптокошельки) **доверенным лицам в случае смерти**. Сервис обеспечивает шифрование данных, многофакторную аутентификацию и интеграцию с IT-платформами для автоматизации процесса. Для наследников это инструмент сохранения памяти и упрощения получения доступа к цифровому наследию.

**7) Умный велосипедный спутник «BikeGo»**

**«BikeGo»** — мобильное приложение, которое выступает в роли персонального штурмана и тренера для велосипедиста. Оно **строит маршрут** из точки А в точку Б, учитывая пользовательские **предпочтения**: поездка по кратчайшему пути, прогулка по паркам или интенсивная тренировка на сложном рельефе с максимальным набором высоты. Приложение **анализирует** тип покрытия дорог, актуальный прогноз погоды (направление и силу ветра, осадки, температуру). Во время поездки оно **ведет детальную статистику, сохраняет трек и позволяет сравнивать свои результаты** с предыдущими заездами.

**8) Приложение-помощник по сборке головоломок «CubeMaster»**

**«CubeMaster»** — это цифровой тренер для начинающих и продвигающихся энтузиастов. Оно **предлагает пошаговые алгоритмы** сборки для различных головоломок (кубик Рубика, пирамидка и др.), адаптированные под уровень пользователя. Ключевая функция — компьютерное зрение: **анализ фотографии** головоломки для построения 3D-модели и **выдачи точных инструкций** до следующего шага алгоритма. Дополнительно приложение включает **встроенный секундомер** для тренировок и **ведет детальную статистику** по сессиям.

**9) Мобильное приложение для цифровых госуслуг «EuroDiia»**

**«EuroDiia»** — это **единый цифровой кошелек** для граждан Европы. Оно позволяет хранить **электронное удостоверение личности и паспорт**, **подписывать документы с помощью цифровой подписи** и **записываться к врачу или получать социальные услуги** в пару кликов. Ключевая функция — интеграция с **национальными реестрами** и соответствие стандартам ЕС (eIDAS 2.0, GDPR), что делает сервис **юридически значимым и безопасным**.

**10) Сервис кибербезопасности для малого бизнеса «CyberShield SMB»**

**«CyberShield SMB»** — это **облачная платформа**, которая обеспечивает **комплексную защиту малых и средних компаний**. Сервис объединяет **фаервол, антивирус, резервное копирование и мониторинг атак** в одном простом интерфейсе. Ключевая функция — **автоматическое обнаружение угроз с помощью ИИ** и обучение сотрудников основам кибергигиены через

интерактивные модули. Платформа работает по модели **SaaS с подпиской**, что делает профессиональную защиту доступной для компаний без собственного IT-отдела.

#### **11) Платформа межпоколенческого «жилья HomeShare+»**

**«HomeShare+»** — это **онлайн-сервис**, который соединяет **одиноких пожилых людей с молодыми арендаторами**. Пожилые предоставляют комнату по доступной цене или бесплатно, а взамен получают **общение и помощь по хозяйству**. Ключевая функция — **алгоритмический подбор по интересам и привычкам**, а также встроенная система **проверки безопасности и поддержки пользователей**. Платформа помогает решать сразу две задачи: **доступное жильё для молодежи и борьба с одиночеством у пожилых**.

# Анализ конкурентных и потенциально конкурентных продуктов и компаний

## По Технологии / Типу Продукта

### 1. Boundless Immigration

**Обработка естественного языка (NLP) и умные формы:** Их анкеты динамически подстраиваются под ответы пользователя, убирая ненужные вопросы и добавляя relevant, как в TurboTax.

**Машинное обучение (ML) для проверки документов:** Алгоритмы анализируют загружаемые сканы паспортов, справок и т.д. на наличие ошибок, соответствие требованиям (например, размер файла, четкость, угол съемки) до отправки юристу.

**Automated Workflow & Task Management:** Внутренняя система автоматически распределяет задачи между юристами, отслеживает статусы дел и отправляет уведомления клиентам на каждом этапе.

### 2. Visadb.io

**Сложная система фильтрации и рекомендаций:** По сути, алгоритм сопоставления (matching algorithm), который на основе взвешенных критериев пользователя (бюджет, климат, безопасность, визовые требования) ранжирует подходящие страны.

**Парсинг государственных данных:** Автоматический сбор актуальной информации с официальных правительственных сайтов о визовых правилах, сроках и стоимости.

### 3. Relocate

**API-интеграции с сервисами-партнерами:** Например, прямая интеграция с платформами по поиску жилья (Zillow, Rightmove), перевозчиками (U-Haul), банками (Revolut). Данные о статусе заказа (например, бронь квартиры) автоматически попадают в дашборд HR и сотрудника.

**Role-Based Access Control (RBAC):** Разные уровни доступа для сотрудника, менеджера по релокации, HR и финансового департамента. Каждый видит только свою часть процесса и расходов.

**Dashboard с Analytics:** Система агрегирует все расходы по переезду и строит прогнозы по бюджету для компании.

### 4. Nestpick

**Система верификации арендаторов через Open Banking API:** Позволяет арендодателю безопасно и с согласия пользователя проверить его финансовую состоятельность без сканов выписки (что небезопасно).

**Computer Vision для анализа объявлений:** Алгоритмы сканируют фотографии жилья, чтобы автоматически определять наличие мебели, бытовой техники, оценивать ремонт и выявлять потенциальный мошеннический контент.

## 5. Welcome Kit

**Геолокация и гиперлокальный контент:** Приложение/сайт определяет ваше местоположение и показывает релевантную информацию: ближайшие банки с отзывами экспатов, врачей, говорящих на английском, и т.д.

**Цифровой кошелек и мгновенные выплаты (для страховки SafetyWing):** Использование технологий финтеха для моментальных выплат по страховым случаям без бумажной волокиты.

## 6. Xolo

**Блокчейн (Estonian e-Residency) и Open Banking:** Технология цифрового подписывания документов и безопасного удаленного подтверждения личности для открытия бизнеса и банковского счета без физического присутствия.

## 7. Nomad List

**Парсинг больших данных для расчета стоимости жизни:** Алгоритмы автоматически собирают цены на продукты, аренду, коворкинги с местных сайтов и агрегаторов, чтобы поддерживать актуальность данных.

**Модерация сообщества на базе ML:** Автоматическое выявление спама, токсичных комментариев и мошеннических предложений в чатах.

## 8. Civic Nation

**Чат-боты на базе NLP для помощи иммигрантам.** Отвечают на вопросы о правах, документах, ресурсах. Обеспечение доступной первичной юридической помощи 24/7.

## 9. SimpleCitizen

**OCR (Optical Character Recognition) для автоматического извлечения данных из паспортов и водительских прав:** ML для классификации документов. Снижает время заполнения анкет и ошибки при переносе данных.

# Анализ угроз замыкания экосистемы

### 1. LinkedIn / Microsoft

LinkedIn, как часть экосистемы Microsoft, обладает мощным HR-брендом и доверием корпоративных клиентов. Платформа имеет доступ к данным о вакансиях, требующих релокации, и может интегрировать услуги по переезду непосредственно в процесс трудоустройства. Например, они могут предложить работодателям пакет "все включено": найм + релокация сотрудника.

### 2. Airbnb

Airbnb уже имеет сильные позиции на рынке аренды жилья (более 8 миллионов активных listings в 2025 году) и экспериментирует с долгосрочной арендой (Airbnb for Work). Они могут легко расширить свои услуги, добавив подбор стран, визовую поддержку и

партнерские услуги, создав продукт "Airbnb Relocate". Их кампания "Go Near" показала, что они умеют адаптироваться к новым трендам.

### **3. Google**

Google обладает монополией на информационный поиск, включая данные о странах, визах, жилье (через Поиск, Карты, Переводчик, YouTube). Они могут запустить "Google Relocate", агрегируя информацию из своих сервисов и предложив персонализированные рекомендации на основе AI.

## **Анализ структуры рынка: Кто владеет каналом сбыта и клиентом**

### **1. Кто владеет вниманием клиента (Top of the Funnel)**

#### **1. Крупные агрегаторы вакансий**

- LinkedIn / Microsoft - обладает мощным HR-брендом и доверием корпоративных клиентов. Имеет доступ к данным о вакансиях с релокацией и может интегрировать услуги по переезду непосредственно в процесс трудоустройства.
- Indeed - как один из крупнейших агрегаторов вакансий в мире, может использовать данные о вакансиях с релокацией для предложения дополнительных услуг по переезду.
- HH.ru - ведущий агрегатор вакансий в России и СНГ, может предлагать услуги по релокации для русскоязычных специалистов.

#### **2. Сообщества и медиа**

- Nomad List - платформа для цифровых кочевников, уже предоставляет информацию о городах и может расширить услуги до полноценной релокации.
- Reddit (r/IWantOut) - сообщество с огромной аудиторией, где люди делятся опытом переезда, может стать платформой для доверенных рекомендаций.
- Telegram-каналы - различные каналы, посвященные релокации, агрегируют аудиторию и могут предлагать targeted услуги.
- Блоги экспатов - личный опыт переезда вызывает доверие, блогеры могут монетизировать аудиторию через партнерские программы.

#### **3. Поисковые системы**

- Google - обладает монополией на информационный поиск, может агрегировать данные о странах, визах, жилье через свои сервисы и предлагать персонализированные рекомендации на основе AI.
- Yandex - крупнейшая поисковая система в России, может предложить услуги по релокации для русскоязычных пользователей.

### **2. Кто владеет транзакцией (Middle of the Funnel)**

#### **1. Визовые и иммиграционные юристы**

- Тысячи локальных оффлайн-компаний - традиционные игроки рынка, обладающие экспертизой в специфических юрисдикциях и часто получающие первый крупный платеж от релокантов.
- Boundless (для США) - технологичная платформа, автоматизирующая иммиграционные процессы для США, сочетающая юридическую экспертизу с digital-решениями.

## **2. Крупные международные relocation-агентства (B2B)**

- SIRVA, Cartus, Santa Fe Relocation - доминируют на рынке корпоративной релокации десятилетиями, их клиентами являются компании из Fortune 500, а не конечные релоканты. Обладают глобальной сетью партнеров и отработанными процессами.

## **3. Агрегаторы аренды жилья**

- Airbnb (долгосрочная аренда) - используя свою огромную базу listings, активно развивает направление долгосрочной аренды, что критически важно для релокантов на первые месяцы.
- Spotahome, HousingAnywhere - специализированные платформы, предлагающие verified жилье для аренды на средние и длительные сроки, часто ориентированные на экспатов и студентов.

## **4. Крупные риелторские сайты**

- Zillow (США) - доминирует на рынке недвижимости США, владеет данными о покупке и аренде жилья, может стать ключевым игроком для релокантов, ориентированных на США.
- Rightmove (UK) - ведущая платформа рынка недвижимости Великобритании, обладает исчерпывающей базой объектов для аренды и покупки.
- CIAN (РФ) - крупнейшая платформа недвижимости в России, может играть важную роль в помощи с арендой/продажей жилья на родине для уезжающих релокантов.

## **5. Финтех-компании**

- TransferWise (Wise), Revolut - предлагают выгодные условия для международных переводов и мультивалютных операций, что является критически важной потребностью для релокантов.

## **6. Крупные технологические компании (как работодатели)**

- Google, Apple, Amazon - имеют собственные мощные внутренние службы релокации для сотрудников, разрабатывая при этом уникальные инструменты и процессы, которые потенциально могут быть продуктивизированы.

## **7. EdTech платформы**

- Coursera, Udemy - помогают релокантам приобрести востребованные навыки и сертификаты для повышения шансов на трудоустройство за рубежом.

## **3. Кто владеет клиентом после переезда (Bottom of the Funnel / Retention)**

## 1. Небанки и финтех-компании

- Revolut - британский финтех-единорог, предлагающий мультивалютные счета, международные переводы по выгодному курсу и страхование. Для релокантов становится первым финансовым инструментом благодаря простоте открытия счета и удобному мобильному приложению.
- N26 - немецкий необанк, популярный в Еврозоне. Предлагает бесплатные базовые счета с моментальными уведомлениями о тратах, что удобно для контроля расходов в новой стране.
- Wise (бывший TransferWise) - пионер в области международных переводов с прозрачной системой комиссий. Их дебетовая карта и мультивалютный счет специально разработаны для часто путешествующих и экспатов.
- Monese - еще один британский необанк, ориентированный на экспатов и мигрантов, позволяющий открыть счет без подтверждения местного адреса, что критически важно в первые недели переезда.

## 2. Локальные сервисы и экосистемы

- Операторы связи - такие как Vodafone в Европе или T-Mobile в США предлагают специальные тарифы для иммигрантов с включенными международными звонками и упрощенной регистрацией.
- Местные банки - традиционные банки типа Chase в США или Deutsche Bank в Германии развивают цифровые сервисы для быстрого открытия счетов новоприбывшим, но часто требуют подтверждения адреса.
- Страховые компании - предлагают специализированные страховки для экспатов, покрывающие период адаптации до подключения к местной системе здравоохранения.
- Сетевые супермаркеты - программы лояльности типа Tesco Clubcard в UK или Carrefour во Франции становятся важным инструментом экономии для релокантов.

## 3. Социальные сети и мессенджеры

- Facebook Groups - многочисленные экспат-сообщества (например, "Americans in London" или "Russians in Berlin") служат основным источником сарафанной информации, аренды жилья и поиска работы.
- WhatsApp - используется для создания тематических и локальных чатов, где релоканты оперативно получают советы и помощь по любым вопросам.
- Telegram - особенно популярен среди русскоязычных релокантов, где существуют каналы с вакансиями, жильем и актуальными новостями по релокации.
- LinkedIn - хотя в первую очередь это профессиональная сеть, но также используется для нетворкинга и поиска контактов в новой стране через установление профессиональных связей.

# Анализ заинтересованных лиц

## Подгруппы потребителей (метод персонажей)

### АЛЕКСЕЙ МОРОЗОВ



#### ДЕМОГРАФИЯ

Пол: мужской  
Возраст: 29  
Семейное положение: холост  
Образование: технический университет  
Работа: программист, работает удалённо в международном стартапе  
Доход: средний+ (может позволить себе аренду квартиры в Европе)  
Местоположение: живёт в стране с ограниченными карьерными перспективами

#### ПРОБЛЕМЫ

- Бюрократия при визах и ВНЖ
- Риск мошенничества при аренде жилья
- Потеря времени на самостоятельный поиск информации
- Страх сделать ошибку и потерять деньги
- Отсутствие доверенных советов от знакомых

#### ЦЕЛЬ

- Получить стабильную работу в IT в Европе
- Быстро оформить визу и ВНЖ
- Найти жильё без риска мошенничества
- Иметь возможность свободно путешествовать
- Получить налоговую оптимизацию
- Найти круг общения единомышленников

#### ПОТРЕБНОСТИ

- Пошаговый чек-лист переезда
- Онлайн-юрист или консультант
- Прозрачные инструкции по документам
- Гарантированное безопасное жильё
- Поддержка сообщества (форум/чат)

### МАРИЯ И ПАВЕЛ КУЗНЕЦОВЫ



#### ДЕМОГРАФИЯ

Пол: женский и мужской  
Возраст: 37 и 35  
Семейное положение: женаты  
Дети: двое (6 и 11 лет)  
Работа: менеджер проектов + маркетолог  
Доход: выше среднего, но ограничен кредитами  
Местоположение: мегаполис, хотят уехать ради качества жизни

#### ПРОБЛЕМЫ

- Стресс от неопределённости
- Сложность поиска школ и садиков
- Отсутствие проверенных контактов
- Языковой барьер
- Страх «потеряться» в новой системе

#### ЦЕЛЬ

Найти безопасный район для проживания  
Записать детей в хорошую школу и детсад  
Получить медицинскую страховку для всей семьи  
Снизить стресс от переезда  
Быстро адаптироваться в новой стране  
Найти жильё в пешей доступности от школ и инфраструктуры

#### ПОТРЕБНОСТИ

- Рейтинги школ и отзывы других семей
- Единый пакет «жильё+страховка+школа»
- Поддержка сообщества семей
- Услуги переводчика/локального консультанта
- Калькулятор бюджета семьи



## АННА ЛЕБЕДЕВА



### ДЕМОГРАФИЯ

Пол: женский  
Возраст: 41  
Семейное положение: замужем  
Дети: взрослые, учатся в университете  
Работа: HR-менеджер в международной IT-компании  
Доход: высокий, корпоративный уровень  
Местоположение: крупный европейский город

### ЦЕЛЬ

Упростить массовую релокацию сотрудников (10–50 человек)  
Сократить нагрузку на HR-отдел  
Избежать ошибок при визах и налогах  
Повысить успешность адаптации сотрудников  
Оптимизировать корпоративные расходы на переезд

### ПРОБЛЕМЫ

Хаос из подрядчиков  
Перегрузка HR-отдела  
Медленный документооборот  
Высокие расходы на внешних консультантов  
Жалобы сотрудников на стресс при переезде

### ПОТРЕБНОСТИ

Единый дашборд для сотрудников  
Автоматизация визовых и налоговых процессов  
Снижение нагрузки на HR  
Поддержка сотрудников в бытовых вопросах  
Возможность отслеживать KPI адаптации

## ДЖЕЙМС УОКЕР



### ДЕМОГРАФИЯ

Пол: мужской  
Возраст: 33  
Семейное положение: холост  
Работа: фрилансер в digital marketing  
Доход: нестабильный, зависит от проектов  
Стиль жизни: каждые 6–12 месяцев меняет страну

### ЦЕЛЬ

Переезжать в новые страны с минимальными проблемами  
Снижать налоги и расходы  
Жить в странах с благоприятным климатом и условиями для фрилансеров  
Быстро находить жильё и интернет  
Найти сообщество таких же кочевников

### ПРОБЛЕМЫ

Визовые ограничения  
Дорогая аренда в крупных городах  
Одиночество и изоляция  
Нестабильный доход  
Сложности с медицинскими страховками

### ПОТРЕБНОСТИ

Калькулятор стран по критериям (налоги, климат, жильё)  
Лайфхаки по налогам и визам  
Сообщество единомышленников  
Быстрый поиск жилья  
Поддержка онлайн-комьюнити

## 1) IT-профессионалы-одиночки (Алексей Морозов, 29 — разработчик)

Им нужно

- Понятный путь к визе/ВНЖ и разрешению на работу.
- Надёжное жильё без риска мошенничества.
- Чёткий чек-лист и сроки по каждому шагу.
- Быстрые банковские и мобильные сервисы (счёт, сим-карта, интернет).
- Базовая налоговая и юридическая ясность.
- Минимум стресса и сообщество единомышленников.

В GoGlobe найдут

- Автоматизированные **чек-листы виз/ВНЖ** + шаблоны документов.
- **Маркетплейс проверенного жилья** (верификация, депозиты, договор).
- **Онлайн-консультант/юрист** и быстрые ответы по кейсу.
- Подключение **банка/финтеха, связи и интернета** через партнёров.
- **Налоговый калькулятор** сценариев (резиденство, бенефиты).
- **Комьюнити IT-релокантов** и локальные гайды.

## 2) Семьи с детьми (Мария и Павел Кузнецовы, 37 и 35)

Им нужно

- Безопасный район и жильё рядом со школами/садиками.
- Медстраховка для всей семьи.
- Выбор и запись в школы (программы, отзывы, рейтинги).
- Поддержка на первых месяцах (язык, быт, бюрократия).
- Прозрачный семейный бюджет переезда.

В GoGlobe найдут

- **Подбор районов** по безопасности, инфраструктуре и времени в дорогу.
- **Каталог школ/сади́ков** с рейтингами, программами и записью онлайн.
- **Пакет “жильё + страховка + документы”** в одном окне.
- **Семейные гайды** (медицина, льготы, кружки) + комьюнити родителей.
- **Калькулятор семейного бюджета** (аренда, страховки, сад/школа, транспорт).

## 3) Корпоративные клиенты / HR (Анна Лебедева, 41 — HR)

Им нужно

- Массовая релокация (10–50+ сотрудников) без ручного ада.
- Снижение нагрузки на HR и снижение ошибок по визам/налогам.
- Прозрачный контроль статусов и сроков.
- Единые условия по жилью/страховкам, SLA и отчётность по KPI адаптации.
- Оптимизация затрат.

В GoGlobe найдут

- **Корпоративный дашборд** статусов по каждому сотруднику (SLA, дедлайны).
- **Онбординг “под ключ”**: визы, ВНЖ, налоговые номера, жильё, страховки.
- **Интеграции с HRIS/ATS**, экспорт отчётов и **KPI адаптации**.
- **Корпоративные тарифы** и централизованные договоры с партнёрами.
- **Саппорт 24/7** для сотрудников и менеджеров.

## 4) Цифровые кочевники (Джеймс Уокер, 33)

Им нужно

- Частые переезды с минимальным трением.
- Доступные варианты жилья на 1–6 месяцев.
- Быстрый интернет и коворкинги.
- Минимизация налогов/визовые лайфхаки.
- Сообщество и событийность.

В GoGlobe найдут

- **Калькулятор стран** (налоги, визы, климат, стоимость жизни).
- **Подбор средне- и краткосрочного жилья** + коворкинги/сим-карты.
- **Налоговые и визовые гайды** под сценарий “slow travel”.
- **Календарь комьюнити-ивентов** и локальные чаты.
- **Лёгкое перенастроение профиля** под следующую страну (повторяемость процесса).

## Регуляторы

### 1. Иммиграционные службы и МВД

- **Характеристики**: государственные структуры, контролирующие визовые процессы, выдачу ВНЖ и разрешений на работу.
- **Потребности**: юридически корректные и прозрачные документы от пользователей, минимизация ошибок при подаче заявлений.

### 2. Налоговые органы

- **Характеристики**: государственные службы, отвечающие за регистрацию налоговых номеров и резидентство.
- **Потребности**: корректные данные о доходах и месте жительства, прозрачность в отчетности.

### 3. Министерства образования

- **Характеристики**: ведомства, регулирующие зачисление детей в школы и детсады.
- **Потребности**: актуальные документы об образовании ребёнка, справки о резидентстве, подтверждения страховки.

### 4. Системы здравоохранения и страховые регуляторы

- **Характеристики**: госструктуры и лицензированные компании, отвечающие за страховки.
- **Потребности**: корректные медицинские данные, прозрачная интеграция с полисами.

## **5. Европейский Союз**

- **Характеристики:** наднациональный регулятор, устанавливающий общие стандарты (GDPR, eIDAS).
- **Потребности:** соблюдение законов о защите данных, цифровые сервисы в рамках европейских стандартов.

## **Организации в цепочке продаж**

### **1. Риелторские агентства и онлайн-площадки**

- **Характеристики:** посредники на рынке жилья.
- **Потребности:** постоянный поток клиентов-релокантов, минимизация отказов и рисков.

### **2. Банки и финтех-компании (Revolut, N26, Wise)**

- **Характеристики:** финансовые сервисы, предоставляющие счета и переводы.
- **Потребности:** новые клиенты, юридическая чистота операций, доверие пользователей.

### **3. Страховые компании**

- **Характеристики:** частные компании, предлагающие мед- и имущественные полисы.
- **Потребности:** доступ к новой аудитории, готовность пользователей подключать страховки онлайн.

### **4. Юридические и консалтинговые бюро**

- **Характеристики:** специалисты по визам и миграции.
- **Потребности:** привлечение клиентов через платформу, снижение затрат на маркетинг.

### **5. Корпоративные HR-департаменты**

- **Характеристики:** международные компании, релокирующие сотрудников.
- **Потребности:** автоматизация релокации, прозрачная отчетность, поддержка сотрудников.

## **Другие влияющие акторы**

### **1. Сообщества экспатов (форумы, Telegram-группы, InterNations)**

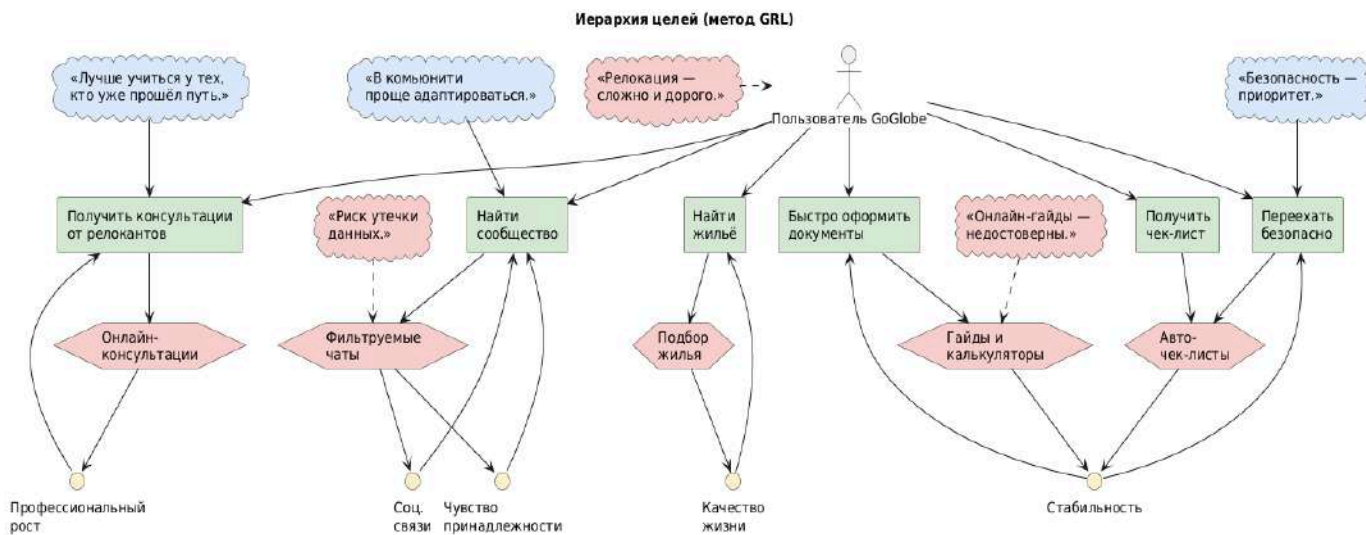
- **Характеристики:** неформальные объединения переехавших людей.
- **Потребности:** достоверная информация, удобные сервисы для помощи новым участникам.

### **2. Медиа и рейтинговые порталы (Numbeo, Expat.com, YouTube-блоги)**

- **Характеристики:** информационные площадки, формирующие мнение о странах и городах.
- **Потребности:** надёжные данные, партнёрские материалы, доступ к аудитории.

### 3. IT-компании и международные стартапы

- **Характеристики:** работодатели, часто релокирующие сотрудников.
- **Потребности:** быстрое оформление виз, снижение издержек, автоматизация HR-процессов.



# Анализ ключевых свойств продукта

## Фундаментальные свойства

- 1) **Достоверность и актуальность информации.** Данные о визах, законах, налогах, стоимости жизни должны быть точными и обновляться в режиме, близком к реальному времени. Любая ошибка здесь ведет к огромным рискам для пользователя и мгновенной потере доверия.
- 2) **Безопасность данных.** Сервис будет хранить огромное количество личной, финансовой и документальной информации пользователей. Гарантии безопасности и конфиденциальности — это базовое условие для любого взаимодействия.
- 3) **Охват стран и городов.** Пользователь должен быть уверен, что сервис покрывает те направления, которые ему интересны (от популярных стран ЕС до более экзотичных вариантов).

## Свойства, определяющие ценность

- 1) **Персонализация предложений.** Умный опросник, который на основе критериев пользователя (бюджет, профессия, наличие семьи, предпочтения по климату и безопасности) выдает не просто список стран, а ранжированные, персонализированные варианты с оценкой «совпадения». Это ядро ценности.
- 2) **Комплексность («Все-в-одном»).** Ключевое преимущество, решающее главную боль — избавление от хаоса. Клиент платит за то, чтобы не прыгать между 10+ разными сайтами и сервисами. Интеграция поиска жилья, оформления документов, подбора школ в единый процесс — это главная ценность.
- 3) **Автоматизация и простота оформления документов.** Не просто чек-листы (их можно найти и бесплатно), а прямые интеграции с официальными источниками, заполнение форм, отслеживание статуса заявлений, напоминания. Превращение сложного процесса в пошаговый и понятный.
- 4) **Экспертная поддержка и верификация.** Доступ к юристам, риелторам, налоговым консультантам внутри платформы. Уверенность в том, что любой вопрос можно решить быстро и не искать экспертов самостоятельно. Это снижает тревожность.
- 5) **Экономия времени.** Это количественно измеримая ценность. Сервис должен явно демонстрировать, сколько часов/дней/недель он сохранил пользователю. («Мы сокращаем процесс релокации с 6 месяцев до 2»).
- 6) **Успешность релокаций.** Метрика, важная для бизнеса: меньше failed релокаций = выше ROI (возврат на инвестиции) и retention сотрудников.

## Свойства, снижающие барьеры и риски

- 1) **Гибкость тарифов.** Наличие разных пакетов (только визовая поддержка, только жилье, полный пакет) и моделей оплаты (разовая, подписка). Это позволяет клиенту выбрать оптимальный вариант под свой бюджет и нужды.
- 2) **Сообщество и отзывы.** Возможность пообщаться с другими пользователями, почитать реальные кейсы и отзывы. Это создает социальное доказательство и доверие.

- 3) **Гарантии и условия возврата.** Четкие условия, при которых можно вернуть деньги (если это применимо), снимают финансовый риск первой покупки.

## Конкурентные матрицы

<div>Свойства</div> <div>Пользовательские группы</div>	Достоверность информации	Безопасность	Охват стран	Персонализация	Комплексность	Автоматизация и управление процессом	Поддержка	Экономия времени	Успешность релокации	Гибкость тарифов	Сообщества	Гарантии и условия возврата
IT-профессионалы-одиночки	10	9	7	6	8	10	8	10	10	7	5	9
Семьи с детьми	10	10	6	10	10	8	10	9	10	6	8	10
Корпоративные клиенты / HR	8	10	8	4	9	10	8	10	10	8	2	9
Цифровые кочевники	8	6	10	9	5	8	5	9	6	10	10	4

**Влияние продуктовых свойств для конкретных потребительских групп**

Свойства Продукты	Достоверность информации	Безопасность	Охват стран	Персонализация	Комплексность	Автоматизация и управление процессом	Поддержка	Экономия времени	Успешность релокации	Гибкость тарифов	Сообщества	Гарантии и условия возврата	Нормирование
Boundless Immigration	9	9	1	6	3	9	9	8	8	6	2	9	6,58
Visadb.io	7	6	8	5	3	3	5	5	4	7	5	3	5,08
Relocate	8	9	7	7	8	8	8	8	9	3	1	4	6,67
Nestpick	6	7	8	4	2	2	4	5	2	8	1	3	4,33
Welcome Kit	7	8	9	5	3	4	6	5	3	8	7	5	5,83
Xolo	9	9	2	4	3	8	8	8	8	7	3	5	6,17
Nomad List	7	5	10	6	2	1	2	4	2	8	10	1	4,83
Civic Nation	8	7	1	2	2	3	5	4	3	10	4	1	4,17
SimpleCitizen	9	9	1	6	3	9	8	8	8	6	2	8	6,42
LinkedIn	7	9	10	5	1	1	3	2	2	3	7	1	4,25
Airbnb	7	9	10	4	1	2	6	4	2	8	3	6	5,17
Google	9	9	10	5	1	1	1	2	1	1	1	1	3,5
Indeed	6	7	10	3	1	1	3	2	1	10	4	1	4,08
Spotahome	7	9	8	4	2	3	7	8	6	8	1	8	5,92
SIRVA	8	9	9	5	9	6	8	8	8	1	1	6	6,5
Cartus	8	9	9	6	8	7	9	7	9	1	1	6	6,67

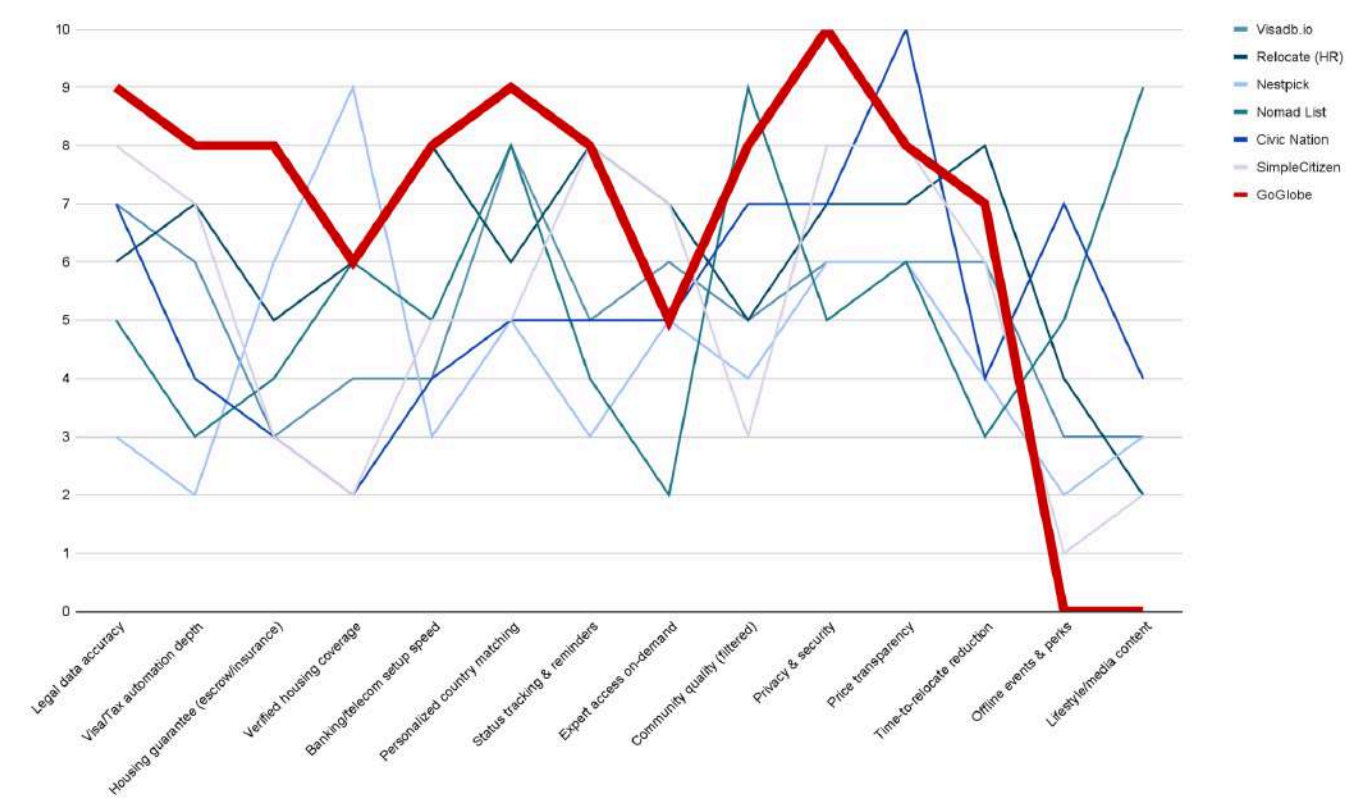
Абсолютная оценка продуктов конкурентов по свойствам



Свойства Продукты	Достоверность информации	Безопасность	Охват стран	Персонализация	Комплексность	Автоматизация и управление процессом	Поддержка	Экономия времени	Успешность релокации	Гибкость тарифов	Сообщества	Гарантии и условия возврата	Нормирование
Boundless Immigration	9	9	1	6	3	9	9	8	8	6	2	9	79
Visadb.io	7	6	8	5	3	3	5	5	4	7	5	3	61
Relocate	8	9	7	3	8	8	8	8	9	2	1	4	75
Nestpick	6	8	8	4	2	2	4	5	2	8	1	5	55
Welcome Kit	7	8	9	5	3	4	6	5	3	8	7	5	70
Xolo	9	9	1	4	3	8	8	8	8	7	3	5	73
Nomad List	7	5	10	6	2	1	2	4	2	8	10	1	58
Civic Nation	8	7	1	2	2	3	5	4	3	10	4	1	50
SimpleCitizen	9	9	1	6	3	9	8	8	8	6	2	8	77
LinkedIn	7	9	10	5	1	1	3	2	2	3	7	1	51
Airbnb	7	9	10	4	1	2	6	4	2	8	3	6	62
Google	8	3	10	2	1	1	1	1	1	1	3	1	33
Indeed	6	7	10	3	1	1	3	2	1	10	4	1	49
Spotahome	7	9	8	4	2	3	7	8	6	8	1	8	71
SIRVA	8	9	9	5	9	6	8	8	8	1	1	6	78
Cartus	8	9	9	6	8	7	9	7	9	1	1	6	80

**Оценка продуктов конкурентов по потребительским свойствам для  
IT-профессионалов-одиночек**

# Голубой океан



Занулено:

- Offline events & perks
- Lifestyle/media content

Уменьшено:

- Expert access on-demand
- Verified housing coverage

# 1. LicenseBridge — «быстрый путь к признанию квалификации и лицензии»

## Концепция.

GoGlobe открывает вертикаль для профессионалов из регулируемых сфер: от диплома до локальной лицензии — в одном маршруте. LicenseBridge автоматизирует признание образования, сопоставляет вашу квалификацию с требованиями страны назначения и проводит через недостающие шаги: эвалюация, переводы, курсы-мосты, экзамены, стажировки и регистрацию в профессиональной палате. Продаём не советы, а **время-до-лицензии**.

## Как это работает:

- **Профиль профессии.** Вы указываете специальность и страну. Движок знаний сопоставляет ваш опыт с нормативами, формирует персональный план, дедлайны и бюджет.
- **Эвалюация и документы.** Интеграции с признанными центрами оценки дипломов, аккредитованными переводчиками и нотариусами. Всё собирается в цифровой досье.
- **Заккрытие «разрывов».** Автоподбор коротких аккредитованных модулей и курсов-мостов, запись на экзамены и практику, бронирование слотов.
- **Майлстоун-эскроу.** Оплата этапов у лицензированных платёжных партнёров по факту выполнения; споры — в едином окне урегулирования.
- **План «Б».** Если регулятор меняет правила по ходу, LicenseBridge автоматически перестраивает маршрут и покрывает часть доработок по заранее известным условиям.
- **Дашборд статуса.** Прозрачные ETA по каждому шагу, напоминания, чек-листы для вас и для работодателя.

## Преимущества и создание «голубого океана»:

- **Новая метрика рынка.** Вместо «сколько экспертов» — измеримый показатель **время-до-лицензии** и вероятность успеха по профессии и стране.
- **Данные как защитный ров.** История реальных прохождений, статистика по регуляторам, экзаменам и провайдерам образуют не копируемую базу для точного планирования.
- **Сетевой эффект.** Чем больше вузов, центров оценки, курсов и палат подключено, тем короче маршруты и выше конверсия — для всех последующих клиентов.
- **Высокая стоимость переключения.** Отлаженные плейбуки по профессиям, подтверждённые слоты и эскроу-схемы трудно воспроизвести конкурентам.
- **Фокус на результате.** Клиент платит за предсказуемый исход — легальное право работать — а не за бесконечные консультации.

## Для кого и кто платит:

- **Клиенты:** медики, медсёстры, инженеры, учителя, электрики, архитекторы и другие специалисты из регулируемых отраслей.

- **Плательщики:** сами профессионалы (подписка и премия за ускоренный маршрут), работодатели и города-партнёры, заинтересованные в закрытии дефицита кадров; комиссия с образовательных и оценочных провайдеров.

#### **Метрики успеха:**

- доля выданных лицензий и среднее время-до-лицензии по профессии;
- доля автоматических урегулирований в эскроу;
- удовлетворённость работодателей и регуляторов.

#### **Один тезис для слайда.**

LicenseBridge: от диплома к лицензии — кратчайший авторизованный маршрут с бронированиями, курсами и эскроу, где результат — право легально работать.

## **2. AI-симулятор и стресс-тест релокации (Relocation Stress Test AI)**

**Концепция:** Это не просто подбор страны по критериям, а сложная нейросеть, которая моделирует вашу будущую жизнь в другой стране с беспрецедентной детализацией, включая непредвиденные сложности и когнитивные искажения, чтобы подготовить вас морально и финансово.

#### **Как это работает:**

- Глубокая симуляция: Пользователь вводит свои данные. ИИ на основе миллионов точек данных (от цен на продукты в конкретном супермаркете района до статистики по работе бюрократических аппаратов) создает динамическую модель переезда.
- Проигрывание сценариев: Система предлагает не только оптимистичный сценарий, но и прорабатывает негативные:
- «Смоделируйте задержку визы на 2 месяца. Как это повлияет на ваш бюджет?»
- «Вы столкнулись с ксенофобией на бытовом уровне. Ваши действия?»
- «Ваш ребенок не может адаптироваться в новой школе в течение полугода. Какие альтернативы?»
- Финансовый стресс-тест: ИИ рассчитывает не только средние траты, но и строит "путь к банкротству" — при каких непредвиденных расходах и решениях ваш бюджет будет исчерпан, и как этого избежать.
- Психологическая подготовка: Симулятор использует техники когнитивно-поведенческой терапии (CBT), чтобы помочь пользователю заранее выработать стратегии борьбы со стрессом, тоской по дому и культурным шоком.

#### **Преимущества и создание монополии:**

- Упреждающее устранение рисков: Сервис продает не надежду, а предсказуемость. Он снижает процент неудачных переездов, который является главной проблемой индустрии.
- Не копируемый актив: Такая нейросеть, обученная на реальных данных тысяч релокантов, станет уникальным активом, который невозможно быстро скопировать или повторить. Это создает технологический барьер.
- Новая метрика ценности: GoGlobe начинает измерять и гарантировать то, что никто не гарантирует — успешность и безболезненность релокации, а не просто факт оказания услуг. Это переопределяет рынок.
- Монополия на доверие: Пользователи будут считать симулятор обязательным этапом подготовки. Получив столь глубокий инсайт в свое будущее, они уже не пойдут к конкурентам, которые предлагают лишь поверхностный подбор. GoGlobe становится единственным логичным выбором для осознанного переезда.

# Форсайт

## 1. Анализ контекста и системная диагностика

### 1) Ключевые игроки:

- **Пользователи:** Цифровые кочевники, IT-специалисты, семьи с детьми, корпоративные HR.
- **Конкуренты:** Разрозненные посредники (визовые, риелторы), зарождающиеся платформы-агрегаторы, корпоративные сервисы (например, GO-Globe).
- **Партнеры:** Банки, страховые и юридические компании, образовательные платформы, государственные порталы (Госуслуги и аналоги).
- **Регуляторы:** Миграционные службы, налоговые органы разных стран.
- **Тренды (Generational Arcs):**
  - *Технологический:* AI, Web3 (умные контракты для проверки жилья/контрактов), цифровые резидентства.
  - *Социальный:* Рост ценности опыта над владением, запрос на сообщество и принадлежность (а не просто переезд).
  - *Экономический:* Глобальная война за таланты, инфляция, изменение моделей работы.
  - *Политический:* Ужесточение визовых режимов в одних странах и активный привлечение талантов в других.

- 2) **Вывод по анализу:** Рынок фрагментирован и неудобен. "Белое пятно" (White Spot) — отсутствие единого доверенного экосистемного игрока, который интегрирует все этапы жизни релоканта (от принятия решения до полной интеграции в новую страну), используя технологии для персонализации и автоматизации.

## 2. Сценарное планирование: Четыре варианта будущего

Мы используем сценарный подход, чтобы подготовиться к разным вариантам развития событий. Каждый сценарий — это не прогноз, а "испытательный полигон" для нашей стратегии.

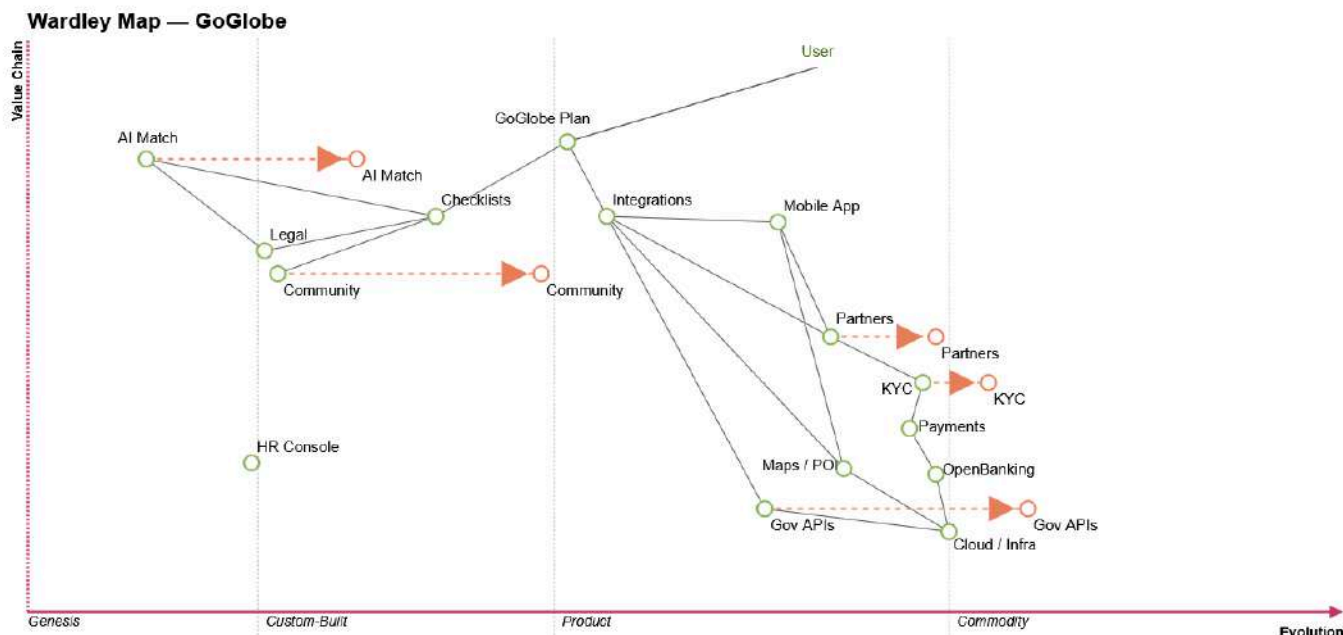
Сценарий	Описание	Риски для GoGlobe	Возможности для GoGlobe	Вероятность
<b>1) Платформенный рай (Технологическая интеграция)</b>	AI-ассистенты управляют всем. Государства открывают API для автоматического оформления документов. Доминируют 1-2 супераппа.	Стать одним из многих; высокие затраты на R&D; война с крупными tech-гигантами.	Занять нишу B2B-корпоративных релокаций с white-label решением. Стать стандартом для среднего бизнеса.	Высокая
<b>2) Крепость сообществ (Доверие и безопасность)</b>	Из-за мошенничества и геополитики люди доверяют только узким сообществам и личным рекомендациям. Технологии вторичны.	Низкая маржинальность; сложность масштабирования; зависимость от мнения лидеров.	Создать эксклюзивную верифицированную сеть экспертов и закрытые клубы релокантов. Стать Curated Marketplace.	Средняя
<b>3) Регуляторный лабиринт (Государственный контроль)</b>	Страны ужесточают правила, процесс релокации становится гипербюрократизированным. Ценность — в глубокой экспертизе юристов.	Низкая рентабельность из-за ручного труда; зависимость от партнеров-юристов.	Разработать SaaS-платформу для юристов и релокан-агентств (экспертные системы, базы знаний, CRM).	Средняя
<b>4) Фьючерс-номад (Полная децентрализация)</b>	Релокация через DAO и NFT-визы. Сообщества владеют платформами. Крипто-идентичность и репутация ключевые.	Полная смена парадигмы; неясность регулирования; текущая бизнес-модель устаревает.	Экспериментировать с Web3-лояльностью (токены за отзывы), прототипировать децентрализованные сервисы проверки жилья.	Низкая

### 3. Стратегические адаптации и проверка концепции

- 1) **Формулировка Видения (Vision Statement):** «GoGlobe — это бесшовный мост между старой жизнью и новой, где технологии и сообщество устраняют стресс от переезда и открывают возможности для роста в любой точке мира».
- 2) **Фокус на Big Idea:** Наша "Большая идея" — «Relocation as a Service» (RaaS) — единая подписка на весь процесс релокации и адаптации, а не разовые услуги.
- 3) **Ключевые адаптации:**
  - *Смена бизнес-модели:* От продажи разовых услуг к подписке (месячной/годовой) с пакетами услуг (Individual, Family, Corporate).
  - *Инвестиции в Data & AI:* Сбор данных для обучения алгоритмов — наше ключевое конкурентное преимущество.
  - *Культура эксперимента:* Внедрение Buddy Checks для проверки гипотез и Wheel of Change для оценки влияния любых нововведений на все отделы компании.
  - *DARPA Hard Test:* Постоянно задавать себе вопрос: «Решаем ли мы по-настоящему сложную и важную проблему?» Если наше решение сводится к простому агрегированию посредников, мы проиграем.



# Wardley map



## Вывод

Карта показывает, что защищаемая ценность GoGlobe — не «агрегация услуг», а **предсказуемый исход**: время-до-ВНЖ/лицензии и вероятность успеха, подкреплённые данными и оркестрацией. Это ровно то «белое пятно», которого нет у агрегаторов вроде Airbnb, поисковиков вроде Google и HR-платформ вроде LinkedIn. Они владеют каналом, но не дают гарантий исхода и глубины экспертизы по маршруту.

## Что это дало

- Ясную границу **build vs buy** и снижение технологического долга.
- Метрики, на которых можно конкурировать и продавать B2C и B2B: **время-до-результата, вероятность успеха, доля успешных релокаций**.
- Чёткую историю позиционирования против экосистемных гигантов: мы не СМИ и не каталог, мы — «операционная система переезда с гарантией результата».

## Как меняем предложение (go-to-market и продукт)

### Переупаковка ценности

- Переходим на **RaaS-подписку** с понятными пакетами для индивидуальных, семей и корпоративных клиентов. В пакет включаем AI-симулятор как первый шаг, далее — конвейер задач с ETA и SLA.
- Для регулируемых профессий выносим **LicenseBridge** в отдельную линейку с оплатой по этапам через эскроу и обещанием «коротчайший авторизованный маршрут до права работать».

## Новые продуктовые артефакты

- **Отчёт-паспорт релокации** после симуляции. В нём — сценарии, стресс-точки, план платежей и «красные флаги» по рискам.
- **Дашборд успеха:** время-до-этапов, вероятность успеха, бюджет-фактический против планового. Это помогает продавать HR-департаментам.

### Коммерция и каналы

- Углубляем **партнёрства** с юристами, банками, страховщиками и площадками жилья. Роль GoGlobe — контроль качества, SLA и единый UX, а не собственный инвентарь.
- Запускаем **реферальную программу** и контент-SEO вокруг «как сократить время-до-ВНЖ/лицензии». Это поддержано вашей юнит-экономикой.

### Что упрощаем/срезаем

- Снижаем долю «лайфстайл-медиа» и несистемных активностей. Фокус — на данных, автоматизации и результатах клиента.

# UNIT-экономика

## Каналы привлечения

Для привлечения клиентов GoGlobe будет использовать смешанную модель, фокусируясь на каналах с высокой конверсией и долгосрочной эффективностью:

1. **Контент-маркетинг и SEO:** Создание экспертных гайдов, статей и видео по темам релокации, виз, налогов и адаптации. Основная цель — привлечение органического трафика по целевым запросам.
2. **Социальные сети и сообщества:** Целевая работа в LinkedIn (для B2C профессионалов и B2B), Telegram-каналах и Reddit-сообществах для экспатов. Фокус на экспертном участии, а не прямой рекламе.
3. **Партнерства:** Сотрудничество с IT-рекрутинговыми агентствами, международными компаниями и образовательными консультантами, которые передают нам клиентов за комиссию.
4. **Сарафанное радио (Реферальная программа):** Мотивация существующих клиентов рекомендовать сервис своим друзьям и коллегам за бонусы.

## Конверсии по каналам

Конверсия из посетителя/контакта в платящего клиента (лида в продажу) будет варьироваться:

1. **Сарафанное радио:** Конверсия: **12%** (самый высокий уровень доверия).
2. **Партнерства:** Конверсия: **8%** (клиенты приходят с конкретным запросом и рекомендацией).
3. **Контент-маркетинг и SEO:** Конверсия: **4%** (посетители "прогреты" контентом и уже ищут решение).
4. **Социальные сети:** Конверсия: **2%** (более "холодная" аудитория).

## Выбор способа монетизации

Модель монетизации GoGlobe состоит из трех ключевых потоков дохода:

1. **Разовые пакеты услуг:** Основной продукт, который клиент покупает для решения своей главной задачи - организации переезда. Пакеты различаются по глубине поддержки и стоимости.
2. **Годовая подписка:** Дополнительная услуга для клиентов, которым нужна поддержка после переезда (юридические консультации, налоговые напоминания, доступ к сообществу и эксклюзивным скидкам).
3. **Партнерские комиссии:** Доход от наших партнеров (банки, риелторы, страховые компании, школы) за каждого клиента, который воспользовался их услугами через нашу платформу.

## LifeTime (LT)

1. Индивидуальный релокант: Активная фаза переезда ~6 месяцев. С учетом годовой подписки, эффективный LT для расчета LTV составляет 12 месяцев.

2. Семьи с детьми: Более длительный процесс адаптации. Эффективный LT составляет 18 месяцев.
3. Корпоративные клиенты: Долгосрочные отношения, основанные на годовых контрактах. Средний LT составляет 3 года (36 месяцев).

## Итоговый расчет

Прайс-лист (Ключевые источники дохода)

1. Пакеты для Индивидуалов:
  - "Digital Toolkit": \$699
  - "Full Support": \$1199
2. Пакеты для Семей:
  - "Family Base": \$2459
  - "Family Concierge": 4219\$
3. Подписки:
  - Индивидуальная "Global Pro": \$250/год
  - Семейная "Family Hub": \$799/год
4. Корпоративный тариф: в среднем \$1,500 в год на одного релоцируемого сотрудника.

Пример реальных цен:

Essential <i>Guided Application</i>	Premium <i>Lawyer-Guided application</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Complete immigration application, shipped directly to the government</li> <li>✓ Comprehensive review of all government forms and documents</li> <li>✓ Unlimited live support</li> <li>✓ Guaranteed approval, or your money back</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ All Essential services and guarantees included, plus:</li> <li>✓ One legal consultation with an immigration attorney</li> <li>✓ Attorney review and feedback for your entire application</li> <li>✓ Personalized interview preparation with an immigration attorney</li> </ul>
Starting at: <b>\$60/month</b> <small>or pay in full for \$649</small>	Starting at: <b>\$108/month</b> <small>or pay in full for \$1149</small>
GET STARTED	GET STARTED

## Расчет для Сегмента 1: Индивидуальный релокант

1. Предполагаемые месячные затраты на маркетинг (на сегмент): \$5,000
2. Количество новых клиентов в месяц: 20
3. САС (Стоимость привлечения клиента) =  $\$5,000 / 20 = \$250$
4. LTV (Пожизненная ценность клиента):
  - a. Доход с пакета: (70% выбирают "Toolkit", 30% — "Full Support")  
 $(0.70 * \$699) + (0.30 * \$1199) = \$489.3 + \$389.7 = \$879$
  - b. Доход с подписки: (25% конверсия в годовую подписку)  
 $0.25 * \$250 = \$62.5$
  - c. Доход с партнерских комиссий: в среднем \$120 на клиента.
  - d. Итого LTV =  $\$879 + \$62.5 + \$120 = \$1061.5$

$$\text{LTV} / \text{CAC} = \$1061.5 / \$250 = 4.25. \mathbf{4.25 > 3}$$

#### Расчет для Сегмента 2: Семьи с детьми

1. Предполагаемые месячные затраты на маркетинг (на сегмент): \$6,000
2. Количество новых клиентов в месяц: 10
3.  $\text{CAC} = \$6000 / 10 = \$600$
4. LTV:
  - a. Доход с пакета: (70% выбирают "Base", 30% — "Concierge")  
 $(0.70 * \$2459) + (0.30 * \$4219) = \$1987$
  - b. Доход с подписки: (30% конверсия в годовую подписку)  
 $0.30 * \$799 = \$239,7$
  - c. Доход с партнерских комиссий: в среднем \$250 на клиента.
  - d. Итого LTV =  $\$1987 + \$239,7 + \$250 = \$2476,7$

$$\text{LTV} / \text{CAC} = \$2476.7 / 600 = 4.12 \mathbf{4.12 > 3}.$$

#### Расчет для Сегмента 3: Корпоративный клиент

1. Предполагаемые месячные затраты на маркетинг (на сегмент): \$8,500
2. Количество новых клиентов в месяц: 1.5 (или 2 за 3 месяца)
3.  $\text{CAC} = \$8,500 / 1.5 = \$5667$
4. LTV за 3 года:
  - a. Средний контракт: компания релоцирует 5 сотрудников в год.
  - b. Доход с подписки (SaaS):  $5 \text{ сотрудников} * \$1,500/\text{сотрудник} * 3 \text{ года} = \$22,500$
  - c. Доход с партнерских комиссий: (в среднем \$200 на сотрудника за весь цикл)  
 $5 \text{ сотрудников} * 3 \text{ года} * \$200 = \$3,000$
  - d. Итого LTV =  $\$22,500 + \$3,000 = \$25,500$

$$\text{LTV} / \text{CAC} = \$25,500 / \$5,667 = 4.41. \mathbf{4.41 > 3}.$$

# Анализ и выбор ключевых бизнес-сервисов

## Ключевые бизнес-сервисы проекта:

- Сервис симуляции релокации (**Relocation Simulation Service**)
- Сервис подбора вакансий (**Job Matching Service**)
- Сервис юридической и визовой поддержки (**Legal & Visa Support Service**)
- Личный кабинет и трекинг прогресса (**Personal Account & Progress Tracking**)
- Сервис оркестрации релокации (**Relocation Orchestration Service**)

## 1. Сервис симуляции релокации (Relocation Simulation Service)

### Почему основной:

- Это первый контакт, который **переводит заинтересованного пользователя в «готового клиента»** — даёт психологическую уверенность и структурный план.
- Главная дифференциация — **глубина и точность** прогноза (финансы, бюрократия, психологический стресс, культурные факторы).
- Работает как лидогенератор: человек, получивший **детальный сценарий** своей жизни в новой стране, крайне редко идёт к конкурентам с простыми фильтрами.
- Является ключевым звеном в **SLA GoGlobe** по «успешности релокаций» — снижает процент неудачных переездов.
- Канал продаж: симуляция сама **приводит к продаже оркестрации релокации**, т.к. готовый план требует исполнения.

## 2. Сервис оркестрации релокации (Relocation Orchestration Service)

### Почему основной:

- Это ядро монетизации: клиент платит за **«всё под ключ»** — визы, жильё, банки, страховка, школы.
- Дает полный контроль и **SLA**: платформа берёт на себя **ответственность за результат**, а не только советы.
- Сильный удерживающий фактор: после старта оркестрации **клиент остаётся на платформе** до конца процесса (6–18 месяцев).
- **Возможна B2B-продажа** — корпоративным HR и компаниям, переводящим сотрудников.
- Интеграция с партнерами **создаёт доп. доход** (комиссии, white-label).

### Почему остальные — вспомогательные (не основные)

- **Подбор вакансий (Job Matching Service)** — важный для части аудитории (IT, цифровые кочевники), но не универсальный и не для всех сегментов, недостаточно критичный для SLA всего продукта.
- **Юридическая и визовая поддержка (Legal & Visa Support Service)** — это модуль, встроенный в оркестрацию релокации. Самостоятельно как продукт — нишевый, а в GoGlobe он часть общего пакета.

- **Личный кабинет и трекинг прогресса (Personal Account & Progress Tracking)** — не продаёт и не конвертирует сам по себе; это поддерживающий сервис, который усиливает основные, но не формирует ценность отдельно.

# Оптимизация параметров SLA на основе анализа предельной ценности

## 1) Сервис симуляции релокации (Relocation Simulation Service)

### Общая информация о сервисе

**Ответственность:** Создание детального, персонализированного сценария переезда, включая финансовые, бюрократические, психологические и культурные аспекты.

**Функции:**

- Глубокая финансовая симуляция (бюджет, налоги, стоимость жизни).
- Анализ визовых требований и бюрократических процедур.
- Оценка психологической адаптации и культурных факторов.
- ML-прогноз успешности релокации и потенциальных рисков.
- Генерация персонализированного поэтапного плана переезда.

**Ценность:** Превращает абстрактную идею переезда в структурированный, предсказуемый и реалистичный план, давая пользователю психологическую уверенность и являясь мощным лидогенератором.

### Критерии оптимизации выбранных сервисов

**Ключевой критерий оптимизации: Глубина, Точность и Убедительность Прогноза**

**Обоснование:** Это главный дифференциатор, который удерживает пользователя от ухода к конкурентам. Чем точнее и детальнее симуляция (включая прогноз стресса, бюрократии, скрытых расходов), тем выше доверие и конверсия в продажу оркестрации. Это напрямую влияет на ключевой SLA платформы по "успешности релокаций".

**Балансирующий критерий: Скорость и Наглядность представления результатов**

**Обоснование:** Сложность расчетов не должна отпугивать пользователя. Процесс симуляции должен быть быстрым, а итоговый отчет — максимально наглядным, визуализированным и простым для восприятия, чтобы ценность глубокого анализа была немедленно очевидна.

### Анализ гарантий качества услуги (SLA) и целевые показатели

**Стандартные рыночные показатели SLA**

- Время формирования симуляции: < 24 часов
- Полнота анализа: Учет основных факторов (бюджет, жилье, визы).
- Точность финансового прогноза: Расхождение с реальностью в пределах  $\pm 25\%$ .
- Успешность релокации (косвенно): 90-95%.



## Предлагаемые целевые значения SLA с учетом маржинального анализа

**Принцип маржинального анализа:** Улучшение показателей сервиса симуляции напрямую конвертируется в рост конверсии в платный сервис оркестрации. Инвестиции оправданы до точки, где прирост конверсии перестает покрывать затраты на дальнейшее улучшение точности и глубины.

### Целевые показатели для сервиса

Метрика	GoGlobe	Обоснование и маржинальный анализ
Время формирования симуляции	< 8 часов	Улучшение до 8 часов дает максимальный прирост ценности (клиент не теряет вовлеченность). Дальнейшее ускорение требует экспоненциального роста затрат и неощутимо для клиента.
Точность финансового прогноза	$\pm 12\%$	Снижение погрешности с 25% до 12% - это качественный скачок, который клиент замечает и ценит. Улучшение до $\pm 5\%$ не оправдано: при среднем бюджете €50,000 разница в $\pm 12\%$ уже терпима, а снижение до $\pm 5\%$ не стоит трехкратных затрат на данные.
Глубина анализа (факторы риска)	8-10 факторов	10 факторов покрывают основные риски, известные клиенту. Увеличение до 15 факторов перегружает клиента информацией и не дает существенного прироста ценности.
Прогноз успешности релокации	97%	97% - это уровень, который клиент воспринимает как почти гарантированный успех. Повышение до 99% требует непропорционально высоких затрат и незначительно влияет на доверие.

## Вывод

Для сервиса симуляции целевые показатели SLA оптимизированы под одну задачу — максимальную конверсию в продажу оркестрации.

- Время формирования 8 часов — удержание вовлеченности пользователя, когда абстрактная идея переезда еще не успела смениться сомнениями.
- Точность  $\pm 12\%$  — сознательный компромисс. Погрешность считается приемлемой для принятия решения, а стоимость данных для достижения  $\pm 5\%$  не окупается ростом конверсии.
- 97% успешности — психологический порог "почти гарантии", за которым клиент готов совершить следующее действие. Дальнейшее повышение до 99% не дает заметного прироста доверия.

## 2) Сервис оркестрации релокации (Relocation Orchestration Service)

## Общая информация о сервисе

**Ответственность:** Полное управление процессом переезда "под ключ" — от подачи документов до адаптации на месте.

### Функции:

- Полный визовый и юридический консалтинг и сопровождение.
- Подбор и бронирование жилья.
- Организация переезда и логистики.
- Помощь в открытии банковских счетов, оформлении страховок.
- Подбор школ и детских садов.
- Назначение персонального менеджера по релокации.
- Трекинг прогресса в режиме 24/7.

**Ценность:** Клиент получает единую точку ответственности и полное спокойствие, экономя время, минимизируя стресс и риски неудачи. Для бизнеса это ядро монетизации и основной источник дохода.

## Критерии оптимизации выбранных сервисов

**Ключевой критерий оптимизации:** Скорость, Предсказуемость и Успешность выполнения плана релокации

**Обоснование:** Клиент платит за результат и отсутствие проблем. Способность выполнить процесс быстрее рынка, с первой попытки и с гарантированным успехом — это ключевое конкурентное преимущество, оправдывающее премиальную стоимость услуги.

**Балансирующий критерий:** Прозрачность и Качество коммуникации

**Обоснование:** Длительный процесс (6-18 месяцев) требует постоянного информирования клиента. Высокое качество коммуникации (быстрые ответы, проактивные уведомления) является "гигиеническим" фактором, предотвращающим недовольство и отток, даже при идеальном результате.

## Анализ гарантий качества услуги (SLA) и целевые показатели

### Стандартные рыночные показатели SLA

- Подготовка документов: 7-14 дней
- Время ответа на запрос: 24-48 часов
- Success Rate релокации: 90-95%
- Количество итераций по правкам: 2-3 цикла

### Предлагаемые целевые значения SLA с учетом маржинального анализа

**Принцип маржинального анализа:** В сервисе оркестрации ключевая метрика — LTV (Lifetime Value) клиента. Улучшение SLA напрямую влияет на удержание, кросс-продажи и реферальную активность. Оптимизация направлена на снижение операционных издержек (за счет уменьшения итераций) и максимизацию пожизненной ценности клиента.

## Целевые показатели для сервиса

Метрика	GoGlobe	Обоснование и маржинальный анализ
Подготовка документов	3-5 дней	Сокращение до 3-5 дней демонстрирует клиенту высокую скорость работы. Дальнейшее сокращение до 2 дней незначительно для клиента, но требует резкого увеличения ресурсов.
Success Rate	97%	97% успеха - это сильное конкурентное преимущество, которое клиент замечает. Повышение до 99% почти незаметно, но требует перфекционизма во всех процессах и резко увеличивает стоимость.
Время ответа на запросы	2-4 часа (в рабочее время)	Ответ в течение 4 часов в рабочее время воспринимается как оперативный. Поддержка 24/7 с ответом за 1 час обходится в 3 раза дороже, но не дает пропорционального прироста удовлетворенности.
Количество итераций по правкам	2 цикла	Сведение к 2 циклам значительно снижает операционные затраты и повышает удовлетворенность клиента. Дальнейшая оптимизация (идеально с первого раза) невозможна из-за человеческого фактора и непредсказуемости клиентских требований.

## Вывод

Для сервиса оркестрации SLA сфокусированы на максимизации LTV клиента через управление его ожиданиями и снижение операционных издержек.

- Success Rate 97% — это порог, за которым стоимость не окупается ни через цену услуги, ни через лояльность, но радикально увеличивает затраты.
- Сокращение итераций до 2 циклов — ключевая метрика, напрямую снижающая стоимость услуги и повышающая удовлетворенность клиента за счет скорости.
- Ответ за 2-4 часа — баланс между ощущением мгновенной поддержки и экономической нецелесообразностью поддержки 24/7 с часовым ответом.

# Бизнес процессы и идентификация ключевого узкого места процесса

## Сервис оркестрации релокации (Relocation Orchestration Service)

### Что это такое?

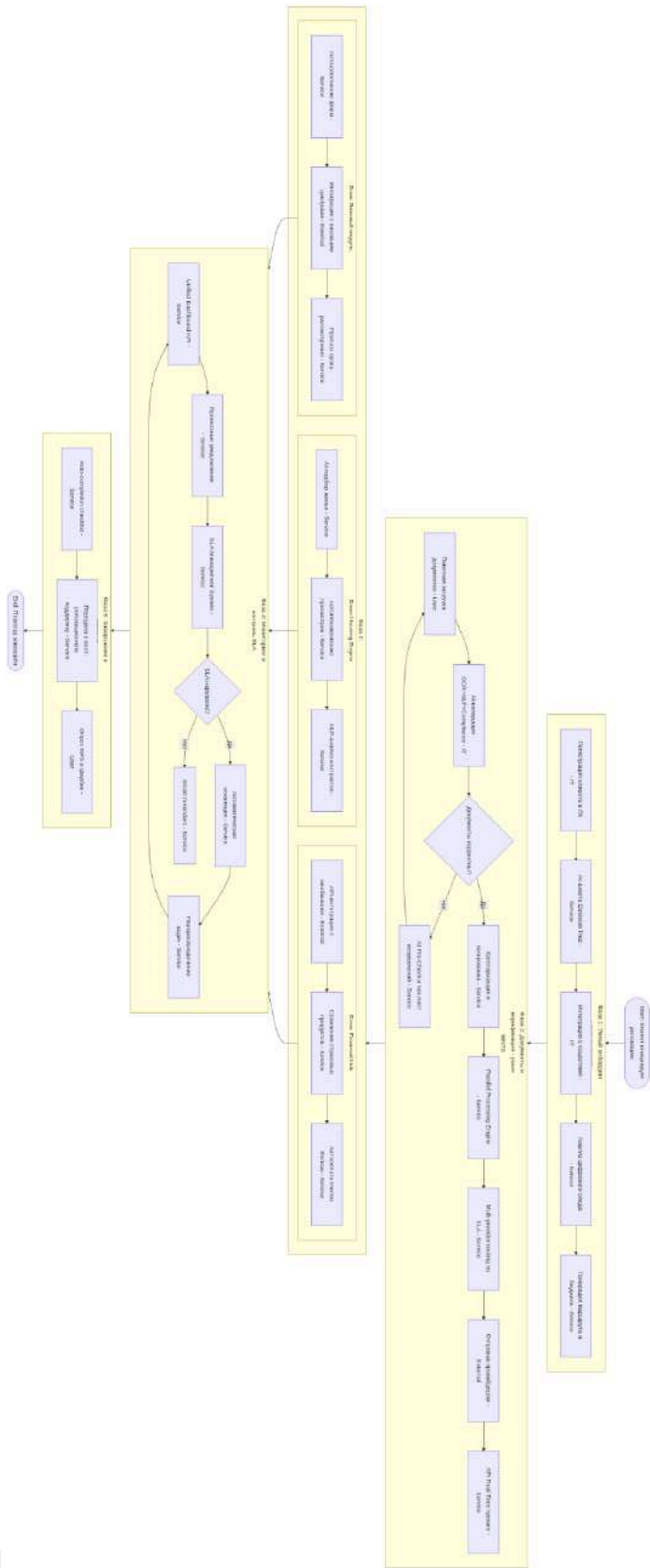
Услуга «под ключ», в которой управление всеми этапами переезда клиента передается единому сервису. Сервис координирует процессы: от подачи визы до поиска жилья, открытия счёта и подключения страховки. В отличие от консультаций, результат гарантируется в рамках соглашения об уровне услуг (SLA).

### Ключевые принципы:

- **Проактивность:** Система предсказывает потребности и риски.
- **Параллельность:** Этапы запускаются одновременно, где это возможно.
- **Автоматизация:** Большинство процессов (цель — 85%) не требуют участия человека.
- **Ориентированность на данные:** Решения принимаются на основе исторических данных и моделей машинного обучения.

**Видение:** Сделать процесс переезда максимально предсказуемым и простым. Клиент и менеджер прикладывают минимум усилий, а система управляет переездом на основе данных.

**Цель:** Превратить работу с документами из основного источника задержек в конкурентное преимущество за счет автоматизации и параллельного выполнения задач.



Mermaid BPMN

## Детализация фаз процесса

### Фаза 1: Умный онбординг и планирование

Decision Tree алгоритм. Регистрация, сбор данных через адаптивную форму. Анкета динамически подстраивается под ответы (Например, Выбор страны → система показывает релевантные вопросы. Указание наличия детей → добавляется блок про школы).

#### 1. AI-анкетирование

Форма меняет набор вопросов в зависимости от ответов (например, выбор страны или указание наличия детей добавляет соответствующие блоки).

- Динамическая форма с контекстными вопросами
- Интеграция с соц-сетями для автозаполнения профиля
- Анализ цифрового следа для верификации (валидация)

#### 2. Relocation Roadmap Generator

Автоматическое создание персонального плана с расчетом вероятности успеха и примерной сметой на основе рыночных данных.

- Автогенерация персонального плана переезда
- Расчет вероятности успеха по этапам
- Predictive budgeting на основе market data

### Фаза 2: Интеллектуальный документ-конвейер

Цель: Создать единую интеллектуальную среду для работы с документами, обеспечивающую бесшовную загрузку, автоматическую верификацию и мгновенную готовность к дальнейшей обработке.

#### 1. Единый хаб для документов

Загрузка с проверкой качества сканов. Автоматическая проверка документов на соответствие требованиям (OCR, NLP)

- Пакетная загрузка с CV-проверкой
- AI-валидация: OCR + NLP + compliance check
- Автоматическая категоризация и тегирование

#### 2. Одновременная отправка провайдерам

Статус обработки отслеживается в реальном времени.

- Документы сразу направляются переводчикам, нотариусам и другим подрядчикам.
- Маршрутизация между провайдерами основывается на их рейтинге и загрузке.
- Real-time трекинг статусов через API

### Фаза 3: Исполнение

Цель: Полная автоматизация визового процесса от подачи до получения с гарантией соблюдения сроков и требований.

### **1. Визовый модуль**

Автоматическое заполнение форм, интеграция с визовыми центрами, отслеживание сроков.

- Автозаполнение государственных форм
- Интеграция с визовыми центрами
- Predictive tracking сроков рассмотрения

### **2. Поиск жилья**

Подбор вариантов по заданным параметрам, автоматизация записи на просмотры, проверка контрактов.

- AI-подбор жилья по 50+ параметрам
- Automated viewing scheduling
- Юридический анализ контрактов NLP

### **3. Финансовые услуги**

API-интеграция с банками, сравнение страховых продуктов, управление платежами.

- API-интеграция с neobanks
- Сравнение страховых продуктов
- Автооплата счетов через escrow

## **Фаза 4: Сквозной мониторинг и контроль**

Цель: Обеспечить полную прозрачность и контроль над процессом релокации для клиента и менеджера в реальном времени.

### **1. Общая панель управления**

Отображение ключевых показателей (бюджет, сроки, риски) в реальном времени для клиента и менеджера.

- Real-time KPI: бюджет, риски
- Прогнозные уведомления о рисках

### **2. Управление SLA**

Автоматическое оповещение о нарушениях сроков, перераспределение задач между провайдерами, напоминания с учетом контекста.

- Автоматическая эскалация при нарушениях
- Динамическое перераспределение между провайдерами
- Smart reminders с контекстом

## **Фаза 5: Завершение и переход**

1. Контрольный список завершающих действий.
2. Передача клиента в службу пост-релокационной поддержки.
3. Автоматический сбор обратной связи.

## Узкое место

Шаг «Документы и верификация» — это первая и самая большая проблема.

1. Задержки до 30–40% общего времени релокации.
2. Ошибки в формате сканов → повторные загрузки.
3. Медленные внешние провайдеры (переводчики, нотариусы).
4. Несовместимость данных с гос. API → возвраты.

## Данные, метрики и автоматизация

Что собираем:

1. Время на выполнение каждого подпроцесса.
2. Количество ошибок/возвратов документов.
3. Время ответа провайдера.
4. Доля задач, выполненных с первой попытки (FTR).

## Метрики:

Показатель	Целевое значение	Что измеряет
Доля правильных документов с первой попытки	≥ 95%	Качество подготовки документов и работы провайдеров.
Уровень автоматизации	≥ 85%	Доля задач, не требующих ручного вмешательства.
Соблюдение сроков по этапам	≥ 95%	Насколько точно провайдеры и система соблюдают согласованные сроки (SLA).
Простота взаимодействия (Customer Effort Score)	≥ 4	Удобство сервиса для клиента по шкале от 1 до 5.
First Contact Resolution	≥ 90%	Решение вопросов с первого обращения

## Автокоррекция:

1. Если доля ошибок в документах превышает 5%, система автоматически запускает двойную проверку (проверка ИИ + человек).
2. Если обработка документа провайдером задерживается более чем на 48 часов, система предлагает перераспределить задачу более быстрому партнеру.

## Улучшения



1. **Маршрутизация между провайдерами:** Подключение нескольких агентств для автоматического выбора самого быстрого исполнителя.
2. **Предварительная проверка:** AI проверяет документы на соответствие требованиям страны до отправки переводчику.
3. **Панель SLA в реальном времени:** Клиент и менеджер видят текущие статусы задач и получают предупреждения о риске срыва сроков.

## Сервис симуляции релокации (Relocation Simulation Service)

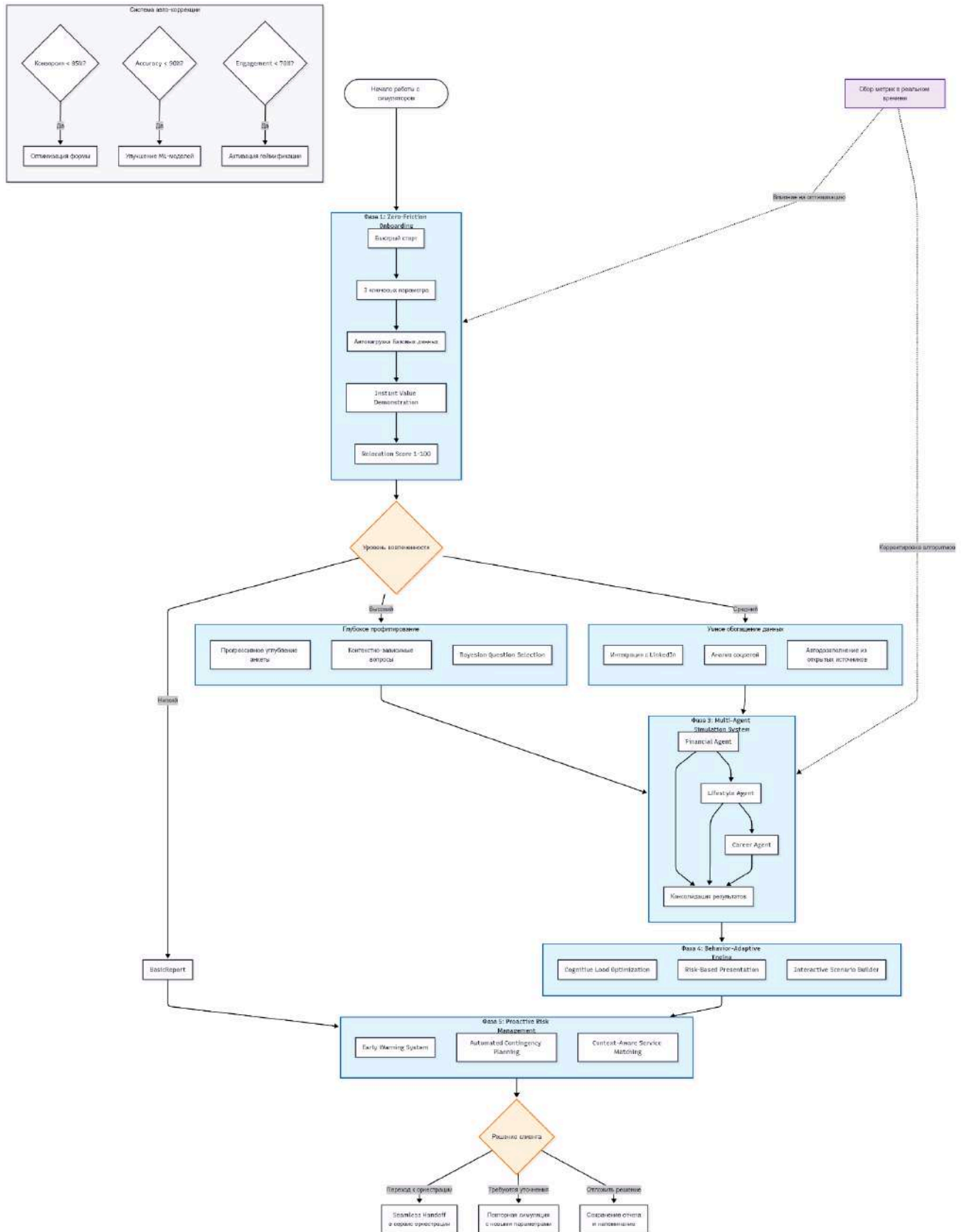
### Что это такое?

Инструмент, который помогает оценить реалистичность переезда, рассчитав сроки, стоимость и возможные сложности. Сервис анализирует данные пользователя и рынка, чтобы сформировать персональный план и выявить риски до их возникновения.

### Ключевые принципы:

- **Быстрый старт:** Первые результаты — за несколько минут.
- **Адаптивность:** Уровень детализации зависит от готовности пользователя делиться информацией.
- **Проактивность:** Система заранее предупреждает о ключевых рисках.
- **Интерактивность:** Сценарии можно менять для сравнения разных вариантов.

**Цель:** Помочь пользователю перейти от неопределенности к конкретному плану действий в сжатые сроки.



Mermaid BPMN

## Детализация фаз процесса

### Фаза 1: Быстрый старт

Минимальный ввод данных: Для начала работы требуется всего 3 параметра

#### 1. 3-параметровая инициализация:

- "Куда?" (страна/город) → автоматическая загрузка базовых данных
- "Кто?" (профессиональный профиль) → категоризация пользователя
- "Зачем?" (цель переезда) → определение мотивационной модели

#### 2. Мгновенный результат:

- В течение 30 секунд - первый инсайт и Relocation Score
- Интерактивная карта стоимости жизни
- Персональный **"Relocation Score"** от 1 до 100

### Фаза 2: Адаптивный сбор данных

Дополнительные вопросы появляются в зависимости от предыдущих ответов. Система приоритезирует вопросы, которые дают больше всего информации для точности прогноза.

#### 1. Контекстно-зависимый опросник:

- Вопросы появляются на основе предыдущих ответов
- Приоритизация по информационной ценности
- Bayesian Question Selection

#### 2. Автозаполнение

- Интеграция с LinkedIn для профессионального профиля
- Анализ социальных сетей для lifestyle preferences

### Фаза 3: Моделирование сценариев

Прогноз строится на основе нескольких независимых модулей:

1. **Financial Agent:** Расчет расходов, налогов, анализ валютных рисков.
2. **Lifestyle Agent:** Оценка совместимости с культурой, доступности социальной инфраструктуры, возможностей для адаптации.
3. **Career Agent:** Анализ рынка труда, востребованности навыков, уровня конкуренции.

### Фаза 4: Персонализация отчета

Пользователь может менять параметры (например, зарплату или город) и сразу видеть, как меняется прогноз. Способ подачи информации подстраивается под предпочтения пользователя — одни получают детальный отчет, другие краткую выжимку с акцентом на риски или возможности.

1. **Cognitive Load Optimization:** Формат отчетов под тип личности

- 2. **Risk-Based Scenario Presentation:** Акцент на риски или возможности
- 3. **Interactive Scenario Builder:** Drag-and-drop конструктор сценариев

**Фаза 5: Проактивное управление рисками и переход**

Мониторинг изменений в законодательстве или экономике страны, которые могут повлиять на план переезда. На основе построенного профиля система автоматически предлагает релевантные услуги из основного пакета оркестрации.

- 1. **Система предупреждений:** Мониторинг изменений в законодательстве и экономике
- 2. **Automated Contingency Planning:** Генерация планов mitigation
- 3. **Context-Aware Service Matching:** Автоматический подбор услуг оркестрации

**Узкое место**

Шаг «Заполнение анкеты» — слишком длинная или сложная анкета убивает конверсию.

- 1. **UX-перегруз:** Пользователь не готов тратить больше 5-10 минут на ввод данных.
- 2. **Неясность вопросов:** Вопросы без контекста (например, "Готовность к климату") часто остаются без ответа, что снижает точность прогноза.

**Данные, метрики и автоматизация**

**Что собираем:**

- 1. **Время заполнения анкеты**
- 2. **Доля завершивших анкету**
- 3. **Объем данных (заполненных полей)**
- 4. **Точность прогноза (Accuracy Index)**

**Метрики:**

Показатель	Целевое значение	Что измеряет
Конверсия завершения	≥ 85%	Доля пользователей, дошедших до финального отчета.
Время до первого инсайта	≤ 3 минуты	Скорость получения пользователем первого полезного результата.
Точность прогноза (Accuracy Index)	≥ 90%	Совпадение прогнозов (по стоимости, сроку) с реальными результатами у тех, кто переехал.

User Engagement Score	≥ 70%	Глубина взаимодействия с симулятором (просмотрены ли все разделы, использован ли конструктор).
Data Enrichment Success Rate	≥ 90%	Успешность автозаполнения из внешних источников

### Автокоррекция:

- Если конверсия падает ниже 85% → система упрощает анкету, убирая наименее значимые вопросы.
- Если Engagement Score низкий → активируются интерактивные и геймифицированные элементы.

### Улучшения

- **Прогрессивная анкета:** Минимум вопросов на старте, углубленный опрос — только по желанию пользователя.
- **Расширенное автозаполнение:** Использование цифрового следа (с согласия пользователя) для предзаполнения данных.
- **Мгновенная визуализация:** Графики и цифры обновляются в реальном времени после каждого ответа.
- **Персонализация отчетов:** Изменение формата итогового отчета в зависимости от когнитивного стиля пользователя

### Выводы

#### 1. Единый цикл взаимодействия с клиентом

Оба процесса образуют единую экосистему, где сервис симуляции выступает как "умная воронка", а сервис оркестрации - как "исполнительный механизм".

#### 2. Комплементарные ценностные предложения

Аспект	Сервис симуляции	Сервис оркестрации
Основная ценность	Снижение неопределенности, уверенность в решении	Гарантированный результат, избавление от организационных хлопот
Задача	Помощь в принятии решения (до покупки)	Реализация переезда (после покупки)

Ключевая метрика	Точность прогнозов*	Соблюдение согласованных сроков (SLA)
------------------	---------------------	---------------------------------------

### 3. Технологическая синергия

1. **Общая платформа:** Оба сервиса работают на единой технологической базе, что позволяет использовать общие модули (анализ данных, машинное обучение).
2. **Совместное использование данных:** Процессы обогащения данных и анализа цифрового следа, отработанные в симуляторе, используются для персонализации услуг оркестрации.
3. **Единая аналитика:** Интегрированные панели управления позволяют отслеживать весь путь клиента от первой симуляции до успешного переезда.

#### Эффект масштаба:

1. Реальные данные и результаты, полученные от клиентов оркестрации, постоянно повышают точность прогнозов симулятора.
2. Успешные кейсы пополняют базу знаний, улучшая AI-модели обоих сервисов.

### 4. Коммерческая эффективность

1. **Снижение стоимости привлечения клиента (CAC):** Симулятор как маркетинговый инструмент привлекает горячих, квалифицированных лидов с высокой конверсией в продажу.
2. **Рост пожизненной ценности клиента (LTV):** Качественная симуляция на старте снижает количество неудачных переездов, повышая удовлетворенность клиента и вероятность рекомендаций.
3. **Перекрестные продажи:** Пользователь симулятора — это готовый потенциальный клиент для услуги оркестрации.

### 5. Управление рисками

Взаимная компенсация слабых мест:

1. Сложная анкета симулятора → компенсируется простым онбордингом в оркестрации
2. Документные задержки в оркестрации → предсказываются и минимизируются через симуляцию

### 6. Приоритеты развития:

1. **Интеграция API:** Обеспечить бесшовную передачу данных между симулятором и сервисом оркестрации.
2. **Унификация метрик:** Внедрить сквозные метрики для оценки общего опыта взаимодействия клиента с продуктом.
3. **Развитие AI-платформы:** Сфокусироваться на двух ключевых задачах:
  - Повышение точности прогнозов симулятора.
  - Рост уровня автоматизации процессов оркестрации.



# СММІ

## СММІ к шагу «Документы и верификация»

### 1. Начальный (Initial)

- Процесс проверки клиентских документов выполняется в полуавтоматическом формате, иногда вручную.
- AI-валидация проверяет формат и полноту, операторы подключаются при несрабатывании автоматической проверки.
- Ошибки часто приводят к возврату пакета клиенту или задержкам у провайдера.
- Отсутствуют единые SLA и прозрачные показатели. Внутри команды не установлены стандарты по срокам и качеству проверки. Показатели не фиксируются, поэтому невозможно оценить стабильность процесса и управлять им по цифрам.
- Нет прозрачности по срокам и статусам, клиенту приходится уточнять вручную. Клиент не получает чёткой информации о ходе проверки. Нет уведомлений или трекинга, поэтому пользователю приходится самостоятельно уточнять статус через поддержку.

#### Сценарий процесса верификации

Клиент загружает пакет документов в систему. Сначала выполняется автоматическая проверка формата и полноты. Если проверка не проходит или возникает сложный случай, подключается оператор. При обнаружении ошибки пакет возвращается клиенту для перепроверки. Если ошибок нет, документы передаются провайдерам для дальнейшего шага.

### 2. Управляемый (Managed)

Клиент загружает пакет документов в систему. Выполняется автоматическая проверка формата и полноты. В спорных случаях подключается оператор. При обнаружении ошибки пакет возвращается клиенту, при корректности — документы проходят категоризацию и передаются провайдерам для дальнейшего шага. Запускается базовый учёт времени и статусов по ключевым точкам процесса.

#### Данные которые фиксируем

- метки времени загрузки и завершения проверки пакета;
- результаты проверки (корректно / возврат клиенту);
- количество возвратов и причины возврата по справочнику (качество сканов, неполный комплект, неверный формат и т.п.);
- время ответа провайдера;
- количество пакетов, обработанных без участия оператора.

#### Метрики

- Время первичной проверки — от момента загрузки до результата проверки.
- Доля пакетов, прошедших проверку с первого раза (First Time Right).
- Среднее количество возвратов на один кейс.
- Уровень автоматизации — процент пакетов, обработанных без участия оператора.
- Соблюдение SLA по срокам — доля кейсов, завершённых в установленный срок.
- Среднее время ответа провайдера.



## **SLA**

- Первичная проверка — не более 1 рабочего дня.
- Доля правильных пакетов — не менее 95 %.
- Уровень автоматизации — не менее 85 %.
- Соблюдение сроков (SLA) — не менее 95 %.

## **Проактивная корректировка**

- Если время первичной проверки превышает SLA — перераспределяются кейсы между исполнителями, вводится дежурство в часы пик, информируется владелец процесса.
- Если доля пакетов, прошедших с первого раза, падает ниже 95 % — проводится анализ причин возвратов и обновление правил проверки, усиливаются подсказки для клиентов, проводится дообучение сотрудников.
- Если среднее количество возвратов на один кейс растёт — пересматриваются критерии валидации и корректируются чек-листы.
- Если время ответа провайдера превышает 48 часов — задача перенаправляется другому партнёру, клиент информируется о замене.

## **3. Определенный (Defined)**

Процесс верификации формализован и закреплён регламентами. Все действия выполняются по стандартным сценариям: от загрузки документов, AI-валидации до маршрутизации к провайдерам. Клиенты получают структурированный ответ при возвратах — чек-лист с указанием конкретных ошибок. Вся информация о статусе пакета должна фиксироваться в системе.

### **Данные, которые фиксируем**

- Точность AI-валидации – совпадение результата автоматической проверки и итоговой.
- Статусы пакета: “загружено”, “проверено”, “возврат”, “отправлено провайдеру”.
- Использование операторов – количество кейсов, обработанных вручную.
- Категории возвратов по справочнику причин

### **Метрики**

- Точность AI-валидации (цель  $\geq 90\%$  ).
- Среднее время пребывания в статусе.
- Нагрузка на операторов.
- Доля возвратов по каждой категории.

## **SLA**

- Доля автоматической проверки без ручного вмешательства  $\geq 85\%$
- Контроль доли возвратов по категориям: каждая категория  $\leq 5\%$

## **Проактивная корректировка**

- Если время первичной проверки превышает SLA — перераспределяются кейсы между исполнителями, вводится дежурство в часы пик, информируется владелец процесса.
- Если доля пакетов, прошедших с первого раза, падает ниже 95 % — проводится анализ причин возвратов и обновление правил проверки, усиливаются подсказки для клиентов.
- Если среднее количество возвратов на один кейс растёт — пересматриваются критерии валидации и корректируются чек-листы.
- Если время ответа провайдера превышает 48 часов — задача перенаправляется другому партнёру, клиент информируется о замене.

#### **4. Управляемый на основе количественных данных (Quantitatively Managed)**

Верификация управляется на основе статистики.

Система отслеживает распределения по времени, доле возвратов и ответам провайдеров. Используются контрольные карты для SLA и показателей качества. Моделируются сценарии роста заявок, чтобы предсказать нагрузку на систему.

##### **Данные, которые фиксируем**

- Время проверки.
- Динамика возвратов по неделям и по категориям.
- Частота сбоев у провайдеров.
- Колебания SLA.

##### **Метрики**

- Время первичной проверки (контрольная карта).
- Вариация SLA по неделям.
- Доля возвратов с динамикой.
- Время ответа провайдеров (контрольные карты).

##### **SLA**

- SLA фиксируется как диапазон (верхний и нижний пределы управления).
- Доля возвратов  $\leq 10\%$ .
- Время ответа провайдеров  $\leq 48$  часов.

##### **Проактивная корректировка**

- Выход метрики за предел управления → включается протокол: эскалация владельцу процесса, перераспределение нагрузки, активация резервных провайдеров.
- Рост вариации SLA → анализ узких мест (AI или оператор), точечное усиление.
- Всплеск ошибок провайдера → автоматическая маршрутизация кейсов к другим партнёрам.

## 5. Оптимизируемый (Optimizing)

Процесс верификации документов постоянно совершенствуется. Используются предиктивные алгоритмы для выявления ошибок ещё до загрузки, что снижает количество возвратов. Система автоматически анализирует узкие места и корректирует порядок обработки. Документы направляются к провайдерам с учётом их скорости и качества работы. Вся информация фиксируется и отображается в режиме реального времени через API-трекинг.

### Данные, которые фиксируем

- вероятность ошибки при загрузке (по предиктивной модели);
- эффективность предиктивных подсказок (количество предотвращённых возвратов);
- показатели SLA по провайдерам (сроки и качество);
- динамика удовлетворённости клиентов по шагу.

### Метрики

- снижение количества возвратов за счёт предиктивной проверки;
- рост доли пакетов, обработанных без участия оператора;
- уровень SLA у провайдеров;
- повышение удовлетворённости клиента ( $CES \geq 4/5$ ).

### SLA

- первичная проверка документов — в тот же день;
- доля пакетов, прошедших проверку с первого раза ( $FTR \geq 98\%$ );
- соблюдение SLA провайдерами  $\geq 95\%$ .

### Проактивная корректировка

- при выявлении потенциальной ошибки до загрузки — система предупреждает клиента и предлагает исправить документ;
- при снижении качества работы провайдера — автоматическая маршрутизация кейсов к резервному партнёру;
- регулярный пересмотр SLA и целевых показателей — постепенное повышение стандартов качества и времени.

## СММІ к шагу «Заполнение анкеты»

### 1. Начальный (Initial)

- Анкета создаётся и изменяется без единых правил. Вопросы часто перегружены, часть не имеет пояснений. Нет автосохранения и прогресса, пользователь теряет данные при разрыве сессии.
- Валидация минимальная, ошибки приводят к пропуску или некорректным данным. Метрики (конверсия, время заполнения, глубина вовлечённости) не фиксируются.
- Клиент не понимает, сколько времени займёт процесс и какие данные нужны заранее, из-за этого анкета бросается.

### Сценарий процесса

Пользователь начинает заполнять форму. Сохраняется только по кнопке «Отправить». При ошибке — выводится общая надпись «неверный формат», без уточнения. Если клиент бросает анкету, данных нет, причины неизвестны.

## 2. Управляемый (Managed)

Внедрён быстрый старт и базовая адаптивность. Реализовано логирование ключевых показателей. Появились подсказки и возможность автозаполнения с согласия пользователя.

### Данные, которые фиксируем

- время заполнения анкеты;
- доля завершивших анкету;
- объём заполненных полей;
- Точность прогноза (первичные замеры);
- время до первого инсайта (фактическое).

### Метрики

- конверсия завершения  $\geq 85\%$
- время до первого инсайта  $\leq 3$  минуты
- доля завершивших (отслеживается и сравнивается с целевым значением)
- объём данных — мониторится для контроля UX-перегрузки

### SLA

- первый быстрый инсайт (минимальная ценность) — выдача в  $\leq 30$  сек после ввода 3 параметров;
- полная выдача первого полезного результата — не позднее 3 minutes;
- логирование основных показателей в режиме партия/ежедневно.

### Проактивная корректировка

- если конверсия  $< 85\%$  → система упрощает анкету, убирая наименее значимые вопросы;
- если время до первого инсайта растёт  $> 3$  минуты → оптимизировать путь получения инсайта (кеширование, упрощение вычислений);
- если объём заполненных полей растёт до уровня, превышающего целевой UX (пользователь уходит) → сократить обязательные поля, сделать больше опциональных.

## 3. Определенный (Defined)

Анкета разработана по стандарту: прогрессивная структура, байесовская селекция вопросов, библиотека блоков вопросов и обязательный peer-review изменений. Поддерживается автозаполнение при согласии и локализация.

### Данные, которые фиксируем

- время заполнения анкеты;
- доля завершивших анкету;

- объём заполненных полей;
- точность прогноза по валидационной выборке;
- время до первого инсайта.

#### **Метрики**

- точность прогноза  $\geq 90\%$
- доля завершивших анкеты (конверсия)  $\geq 85\%$
- глубина взаимодействия (метрика вовлечения)  $\geq 70\%$  — как показатель прохождения значимых разделов
- успешность автозаполнения (Data Enrichment Success Rate)  $\geq 90\%$

#### **SLA**

- выдача мгновенного Relocation Score  $\leq 30$  сек;
- выдача первого полного инсайта  $\leq 3$  минуты;
- peer-review изменений анкеты —  $\leq 3$  рабочих дня.

#### **Проактивная корректировка**

- если точность прогноза  $< 90\%$  → провести анализ причин неточности, расширить источники данных для обогащения;
- если глубина вовлечения  $< 70\%$  → включить интерактивные элементы и персонализацию формата отчёта;
- если успешность автозаполнения  $< 90\%$  → улучшить интеграции и правила сопоставления данных.

### **4. Управляемый на основе количественных данных (Quantitatively Managed)**

Процесс контролируется статистически. Собираются временные распределения, строятся контрольные карты для ключевых показателей, проводятся A/B-эксперименты и симуляции для оценки влияния изменений на точность прогноза и конверсию.

#### **Данные, которые фиксируем**

- время заполнения анкеты;
- доля завершивших по когортам;
- объём заполненных полей по когортам;
- точность прогноза по когорте;
- время до первого инсайта (распределение).

#### **Метрики**

- точность прогноза  $\geq 90\%$  (контрольная карта с пределами управления)
- конверсия целевая  $\geq 85\%$  (контрольная карта)
- время до первого инсайта — целевое  $\leq 3$  минуты
- недельная вариация ключевых SLA  $\leq 5\%$

#### **SLA**

- реагирование на выход показателя за предел управления —  $\leq 48$  часов (триаж и план действий);
- эксперименты выполняются по предрегистрированному статистическому плану.

#### **Проактивная корректировка**

- выход метрики за пределы → автоматическая эскалация владельцу, приоритетная серия A/B-тестов;
- падение точности прогноза → запуск дополнительных симуляций и корректировка моделей;
- устойчивый рост времени заполнения в когортах → внедрение упрощённого пути для затронутых сегментов.

### **5. Оптимизируемый (Optimizing)**

Система проактивно снижает риск отказа и повышает точность прогноза.

Автокоррекция управляется правилами, заданными бизнесом: упрощение анкеты при падении конверсии, включение интерактивных элементов при падении вовлечения, улучшение моделей при падении точности.

#### **Данные, которые фиксируем**

- доля завершивших до и после изменений;
- объём заполненных полей по экспериментам;
- точность прогноза до и после коррекций;
- время до первого инсайта до и после коррекций.

#### **Метрики**

- конверсия завершения  $\geq 85\%$  (поддерживать и улучшать)
- время до первого инсайта  $\leq 3$  минуты (для большинства сессий)
- точность прогноза  $\geq 90\%$
- глубина вовлечения  $\geq 70\%$
- успешность обогащения данных  $\geq 90\%$

#### **SLA**

- реакция на регрессивное изменение ключевых метрик — план действий готов в  $\leq 48$  часов;
- проверка эффективности автокоррекции и масштабирование — по результатам A/B с p-value, экономической оценкой ROI.

#### **Проактивная корректировка**

- если конверсия  $< 85\%$  → автоматическое упрощение формы (удаление или перевод в опциональные поля низкоинформативных вопросов);
- если точность прогноза  $< 90\%$  → приоритетное улучшение моделей и расширение источников для обогащения данных;
- если глубина вовлечения  $< 70\%$  → активация интерактивных и геймифицированных элементов;

- все изменения проходят оценку A/B и экономическую оценку перед полноценным масштабированием.

## Вывод

Для проекта GoGlobe, предоставляющего сервис планирования и оптимизации международной релокации, внедрение практик CMMI является фундаментальным условием для достижения заявленных целей. Применение данного подхода к процессам обеспечит системное развитие и повышение качества сервиса.

### Имплементация CMMI позволит достичь следующих результатов:

- **Повышение надежности и прозрачности процессов:** Систематизация процедур верификации документов и заполнения анкет обеспечит пользователям четкое понимание текущего статуса запросов, минимизируя неопределенность и повышая уровень доверия к платформе.
- **Оптимизация эффективности и степени автоматизации:** Поэтапное внедрение автоматизированных решений для проверки документов и обработки анкет сократит операционные издержки, уменьшит количество ручных ошибок и значительно ускорит выполнение ключевых этапов релокации.
- **Гарантия качества и предсказуемости услуг:** Установление измеримых метрик, соглашений об уровне обслуживания (SLA) и механизмов проактивной корректировки позволит стабильно поддерживать высокое качество сервиса, обеспечивать точность прогнозов (например, при подборе опций релокации) и соблюдение установленных сроков.
- **Формирование культуры непрерывного совершенствования:** Достижение высоких уровней зрелости CMMI предполагает внедрение предиктивных алгоритмов и механизмов автоматической адаптации. Это позволит системе GoGlobe самостоятельно выявлять потенциальные проблемы и предотвращать их возникновение, постоянно улучшая пользовательский опыт.

Таким образом, CMMI не только оптимизирует внутренние операции GoGlobe, но и напрямую усилит конкурентные преимущества проекта, трансформируя сложный процесс релокации в управляемую и максимально эффективную услугу, соответствующую высоким стандартам качества и удовлетворенности клиентов.

# ITIL-практики

## Управление уровнем услуг (Service Level Management)

Определение, согласование и контроль уровней предоставляемых бизнес-услуг, чтобы они соответствовали ожиданиям клиентов и целям компании.

Применение в «GoGlobe»:

- Создание бизнес-ориентированного каталога услуг с четкими пакетами, где описаны не технические метрики, а конечные результаты для клиента.
- Определение и закрепление в договоре измеримых SLA (Соглашений об уровне услуг), таких как «Время подготовки полного пакета документов на визу - не более 5 рабочих дней» или «Подбор 3-х верифицированных вариантов жилья - в течение 48 часов».
- Формулирование премиальных пакетов услуг с повышенными SLA,

## Управление поставщиками (Supplier Management)

Управление внешними поставщиками и партнерами для обеспечения качества услуги, предоставляемой конечному клиенту.

Применение в «GoGlobe»:

- Ведение единой базы партнеров (юристы, переводчики, риелторы, страховые компании) с их SLA и динамическим рейтингом производительности.
- Автоматическое распределение задач между партнерами на основе их текущего рейтинга, нагрузки и специализации
- Регулярный мониторинг выполнения SLA со стороны партнеров для обеспечения качества и надежности всей цепочки
- Интеграция всех партнеров в единую рабочую среду, что обеспечивает полный контроль над коммуникацией, сроками и качеством выполнения задач

## Управление инцидентами (Incident Management)

Максимально быстрое восстановление сервиса для клиента при любом незапланированном прерывании или снижении качества, минимизируя влияние на жизненный план клиента.

Применение в «GoGlobe»:

- Мгновенное реагирование на бизнес-инциденты (изменение требований к визовым документам госорганом, отказ арендодателя от брони жилья, задержка перевода документов партнером и т.д)



- Запуск преднастроенных планов восстановления: при изменении требований система автоматически оповещает юриста и клиента, ставит задачу на обновление документов.
- Информирование клиента о возникшей проблеме и о предпринятых шагах для ее решения

## **Управление знаниями (Knowledge Management)**

Сбор, анализ, хранение и использование информации и опыта для повышения эффективности, снижения рисков и улучшения качества принимаемых решений.

Применение в «GoGlobe»:

- Фиксация каждого успешного и неуспешного кейса релокации, создание базы данных по реальным срокам рассмотрения виз, негласным требованиям консульств и частым причинам отказов.
- Использование накопленных данных для обучения AI-симулятора, который сможет давать новым клиентам высокоточные прогнозы по срокам, бюджету и потенциальным рискам их релокации.
- Создание и постоянное обновление сценариев решения для стандартных инцидентов
- Предотвращение проблем: система, зная из прошлых кейсов о высоком риске, может заранее предложить клиенту подготовить дополнительные документы, чтобы избежать отказа.

## **Управление информационной безопасностью (Information Security Management)**

Защита информации клиентов от широкого спектра угроз, обеспечение ее конфиденциальности, целостности и доступности.

Применение в «GoGlobe»:

- Защита данных клиентов: внедрение сквозного шифрования для всех документов и данных, как при хранении, так и при передаче, двухфакторная аутентификация для входа в личный кабинет. Разработка строгих политик управления доступом, чтобы даже сотрудники видели только ту информацию о клиенте, которая необходима им для выполнения конкретной задачи, и обеспечение соответствия международным законам о защите данных
- Безопасное управление доступом для партнеров: создание защищенных API и протоколов для обмена данными с внешними партнерами (юристами, риелторами). Партнеры должны получать минимально необходимый объем
- Создание четкого алгоритма действий на случай утечки данных: как и в какие сроки уведомить пользователей и регуляторов, как минимизировать ущерб.

## **Поддержка изменений (Change Enablement)**

Управление жизненным циклом всех изменений (как внешних, так и внутренних), минимизация связанных с ними рисков и сбоев в процессе релокации клиентов.

Применение в «GoGlobe»:

- Создание процесса для отслеживания внешних изменений (новое визовое законодательство и тд) и оценка их влияния на клиентов.
- Автоматическое обновление «дорожных карт» затронутых клиентов и своевременное уведомление их о необходимых корректировках в плане.
- Безопасное внедрение обновлений в саму платформу GoGlobe с предварительным тестированием, чтобы не нарушить текущие рабочие процессы.

## **Управление проблемами (Problem Management)**

Выявление и устранение корневых причин повторяющихся инцидентов для их перманентного предотвращения в будущем.

Применение в «GoGlobe»:

- Анализ трендов и данных по инцидентам для выявления системных недостатков
- Проведение расследования для поиска корневой причины
- Внедрение постоянного решения: понижение рейтинга партнера, перераспределение задач или расторжение сотрудничества для повышения качества сервиса для всех будущих клиентов.

## **Управление рисками (Risk Management)**

Обеспечение понимания, оценки и эффективного управления рисками для достижения стратегических целей и минимизации негативного влияния на клиентов и бизнес.

Применение в «GoGlobe»:

- Создание реестра рисков релокации: проактивная идентификация и классификация всех потенциальных рисков для клиента (отказ в визе, задержка документов, мошенничество с жильем, изменение законодательства страны).
- Интеграция оценки рисков в AI-симулятор: AI-симулятор не просто строит план, но и присваивает каждому шагу оценку риска, предлагая клиенту "план Б".
- Разработка продуктов для снижения рисков: Создание и продажа премиальных услуг, таких как «Страховка от отказа в визе» или «Гарантия бронирования жилья», которые превращают управление рисками в источник дополнительного дохода.
- Стресс-тестирование планов релокации: Регулярная проверка клиентских дорожных карт на устойчивость к внешним шокам (например, "Что если сроки рассмотрения документов увеличатся на 30%?").

## **Вывод**

Эти практики обеспечивают структурированный подход к управлению услугами, повышая их качество, надежность и безопасность для конечного пользователя.

**Применение ITIL-практик позволит достичь следующих ключевых результатов:**

1. **Гарантия качества услуг.** Практики "Управление уровнем услуг" и "Управление поставщиками" обеспечивают четкое определение, согласование и контроль качества предоставляемых услуг и работы внешних партнеров. Это гарантирует соответствие ожиданиям клиентов и поддержание высоких стандартов по всей цепочке релокации.
2. **Минимизация рисков и быстрое реагирование.** "Управление инцидентами", "Управление проблемами" и "Управление рисками" позволяют оперативно реагировать на любые незапланированные события, выявлять и устранять их корневые причины, а также активно идентифицировать и минимизировать потенциальные угрозы для клиентов и бизнес-процессов.
3. **Обеспечение информационной безопасности.** "Управление информационной безопасностью" гарантирует защиту конфиденциальных данных клиентов на всех этапах взаимодействия с платформой и партнерами, что является критически важным аспектом доверия в процессе релокации.
4. **Культура непрерывного улучшения и адаптации.** "Управление знаниями" способствует накоплению и эффективному использованию опыта для повышения точности прогнозов и предотвращения проблем. "Поддержка изменений" обеспечивает контролируемое внедрение как внутренних обновлений платформы, так и реагирование на внешние изменения (например, в законодательстве), минимизируя негативное влияние на клиентские процессы.

По итогу, комплексное применение ITIL-практик создает прочную основу для стабильной, безопасной и высококачественной работы, обеспечивая предсказуемость сервиса и высокую степень удовлетворенности клиентов.

## **Значимые для исследования и архитектурного моделирования разделы из схемы Захмана**

### **Объекты (ЧТО)**

Тут хранится структурированное «цифровое досье» клиента - совокупность всех его документов, требований к визам, дипломов, банковских выписок и анкет.

Важным является моделирование и разработка интеллектуального репозитория для этого досье, т.е системы, которая управляет жизненным циклом каждого документа, а также проверяет каждый артефакт на соответствие требованиям конкретной страны и визы.

### **Время (КОГДА)**

Этот столбец описывает всю динамику процесса релокации - правильную последовательность действий, сроки годности справок, длительность бюрократических процедур и зависимости одного этапа от другого.

Необходимо моделировать и разработать систему управления жизненным циклом релокации, которая отслеживает даты, управляет процессом, обеспечивая соблюдение правильной последовательности и предотвращая начало следующего этапа до

завершения предыдущего. Она должна контролировать все временные ограничения, проактивно напоминая клиенту и менеджерам о приближающихся дедлайнах.

## **Дислокация, сеть (ГДЕ)**

Столбец является ключевым, поскольку задает контекст для всех остальных элементов системы. Именно локация определяет, какие именно документы («ЧТО») потребуются, каковы будут цены и в какие сроки («КОГДА») нужно уложиться. Также столбец определяет экосистему, в которой будет действовать клиент, что делает его критически важным для интеграции с локальными сервисами и партнерами.

Задача здесь - моделирование базы знаний, связывающей каждую единицу информации с конкретной областью на карте.

## **Люди (КТО)**

Столбец определяет участников экосистемы релокации. Это конечные клиенты с их разными ролями (IT-специалист, глава семьи, HR-менеджер), но и внутренняя команда GoGlobe (менеджеры, юристы), а также сеть внешних партнеров.

Необходимо моделировать и разработать гибкую систему управления ролями и доступом. Эта система должна гарантировать, что каждый участник видит только ту информацию и имеет доступ только к тем функциям, которые необходимы для выполнения его конкретной задачи

## **Функции (КАК)**

Столбец «КАК?» описывает бизнес-процессы, которые превращают данные и правила в реальный результат для клиента. Здесь находятся процесс «AI-симуляции релокации», конвейер «Подготовки и верификации документов», алгоритм «Подбора жилья» и тд.

Первостепенной задачей становится моделирование и формализация

этих процессов. Необходимо создать библиотеку стандартизированных workflow (рабочих процессов), где каждый сценарий релокации описан в виде четкой последовательности шагов, правил и переходов. На основе этих моделей разрабатывается центральный движок оркестрации (Orchestration Engine).

## **Мотивация (ПОЧЕМУ)**

Столбец определяет главную мотивацию и цели, ради которых создается весь сервис. Для GoGlobe это устранить стресс и хаос из процесса релокации, повысить процент успешных переездов.

Здесь задача заключается в моделировании самой бизнес-стратегии. Необходимо формализовать карту ценности для каждого типа клиента и разработать модель, которая четко связывает высокоуровневые цели с конкретными, измеримыми задачами и процессами. Практическим воплощением этого является разработка панели ключевых показателей эффективности, которая будет отслеживать метрики успеха: от уровня удовлетворенности клиентов до пожизненной ценности клиента (LTV).

Важность этого столбца заключается в том, что он обеспечивает стратегическую целостность всего проекта

## Вывод

Каждый столбец из схемы Захмана указывает на конкретный, критически важный архитектурный компонент:

1. **Данные (ЧТО) и Дислокация (ГДЕ)** формируют **контекстно-зависимое ядро данных**. Приоритетом является создание интеллектуального репозитория документов и базы знаний, где каждый элемент данных неразрывно связан с географическим контекстом, определяющим его релевантность и правила валидации.
2. **Процессы (КАК) и Время (КОГДА)** определяют **операционную модель сервиса**. Ключевой задачей становится проектирование центрального **движка оркестрации**, который управляет жизненным циклом релокации, координируя стандартизированные бизнес-процессы в правильной временной последовательности.
3. **Люди (КТО) и Мотивация (ПОЧЕМУ)** закладывают **стратегическую и ценностную рамку**. Необходимо смоделировать гибкую ролевую модель доступа, которая обеспечивает безопасность и персонализацию, и напрямую связать ее с системой ключевых показателей эффективности (KPI), отражающих достижение бизнес-целей – снижение стресса и повышение успешности переездов.

Фокус дальнейшего архитектурного моделирования должен быть направлен не на изолированную проработку каждого из этих разделов, а на проектирование их взаимосвязей: как контекст локации влияет на процессы, как движок оркестрации управляет данными и временем, и как ролевая модель обеспечивает достижение измеримых бизнес-целей.

# Распределение долей

## Калькулятор Деммлера

	Идея	Маркетинг	Анализ рынка	Обязательства и риск	Техническая экспертиза	Стратегия	Σ	%
Важность	15%	15%	20%	10%	25%	15%	100%	
Надежда	7	6	7	8	4	8	6.35	25.3
Артем	5	5	6	6	9	5	6.3	25.1
Алексей	5	4	8	6	7	6	6.2	24.7
Дмитрий	5	6	8	6	6	6	6.25	24.9

**Метод расчета вклада, через документированный объем фактически выполненных усилий и стоимости экспертизы норма-часов.**

Участник	Ставка (\$/час)	Потраченное на проект время		%
Надежда	\$14	24	\$336	29.42
Артем	\$15	22	\$330	28.9
Алексей	\$13	22	\$286	25.04
Дмитрий	\$10	19	\$190	16.64

[Shareholder agreement](#)

## Цели и желаемые позиции участников

### Алексей

- Желаемая позиция: Head of Product Intelligence & Data Engineering. Я – связующее звено между данными, продуктом и технологиями. Моя задача не только находить инсайты в данных, но и лично руководить их превращением в работающие фичи и системы. Я тот, кто проектирует, как данные будут собираться, как они превратятся в знание, и как это знание будет встроено обратно в продукт для создания ценности.
- Эмоциональные ощущения: Я испытываю двойное удовлетворение. Во-первых, глубокое профессиональное – от проектирования и запуска сложных, элегантных систем, чувствуя себя создателем "цифровой нервной системы" компании.

Во-вторых, личное и человеческое – от осознания, что именно эта система, которую я строю, является инструментом для свободы других людей. Она снимает страх и неопределенность, давая им смелость и возможность чувствовать себя не привязанными к одной точке и кардинально менять свою жизнь к лучшему.

- Как проект помогает: GoGlobe – это идеальная площадка для построения с нуля продукта, который имеет реальный человеческий импакт. Я могу влиять на весь процесс: от архитектуры сбора данных, которые по сути являются надеждами и планами людей, до финального влияния на бизнес-метрики, которые напрямую отражают количество судеб, которые мы помогли изменить.
- Предельная цель от проекта: Стать экспертом-универсалом в создании data-intensive продуктов, которые не только коммерчески успешны, но и несут очевидную социальную пользу. Создать кейс: "Как мы с нуля построили систему работы с данными и AI, которая стала главным драйвером роста продукта GoGlobe и помогла тысячам людей обрести свободу выбора места для жизни и работы". Этот кейс должен демонстрировать не только мою аналитическую проницательность и инженерную компетентность, но и умение создавать технологии, которые служат человеку.

## Артём

- Желаемая позиция: CTO & Chief Architect of AI-Driven Platforms
- Моя роль: Я – архитектор технологической реальности. Я превращаю сложные бизнес-проблемы в масштабируемые технические решения. Моя задача – не просто писать код, а создавать технологический фундамент, который становится конкурентным преимуществом компании. Я тот, кто видит систему целиком: от пользовательской боли до инфраструктурных решений, и может спроектировать путь между ними.
- Эмоциональные ощущения в целевой точке. Техническое: Глубокое профессиональное наслаждение от построения сложных распределенных систем. Чувство, когда видишь, как твоя архитектура выдерживает нагрузку тысяч пользователей и продолжает масштабироваться. Творческое: Восторг создателя, который видит, как абстрактные идеи превращаются в работающий продукт, меняющий жизни людей. Социальное: Гордость осознания, что технологии, которые я создаю, разрушают бюрократические барьеры и дают людям реальную свободу передвижения. Когда сложные миграционные процессы становятся простыми и доступными благодаря моим архитектурным решениям.
- Технический вызов: GoGlobe – это идеальный полигон для построения AI-first платформы с нуля. Здесь я могу: Построить AI-симулятор как продукт внутри продукта. Создать оркестрационную платформу, которая становится операционной системой для релокации.
- Профессиональный рост: От hands-on разработчика до технического лидера, способного: Принимать архитектурные решения с учетом бизнес-контекста. Управлять техническим долгом в условиях быстрого роста. Строить команду и техническую культуру.

- Географическая мобильность: Используя собственный продукт для личной релокации, я становлюсь "собственным клиентом", что дает бесценную обратную связь для улучшения платформы.

## Дмитрий

- Желаемая позиция: Chief Growth & Partnerships Officer. Я – архитектор роста и стратегических связей. Моя роль – соединять людей, процессы и возможности в единую систему, где каждая точка контакта превращается в измеримый результат. Я создаю и управляю машиной роста, которая опирается на данные, партнёрства и чётко выстроенные воронки, чтобы продукт не просто продавался, а решал реальные жизненные задачи людей.
- Эмоциональные ощущения. Я ощущаю уверенность и вдохновение от того, что вокруг меня работает живая, самоподдерживающаяся экосистема: команда, партнёры, клиенты, продукт – все связаны единым смыслом. Профессионально я получаю удовольствие от прозрачных процессов и метрик, где каждый процент роста – это не случайность, а закономерность. Человечески – я чувствую удовлетворение от того, что создаю систему, которая приносит людям стабильность и свободу, помогая им безопасно менять страну, работу и жизнь.
- Как проект помогает: GoGlobe – это среда, где я могу воплотить свои идеи о масштабируемом и человеческом росте. Здесь я влияю на всё: от построения воронок привлечения и удержания до партнёрских стратегий и брендинга RaaS-подписки. Этот проект позволяет соединить аналитику, маркетинг и стратегию в одну линию, где каждая цифра напрямую отражает судьбы людей. GoGlobe помогает мне выстроить систему, где рост компании и личный рост клиентов неразделимы.
- Предельная цель от проекта. Создать устойчивую бизнес-модель, в которой рост заложен в саму структуру продукта. Построить предсказуемую машину привлечения и монетизации, основанную на доверии, SLA и измеримом успехе клиентов. К октябрю 2027 года – достичь системного уровня, где продукт работает в шестидесяти странах и помогает тысячам семей пройти путь релокации с вероятностью успеха не ниже девяноста семи процентов. Лично для себя – выстроить портфель партнёрств, команду роста и набор инструментов, которые можно будет масштабировать на другие рынки и использовать как кейс «Как построить систему роста, где каждая метрика связана с реальной жизнью человека».

## Надежда

- Желаемая позиция: CEO / Head of Product & Marketing. Я – стратег и главный проводник продукта от идеи до рынка. Моя роль – это синтез видения, бизнеса и пользовательского опыта. Я не просто управляю проектами или маркетингом, я формирую рыночную реальность продукта, отвечая на вопрос "Почему он должен существовать?" и обеспечивая, чтобы ответ на этот вопрос был очевиден для



каждого клиента. Я превращаю продукт в легенду, а метрики – в доказательства его успеха.

- Эмоциональные ощущения: Я ощущаю сбалансированную уверенность и воодушевление. С одной стороны, это чувство полного контроля и ясности: я вижу всю карту пути продукта, понимаю каждое движение рынка и осознаю, как каждое наше решение влияет на судьбы людей. С другой – это творческий трепет создателя, который видит, как под его руководством рождается не просто сервис, а новый стандарт на рынке, меняющий индустрию. Это чувство, когда ты не просто делаешь работу, а создаешь наследие.
- Как проект помогает: GoGlobe для меня – это чистый холст и шанс создать компанию-мечту с нуля. Здесь я могу напрямую соединить продукт, маркетинг и глобальную стратегию, не будучи ограниченной устаревшими системами и подходами. Я могу влиять на всё: от ценности и позиционирования продукта до каналов привлечения и финального ощущения клиента, который благодаря нам обрёл новую жизнь. Этот проект позволяет мне на практике доказать, что гуманитарная миссия и агрессивный рыночный рост – не противоречия, а две стороны одной медали.
- Предельная цель от проекта: Создать новую империю на рынке глобальной мобильности – компанию, которая станет таким же символом свободы и возможностей, как Google является символом поиска информации. Выстроить продукт и бренд, которые будут первыми, единственными и очевидными в сознании миллионов. Мой кейс должен звучать так: "Как мы создали категорию с нуля и превратили стартап в глобального гиганта, который диктует правила рынка, измеряя свой успех не только в миллиардах долларов оценки, но и в миллионах освобождённых судеб". Для меня это – доказательство того, что во главе технологической компании может стоять человек, видящий в данных – человеческие истории, а в маркетинге – инструмент для изменения мира.

## Глобальные цели компании GoGlobe

**1. Создать и возглавить новую рыночную категорию «Relocation-as-a-Service» (RaaS), превратив платформу в такой же символ свободы и глобальной мобильности, как Google для поиска.**

**Отражение видения участников:** Эта цель напрямую отвечает амбициям Надежды по созданию «империи» и «нового стандарта», а также стратегическому видению Дмитрия по построению устойчивой бизнес-модели RaaS. Она объединяет маркетинг, продукт и бренд в единую мощную концепцию.

**2. Построить самую совершенную в мире AI-first платформу для релокации, где каждый этап путешествия пользователя управляется, симулируется и оптимизируется интеллектуальными системами.**

**Отражение видения участников:** Это – зона технического превосходства Артема (архитектура AI-симулятора и оркестрации) и Алексея («цифровая нервная система»).

Цель – сделать технологию главным конкурентным преимуществом, которое делает процесс бесшовным и предсказуемым.

**3. Достичь измеримого положительного воздействия на жизни** более 1 миллиона человек, обеспечив им успешную релокацию с вероятностью успеха не менее 97%.

**Отражение видения участников:** Это – сердце социальной миссии, которая мотивирует всех. Для Алексея и Надежды это «освобождение судеб», для Дмитрия – «измеримый успех клиентов», для Артема – «разрушение бюрократических барьеров». Конкретная метрика (97%) превращает гуманитарную цель в управляемую бизнес-задачу.

**4. Стать эталоном в создании data-intensive продукта,** где цикл «данные → инсайт → фича → ценность → данные» является полностью замкнутым, самодостаточным и главным драйвером роста продукта.

**Отражение видения участников:** Эта цель воплощает профессиональный кейс Алексея и является основой для «машины роста» Дмитрия. Она подтверждает, что компания управляется данными на всех уровнях: от инженерных решений до маркетинговых стратегий.

**5. Построить самоподдерживающуюся экосистему роста,** объединяющую платформу, партнеров и пользователей в единую сеть, где ценность генерируется для всех участников, а рост компании неразрывно связан с ростом возможностей ее клиентов.

**Отражение видения участников:** Это – стратегическая цель Дмитрия («живая, самоподдерживающаяся экосистема») и Надежды («соединить продукт, маркетинг и глобальную стратегию»). Компания стремится не просто продавать услуги, а создавать вокруг себя новую рыночную среду.

**6. Добиться глобального масштаба,** обеспечив присутствие и безупречную работу платформы в 60+ странах, сделав свободу выбора места жизни и работы доступной в любой точке мира.

**Отражение видения участников:** Конкретный географический ориентир, который фигурирует у Дмитрия и является логическим продолжением амбиций Надежды на создание «глобального гиганта». Это доказывает жизнеспособность модели и архитектуры, построенной Артемом.

## **Вывод (Объединяющая концепция)**

Эти цели рисуют картину компании, которая не просто предоставляет услуги, а создает новую реальность:

- Технологически: GoGlobe – это безупречно спроектированный, интеллектуальный механизм.
- Бизнес-модель: Это самовоспроизводящаяся экосистема и эталонная машина роста.
- Для клиента: Это надежный проводник в новую жизнь, дарующий свободу и уверенность.

- Для рынка: Это новый отраслевой стандарт и легендарный бренд.

**Ключевой итог:** успех компании будет измеряться одновременно в миллиардах долларов оценки и в миллионах измененных к лучшему жизней, что является прямой проекцией предельных целей всех участников.

# Целевая система

## Определение ключевых систем (Холон)

Цель предприятия **GoGlobe**: сформировать экосистему, в которой процесс релокации становится предсказуемым, управляемым и безопасным для клиента. GoGlobe обеспечивает достижение результата с минимальными затратами времени, финансов и эмоциональных ресурсов, заменяя хаотичную и рискованную среду упорядоченной системой с гарантированными этапами и прозрачными показателями эффективности.

Тип системы	Название системы	Описание и роль в холоне
<b>Целевая система</b>	<b>Платформа «GoGlobe»</b>	Она является ядром холона, предоставляя услуги симуляции и оркестрации релокации для достижения цели предприятия
<b>Обеспечивающая система (внутренняя)</b>	<b>Команда и экспертиза</b>	Внутренний ресурс: разработчики, продуктовые менеджеры, юристы, комьюнити-менеджеры. Обеспечивают создание, поддержку и развитие целевой системы
<b>Обеспечивающая система (внешняя)</b>	<b>Партнерская сеть</b>	Внешние подрядчики: юридические фирмы, риелторы, переводчики, банки, страховые компании. Обеспечивают исполнение физических и юридических задач в процессе оркестрации
<b>Обеспечивающая система (технологическая)</b>	<b>Поставщики данных и API</b>	Внешние источники данных: государственные порталы, API по недвижимости, финансовые сервисы. Обеспечивают целевую систему актуальной информацией для симуляции и автоматизации

<b>Операционное окружение (эксплуатирующая)</b>	<b>Клиенты (Релоканты)</b>	IT-профессионалы, семьи, HR-департаменты. Система, которая использует продукт для решения своих задач и для которой создается ценность
<b>Операционное окружение (регулирующая)</b>	<b>Государственные регуляторы</b>	Миграционные службы, налоговые органы, министерства образования разных стран. Система, которая устанавливает ограничения и требования, с которыми целевая система обязана считаться
<b>Операционное окружение (конкурирующая)</b>	<b>Конкуренты и Альтернативы</b>	Прямые конкуренты (Boundless), косвенные (Nomad List), традиционные (офлайн-агентства) и потенциальные (Google, Airbnb). Система, которая борется за того же клиента

## Анализ изменений в системах

### Нереальное изменение, гарантирующее УСПЕХ

Все миграционные и налоговые службы всех стран мира договорились и одновременно внедрили единый, открытый, стандартизированный и работающий в реальном времени API "Global Citizen API". Через него можно мгновенно подать любые документы, получить статус, оплатить пошлины и получить ВНЖ.

Это полностью устраняет главное узкое место – бюрократию и неопределенность. GoGlobe становится идеальным интерфейсом к этой системе, обеспечивая 100% предсказуемость и скорость, что является ядром его ценностного предложения.

### Ожидаемая (пассивная) реакция системы на GoGlobe

**Крупные технологические экосистемы (Google, Airbnb, LinkedIn): «Выборочная агрегация».**

Они не видят в GoGlobe угрозу своему основному бизнесу. Их пассивная реакция – игнорирование до тех пор, пока GoGlobe не станет значимым источником трафика. После этого они попытаются интегрировать и обесценить верхний, информационный слой GoGlobe, превратив его в типовой функционал внутри своих экосистем (например, Google может показать блок «Лучшие страны для релокации по данным GoGlobe»), чтобы удержать пользователя в своей среде. Они не будут пытаться копировать сложную оркестрацию, так как это низкомаржинальный и операционно сложный бизнес.

### **Технологические нишевые конкуренты (Boundless, Visadb): «Укрепление ниши».**

Они воспримут GoGlobe как потенциального конкурента, однако их реакция будет заключаться не в расширении охвата, а в углублении специализации. Такие компании, как Boundless, сосредоточат усилия на укреплении экспертной позиции в своих ключевых направлениях (например, иммиграция в США) и усилят маркетинговую активность, подчеркивая глубину своей экспертизы. В коммуникации они будут акцентировать внимание на узкой специализации и надежности, противопоставляя это универсальному подходу GoGlobe.

### **Традиционные офлайн-агентства и юристы: «Скептическая инерция».**

Эти участники рынка будут рассматривать процесс релокации как преимущественно персонализированный и зависящий от человеческого взаимодействия, что делает автоматизацию, по их мнению, неэффективной. Их реакция будет выражаться в ограниченном интересе к цифровым платформам и сохранении привычной модели работы через личные консультации и прямые рекомендации. Они продолжают полагаться на существующие каналы привлечения клиентов до момента, когда цифровые решения начнут перетягивать на себя значительную часть аудитории нового поколения релокантов.

### **Для системы: Клиенты (Релоканты): «Осторожное изучение и менталитет «сделай сам».**

Пользователь, находясь в состоянии стресса и информационной перегрузки, по умолчанию не доверяет никому. Его пассивная реакция – использовать GoGlobe как один из десятка источников информации. Он будет сравнивать данные симулятора с информацией на форумах, в Telegram-каналах и блогах. Он будет уверен, что сможет организовать все сам и дешевле, и будет рассматривать оплату услуг GoGlobe как крайнюю меру, а не как первый шаг. Преодоление этого первоначального недоверия и демонстрация ценности (экономия времени и нервов > экономия денег) – ключевая задача.

### **Для системы: Государственные регуляторы. «Бюрократическое безразличие»**

Данные организации характеризуются высокой степенью инерционности и низкой скоростью адаптации к внешним изменениям. Их реакция на появление GoGlobe будет выражаться в сохранении существующих процедур и регламентов, которые во многих случаях остаются сложными, непрозрачными и неоднородными по странам. Интеграция с такими структурами потребует от GoGlobe постоянного учета локальных особенностей и оперативного реагирования на изменения нормативных требований. При этом возможные задержки или сбои со стороны государственных органов будут восприниматься конечным пользователем как проблемы сервиса GoGlobe, что формирует дополнительный операционный риск для компании.

### **Для системы: Партнерская сеть (юристы, риелторы): «Прагматичный отбор».**

Партнеры будут пассивно рассматривать GoGlobe как еще один источник привлечения клиентов, а не как стратегического партнера. Они будут брать от GoGlobe только самых простых и понятных клиентов (типовые запросы), по которым легко работать. Сложные, нестандартные или низкомаржинальные случаи они будут игнорировать или

обрабатывать в последнюю очередь. Они не будут по своей воле глубоко интегрироваться в процессы и SLA, так как это требует от них изменения привычного уклада работы.

### **Нереальное изменение, гарантирующее НЕУСПЕХ**

Принятие глобальной конвенции «О цифровом суверенитете», предусматривающей полный запрет на автоматизированную обработку и трансграничную передачу персональных данных для целей иммиграции. В результате все процессы переходят в офлайн-формат с обязательным личным присутствием заявителя на каждом этапе в консульствах и государственных учреждениях.

Такая регуляторная модель делает невозможным использование технологических решений, лежащих в основе GoGlobe, и сводит функциональность сервиса к справочному уровню, лишая его ключевых конкурентных преимуществ.

## **Формулировка противоречия (по ТРИЗ) и решение (по АРИЗ)**

Возьмем два полярных нереальных изменения для системы “Государственные регуляторы”:

1. **Гарантия успеха:** наличие полной, открытой и стандартизированной интеграции (API), обеспечивающей автоматизированный обмен данными между GoGlobe и государственными системами.
2. **Гарантия неуспеха:** полное отсутствие интеграции, закрытые процессы и необходимость выполнения всех процедур исключительно в офлайн-формате.

Фактическая ситуация находится между этими крайностями: в одних странах существуют рабочие интерфейсы и электронные сервисы, в других – устаревшие сайты или полностью бумажный документооборот. GoGlobe должен сохранять функциональность и стабильность работы во всех указанных условиях одновременно.

### **Техническое Противоречие:**

- Система GoGlobe **должна** быть **глубоко и бесшовно интегрирована** с внешними системами (государственными, партнерскими), чтобы обеспечить автоматизацию, скорость, точность данных и предсказуемость для клиента
- Система GoGlobe **не должна зависеть от прямой интеграции** с внешними системами, так как они крайне разнородны, нестабильны, не стандартизированы, меняются или вовсе отсутствуют. Зависимость от них делает систему хрупкой, дорогой в поддержке и ненадежной

Чтобы быть ценной, система должна быть интегрированной. Чтобы быть надежной, она не должна быть интегрированной.

## **Адаптация противоречия к решению-рекомендации по АРИЗ**

## **Применение принципа разрешения противоречий – «Матрёшка» (вложенность) или «Посредник»:**

Поскольку изменение внешней государственной системы невозможно, отказ от интеграции также неприемлем. В качестве решения вводится промежуточный уровень – система-адаптер, расположенная между основной платформой GoGlobe и внешней средой. Эта система обеспечивает согласование форматов данных, управление ошибками, временное хранение и синхронизацию информации, позволяя платформе стабильно функционировать даже при высокой неоднородности внешних регламентов и технических интерфейсов.

**Решение-рекомендация:** создание унифицированного адаптивного слоя – «Middleware»

Предлагается сформировать промежуточный архитектурный слой – *Middleware*, выполняющий функции адаптации между внутренними процессами GoGlobe и неоднородными внешними системами. Это не просто набор коннекторов, а фундаментальное архитектурное и продуктовое решение, формирующее ключевое конкурентное преимущество платформы.

### **Принцип работы:**

1. **Внутренний стандарт:** Внутри GoGlobe все процессы (оформление документов, поиск жилья, медицинское страхование и др.) работают по единому внутреннему API. Фактически создаётся модель «Global Citizen API» в пределах платформы, обеспечивающая стабильность, скорость и предсказуемость разработки ядра продукта.
2. **Внешний адаптивный слой («Драйверы»):** Данный слой обеспечивает взаимодействие с внешними системами и включает три типа драйверов:
  - **API-драйверы:** при наличии у внешней системы стандартизированного API драйвер выполняет прямую трансляцию запросов между платформами.
  - **Роботизированные драйверы:** если у внешней системы есть только веб-интерфейс, используется программный робот, имитирующий действия пользователя (авторизация, заполнение форм, скачивание документов). Для внутреннего ядра такая интеграция выглядит аналогично работе с API.
  - **Офлайн-драйверы:** если процесс требует физического участия, драйвер формирует задачу в CRM и назначает её на сертифицированного партнёра или сотрудника. После выполнения задачи результат возвращается в систему в стандартизированном виде.

### **Стратегические эффекты:**

1. **Позиционирование продукта:** GoGlobe перестаёт быть интерфейсом к государственным услугам и становится поставщиком гарантированного результата, обеспечивающим выполнение SLA независимо от уровня цифровой зрелости страны.
2. **Продуктовая стратегия:** Фокус смещается с точечных интеграций на развитие внутреннего стандарта и библиотеки драйверов. Приоритет получают страны, где возможно быстрое создание стабильных драйверов любого типа.
3. **Архитектурное решение:** Система проектируется с чётким разделением на стабильное ядро (Core) и адаптивный слой (Middleware). Это снижает сложность, ускоряет обновления и уменьшает стоимость поддержки ядра.



4. **Операционная модель:** Создаётся команда, отвечающая за разработку и поддержку всех типов драйверов, включая управление сетью партнёров. Эффективность партнёров (скорость реакции, точность, процент ошибок) включается в общие SLA продукта.

## Вывод

Концепция **«Middleware»** является стратегическим сердцем архитектуры GoGlobe и его ключевым конкурентным преимуществом. Она решает фундаментальное противоречие рынка: необходимость быть глубоко интегрированным в хаотичную, фрагментированную и технологически неравномерную внешнюю среду (государственные органы, локальные партнеры), но при этом оставаться надежной, масштабируемой и предсказуемой системой для клиента.

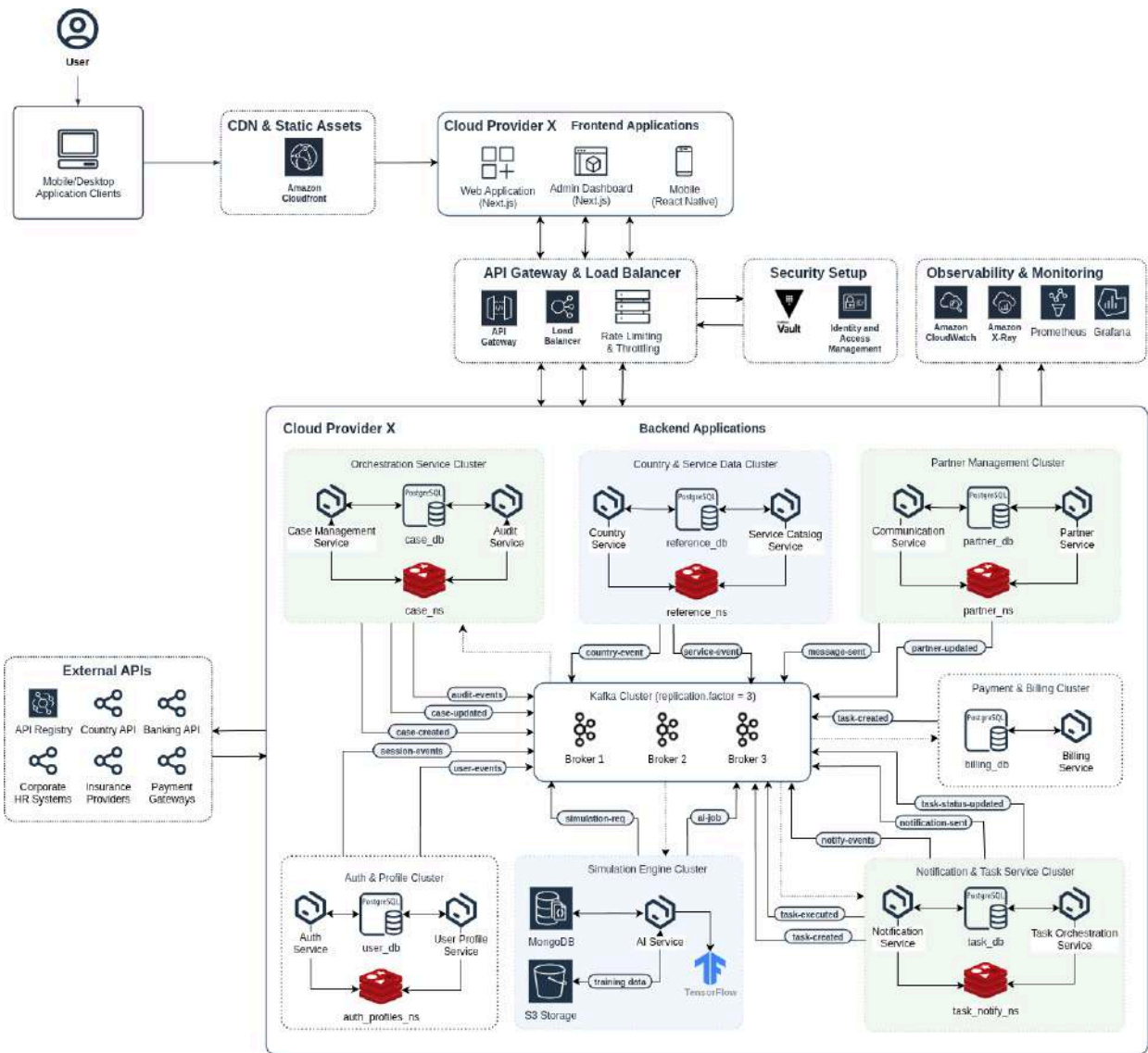
Этот адаптивный слой выполняет роль **«интеллектуального переводчика»**, который изолирует стабильное ядро платформы GoGlobe от внешнего хаоса. Используя комбинацию API, роботизированных процессов и офлайн-драйверов, Middleware превращает любые внешние взаимодействия в единый внутренний стандарт.

Это стратегически меняет позиционирование компании:

1. **От интерфейса к гаранту результата:** GoGlobe перестает быть просто удобным интерфейсом к государственным услугам и становится поставщиком **гарантированного результата**, обеспечивая выполнение SLA независимо от цифровой зрелости конкретной страны. Ценность смещается от *предоставления информации к управлению сложностью*.
2. **От уязвимости к преимуществу:** Фрагментация рынка перестает быть операционным риском и становится **основной причиной для существования GoGlobe**. Чем сложнее и неоднороднее внешний мир, тем более ценным становится адаптивный слой, который эту сложность скрывает.

В конечном счете, реализация концепции «Middleware» превращает GoGlobe из простого агрегатора сервисов в полноценную **операционную систему для релокации**. Она абстрагирует пользователя и ядро платформы от несовершенства внешней среды, превращая главное ограничение рынка в свое главное стратегическое преимущество.

# Разработка типовых технических систем



## Разбиение ключевого прикладного сервиса по техническим слоям

Ключевой сервис – это ядро, которое реализует ценность для клиента:

Первый крупный релиз: AI-симуляция релокации + базовая оркестрация (онбординг, документы, партнёрские интеграции), с фронт-офисом и бек-офисом.

Слой	Что входит (по архитектуре)
------	-----------------------------

<b>Фронт-энд (Web/Mobile)</b>	Web Application (Next.js), Admin Dashboard (Next.js), Mobile App (React Native), CDN assets
<b>Прикладной сервер / API</b>	API Gateway + Orchestration Cluster (Case Management Service), Partner Management Cluster, Country & Service Data Cluster
<b>Базы данных</b>	case_db, partner_db, reference_db, user_db, billing_db
<b>Обработка данных / интеграции</b>	Kafka Cluster (events), External API connectors (Country API, Banking API, HR systems), Audit Service
<b>ИИ / Модуль симуляции</b>	Simulation Engine Cluster (MongoDB, AI Service, Training data, TensorFlow), S3 Storage

## Объём требований — Пользовательские истории для первого релиза

### Фронт-энд

1. Как клиент, я хочу запустить AI-симуляцию релокации и получить прогноз (Web/Mobile).
2. Как менеджер, я хочу видеть заявки клиентов в админ-панели.
3. Как клиент, я хочу видеть статус моего переезда и документов.

### Сервер

- 4. Как система, я хочу обрабатывать входящие запросы через API Gateway и распределять их по микросервисам.
- 5. Как менеджер, я хочу добавлять партнёрские данные в Service Catalog.

**Базы данных**

- 6. Как система, я хочу хранить кейсы в case\_db.
- 7. Как система, я хочу хранить данные по странам и услугам в reference\_db.
- 8. Как система, я хочу вести учёт партнёров в partner\_db.

**Интеграции**

- 9. Как система, я хочу получать актуальные визовые данные из Country API.
  - 10. Как система, я хочу интегрироваться с банковскими API для открытия счетов клиенту.
- ИИ
- 11. Как система, я хочу обучать AI-модель на исторических данных.
  - 12. Как система, я хочу рассчитывать сценарий релокации с учётом партнёрских и внешних данных.

**Функциональные точки**

Для каждой пользовательской истории определим complexity weight:

- Простая функция (15 FP)
- Средняя (30 FP)
- Сложная (45 FP)

**Таблица трудоемкости и длительности проекта GoGlobe**

История	Слой	FP	Описание сложности
1	Front-end	30	Запрос к AI + UI сценарий
2	Front-end	15	Список заявок
3	Front-end	15	UI статуса
4	API	40	Gateway routing + auth
5	API	25	CRUD каталог услуг
6	DB	15	CRUD кейсы
7	DB	15	CRUD справочник
8	DB	15	CRUD партнёры

9	Integrations	45	REST интеграция Country API
10	Integrations	45	Banking & Visa API
11	AI	45	Training pipeline
12	AI	45	Business

Итого FP = **350** функциональных точек (средней сложности).

## Декомпозиция — Трудоёмкость разработки по слоям

По правилу **Function Points** → **Трудоёмкость = FP × средней нормы** (человеко-часы / FP).

Примем среднюю норму **8 часов / FP**.

### Модель COSOMO II (Organic / Semi-detached)

#### ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ:

##### 1. Функциональные точки (FP):

Всего пользовательских историй: **12**

Сумма FP = 30 + 15 + 15 + 40 + 25 + 15 + 15 + 15 + 45 + 45 + 45 + 45 = **350 FP**

##### 2. Базовая норма времени:

Принята норма: **8 часов на 1 FP**

Базовая трудоемкость = 350 FP × 8 ч/FP = **2,800 чел-часов**

#### ПРИМЕНЕНИЕ КОЭФФИЦИЕНТОВ COSOMO II:

##### 3. Интеграционная сложность (+15%):

Расчет: 2,800 ч × 1.15 = **3,220 ч**

**Обоснование: Проект имеет высокую интеграционную нагрузку:**

- 3 внешних API (Country API, Banking API, HR systems)
- Сложные партнерские интеграции
- Микросервисная архитектура

##### 4. Коэффициент квалификации команды (0.9):

Расчет: 3,220 ч × 0.9 = **2,898 ч (округленно)**

**Обоснование: Команда "высокий средний" уровень:**

- Опыт в используемых технологиях
- Знание предметной области

- Эффективные процессы разработки

## **РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ЭТАПАМ РАБОТ:**

### **5. Планирование/Анализ (20%):**

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.20 = 579.6 \text{ ч} \approx \mathbf{580 \text{ ч}}$

#### **Включает:**

- Техническое задание и спецификации
- Архитектурное проектирование
- Прототипирование интерфейсов
- Планирование рисков

### **6. Разработка (50%):**

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.50 = \mathbf{1,449 \text{ ч}}$

#### **Включает:**

- Кодирование всех компонентов
- Интеграция модулей
- Код-ревью
- Документирование

### **7. Тестирование/Отладка (30%):**

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.30 = 869,4 \text{ ч} \approx \mathbf{869 \text{ ч}}$

#### **Включает:**

- Unit-тестирование
- Интеграционное тестирование
- QA и баг-фиксинг
- Нагрузочное тестирование

## **ДЕКОМПОЗИЦИЯ ПО ТЕХНИЧЕСКИМ СЛОЯМ:**

### **8. Распределение 2,898 часов по слоям:**

#### **Фронт-энд (467 ч = 16.1%):**

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.161 = \mathbf{467 \text{ ч}}$

##### Компоненты:

- Web Application (Next.js) - 204 ч
- Admin Dashboard (Next.js) - 146 ч
- Mobile App (React Native) - 87 ч
- CDN & Assets - 30 ч

#### **Серверная логика/API (583 ч = 20.1%):**

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.201 = \mathbf{583 \text{ ч}}$

##### Компоненты:

- API Gateway - 117 ч
- Orchestration Cluster - 175 ч

- Partner Management - 117 ч
- Country & Service Data - 102 ч
- Payment & Billing - 72 ч

**Базы данных** (350 ч = 12.1%):

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.121 = \mathbf{350 \text{ ч}}$

Компоненты:

- case\_db - 88 ч
- partner\_db - 73 ч
- reference\_db - 73 ч
- user\_db - 58 ч
- billing\_db - 58 ч

**Интеграции** (699 ч = 24.1%):

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.241 = \mathbf{699 \text{ ч}}$

Компоненты:

- Kafka Cluster - 145 ч
- Country API - 160 ч
- Banking API - 189 ч
- HR Systems - 116 ч
- Audit Service - 89 ч

**ИИ/ML** (699 ч = 24.1%):

Расчет:  $2,898 \text{ ч} \times 0.241 = \mathbf{699 \text{ ч}}$

Компоненты:

- Simulation Engine - 204 ч
- AI Service - 175 ч
- Training Pipeline - 160 ч
- Model Serving - 160 ч

**Резерв** (100 ч = 3.4%):

Расчет:  $2,898 - (467+583+350+699+699) = \mathbf{100 \text{ ч}}$

**На непредвиденные работы и доработки**

## Этапы и коэффициенты:

- Планирование / Анализ: 20%
- Разработка: 50%
- Тестирование / отладка: 30%

**Квалификация команды:** высокий средний (коэффициент продуктивности 0.9)

**Специфика требований:** высокая интеграционная нагрузка (+15% трудоёмкости)

**Расчёт:**

Базовая: **2,800 ч**

- интеграционная сложность (15%) → **3,220 ч**  
× коэффициент квалификации 0.9 → **~2,898 ч**

Этапы:

- Планирование:  $0.2 \times \mathbf{2,898} = 580 \text{ ч}$
- Разработка:  $0.5 \times \mathbf{2,898} = 1,449 \text{ ч}$

- Тестирование:  $0.3 \times 2,898 = 869$  ч

**ИТОГО:** ~2,898 человеко-часов на полный объём работ первого релиза.

## Вывод

**Для первого целевого ландшафта внедрения (AI-симуляция + базовая оркестрация):**

- Фронт-энд: 467 ч
- Серверная логика / API: 583 ч
- Базы данных: 350 ч
- Интеграции: 699 ч
- ИИ: 699 ч

Суммарно: ~2,898 человеко-часов (с учётом COCOMO 2 коэффициентов и интеграционной сложности).

COCOMO II - Constructive Cost Model

Software Size

Sizing MethodFunction Points

Unadjusted Function Points350

LanguageJava

Software Scale Drivers

PrecedentednessLow

Architecture / Risk ResolutionVery High

Process MaturityVery High

Development FlexibilityLow

Team CohesionVery High

Software Cost Drivers

Product

Required Software ReliabilityHigh

Data Base SizeHigh

Product ComplexityNominal

Developed for ReusabilityHigh

Documentation Match to Lifecycle NeedsHigh

Personnel

Analyst CapabilityNominal

Programmer CapabilityHigh

Personnel ContinuityHigh

Application ExperienceHigh

Platform ExperienceVery High

Language and Toolset ExperienceHigh

Platform

Time ConstraintNominal

Storage ConstraintNominal

Platform VolatilityLow

Project

Use of Software ToolsHigh

Multisite DevelopmentVery High

Required Development ScheduleHigh

MaintenanceOff

Software Labor Rates

Cost per Person-Month (Dollars)1200

Calculate

Results

Software Development (Elaboration and Construction) Staffing Profile

Effort = 20.2 Person-months

Schedule = 13.9 Months

Cost = \$39861

Total Equivalent Size = 18550 SLOC

Effort Adjustment Factor (EAF) = 0.54

Acquisition Phase Distribution

Phase	Effort (Person-months)	Schedule (Months)	Average Staff	Cost (Dollars)
Inception	2.0	1.7	1.1	\$2392
Elaboration	8.0	5.2	1.5	\$9567
Construction	25.2	8.7	2.9	\$30295
Transition	4.0	1.7	2.3	\$4783

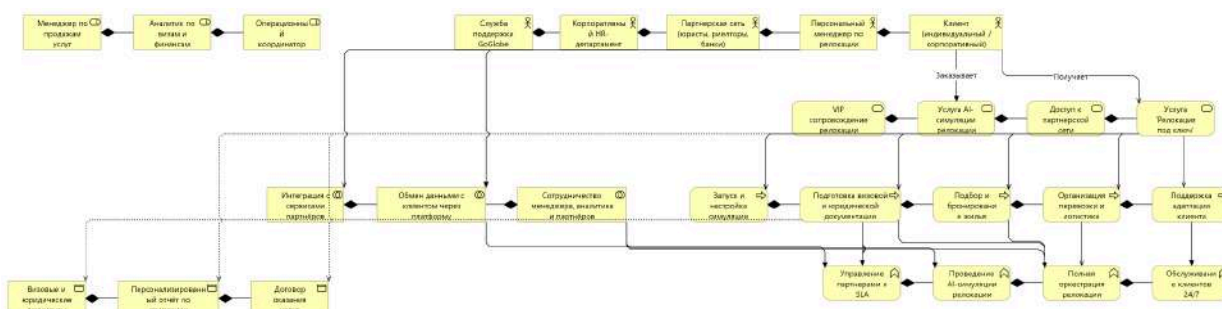
20.2 человеко-месяцев × 152 часа/месяц ≈ 3,070 человеко-часов



# Архитектурная модель (Archimate)

\* архивейт диск со всеми схемами

## Business Layer



## Описание предложенного решения и логики схемы Business Architecture Layer

### 1. Участники (Business Actors)

В экосистеме GoGlobe есть несколько ключевых акторов – это те группы людей или организации, которые взаимодействуют внутри бизнес-процессов:

- **Клиент** – это физическое лицо (IT-специалист, семья, инвестор) или корпоративный заказчик через HR-департамент, который инициирует процесс релокации.
- **Персональный менеджер по релокации** – главный проводник клиента в системе GoGlobe, отвечает за координацию действий.
- **Партнёрская сеть** – включающая иммиграционных юристов, агентства недвижимости, банковские структуры, страховщиков и транспортные компании.
- **HR-департамент** – корпоративный клиент, заказывающий релокацию сотрудников.
- **Служба поддержки GoGlobe** – обеспечивает круглосуточную коммуникацию и решение возникающих вопросов.

### 2. Роли (Business Roles)

Роли описывают обязанности внутри организации GoGlobe:

- **Аналитик по визам и финансам** – проводит расчёты, симуляции, анализ рисков и визовых требований.
- **Операционный координатор** – управляет исполнением задач релокации, контролирует работу всех сторон.
- **Менеджер по продажам услуг** – занимается входящими запросами и закрывает продажи услуг симуляции или полной релокации.

### 3. Функции (Business Functions)

Это устойчивые **"умения"** организации:

- **Проведение AI-симуляции релокации** – быстрый цифровой анализ ситуации клиента, расчёт бюджета и рисков.
- **Полная оркестрация релокации** – обеспечение полного цикла переезда.
- **Управление партнёрами и SLA** – контроль качества и сроков работы внешних исполнителей.
- **Обслуживание клиентов 24/7** – непрерывная поддержка и решение инцидентов.

#### **4. Основные бизнес-процессы (Business Processes)**

Система GoGlobe управляет комплексом взаимосвязанных процессов:

##### **1. Запуск и настройка симуляции**

Клиент через интерфейс выбирает страну, профессию, цель переезда. Система AI генерирует прогноз и «Relocation Score».

##### **2. Подготовка визовой и юридической документации**

Сбор и проверка документов, заполнение форм, взаимодействие с визовыми центрами.

##### **3. Подбор и бронирование жилья**

Анализ рынка по 50+ параметрам, юридическая проверка контракта.

##### **4. Организация перевозки и логистики**

Планирование транспортировки, страховка грузов, оформление таможенных бумаг.

##### **5. Поддержка адаптации клиента**

Оргвопросы после переезда: подключение к банковской системе, медицинские страховки, подбор школ.

#### **5. Бизнес-сервисы (Business Services)**

То, что клиент видит как результат:

- **Услуга AI-симуляции релокации** – входная услуга для оценки переезда.
- **Услуга "Релокация под ключ"** – полный цикл переезда с гарантией результата.
- **Доступ к партнёрской сети** – подключение к проверенным юристам, агентам, банкам.
- **VIP сопровождение релокации** – премиум-уровень персонального внимания и скорости.

#### **6. Бизнес-коллаборации (Business Collaboration)**

**Коллаборация в GoGlobe** – это совместная работа менеджера, аналитика и внешних партнёров над конкретным проектом клиента. Например, оформление визы требует одновременного участия внутреннего юриста и партнёрского визового центра.

#### **7. Бизнес-взаимодействия (Business Interaction)**

Есть два ключевых типа взаимодействий:

- **С клиентом** – через веб-платформу и мобильное приложение, где клиент получает отчёты, статусы и уведомления.

- **С партнёром** – автоматизированная интеграция через API и прямой обмен документами.

## 8. Бизнес-объекты (Business Objects)

В результате процессов создаются артефакты:

- **Персонализированный отчёт по релокации** – результат симуляции с прогнозами и оценками рисков.
- **Договор оказания услуг** – контракт между GoGlobe и клиентом.
- **Визовые и юридические документы** – комплект бумаг, необходимых для переезда.

## 9. Последовательность работы в системе (Narrative Flow по схеме)

- 1) **Клиент → обращается к GoGlobe через сервис AI-симуляции (SimulationService).**

AI-симуляция формируется через Запуск и настройку симуляции (SimulationProcess), выполняя функцию симуляции релокации (SimulationFunc).

- 2) **Получив отчёт (RelocationReport), клиент выбирает услугу “релокация под ключ” (OrchestrationService).**

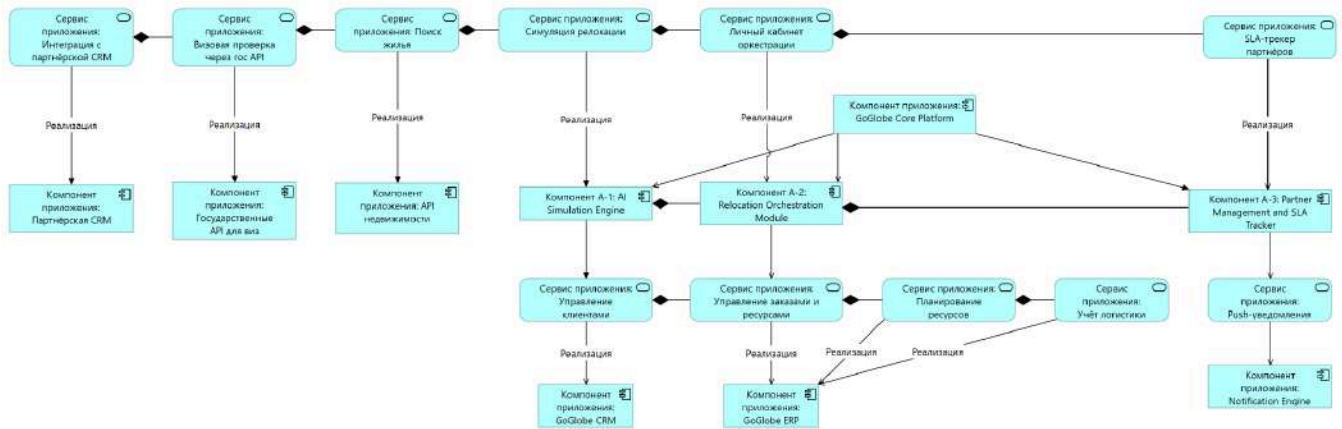
Услуга разворачивает комплекс процессов – от документации (DocumentPrepProcess), через подбор жилья (HousingProcess) и логистику (LogisticsProcess), до адаптации (AdaptationProcess)

- 3) **Все процессы выполняются при участии бизнес-актора Персональный менеджер по релокации, а также Партнёрской сети через взаимодействие (PartnerInteraction).**

- 4) **На каждом этапе формируются бизнес-объекты (LegalDoc, ContractDoc), контролируется SLA (PartnerMgmtFunc), и клиент получает уведомления через платформу (ClientInteraction).**

- 5) **Служба поддержки и роль операционного координатора обеспечивают работу по SLA и фиксируют все события для базы знаний GoGlobe.**

## Application Layer



## Описание предложенного решения и логики схемы Application Layer

Уровень приложения в архитектуре GoGlobe – это набор взаимосвязанных программных систем, каждая из которых поддерживает определённую часть бизнес-процессов из Business Architecture Layer.

### 1. Внешние интеграции (Application Components X, Y, Z)

- **Партнёрская CRM** – внешний сервис, с которым GoGlobe синхронизирует данные о партнёрах (юристы, риелторы, банки).

Реализует **сервис “Интеграция с партнёрской CRM”**, обеспечивая автоматический обмен контактами и статусами проектов.

- **Государственные API для виз** – подключение к официальным порталам, чтобы проверить визовые условия и отследить статус заявки в реальном времени.

Реализует **сервис “Визовая проверка”**.

- **API недвижимости** – интеграция с международными базами жилья, по которым работает алгоритм AI-подбора.

Реализует **сервис “Поиск жилья”**.

### 2. Центральная платформа GoGlobe (Application Component A)

Внутри ядра платформы GoGlobe (CorePlatform) есть три ключевых модуля:

#### 1) AI Simulation Engine (A-1)

Запускает симуляцию релокации, рассчитывает бюджет, выявляет риски, формирует **персонализированный отчёт**.

Реализует **сервис “Симуляция релокации”**.

#### 2) Relocation Orchestration Module (A-2)

Управляет шагами переезда – сбор документов, подбор жилья, логистика и адаптация.

Реализует **сервис “Личный кабинет оркестрации”**, где клиент видит прогресс.

#### 3) Partner Management and SLA Tracker (A-3)

Отслеживает партнёров, проверяет сроки выполнения задач, фиксирует нарушения SLA.

Реализует **сервис “SLA-трекер партнёров”**.

### 3. Вспомогательные системы (Application Components B и C)

#### - GoGlobe CRM (B)

Работает с профилями клиентов, хранит историю операций, формирует аналитику.

Реализует **сервис “Управление клиентами”**.

#### - GoGlobe ERP (C)

Управляет заказами, ресурсами и логистикой.

Реализует:

- **сервис “Управление заказами и ресурсами”**
- **сервис “Планирование ресурсов”**
- **сервис “Учёт логистики”**

CRM получает запросы от модуля симуляции, а ERP – от модуля оркестрации, чтобы выполнить задания по подбору, перевозке, страхованию.

### 4. Система уведомлений (Application Component D)

Для постоянной связи с клиентом и партнёрами используется Notification Engine.

Её **сервис “Push-уведомления”** отправляет статусные сообщения о прогрессе переезда, изменениях документации и SLA-нарушениях.

Этот сервис напрямую интегрирован с модулем управления партнёрами.

### 5. Логика работы (Flow)

- 1) **Клиент запускает Сервис симуляции релокации на AI Simulation Engine**, ядро CorePlatform обрабатывает данные.
- 2) **Платформа обращается к внешним API**: визовым, партнёрской CRM, недвижимости – чтобы собрать актуальные условия.
- 3) **В случае заказа полной оркестрации включается Relocation Orchestration Module**, который взаимодействует с ERP для ресурсов, и CRM для общения с клиентом.
- 4) **Весь прогресс контролируется Partner Management Module**, который отслеживает сроки по SLA.
- 5) **Notification Engine рассылает push-уведомления** клиенту и партнёрам.

## Technology Layer



Внутри облачной инфраструктуры развернуты восемь специализированных кластеров, каждый из которых отвечает за определенную бизнес-логику:

- **Orchestration Service Cluster (B1)**  
Обрабатывает запросы на оркестрацию переезда. Реализует сервис "Оркестрация процессов".
- **Country & Service Data Cluster (B2)**  
Управляет справочными данными по странам и услугам. Реализует сервис "Данные стран и услуг".
- **Partner Management Cluster (B3)**  
Обрабатывает взаимодействие с партнерами. Реализует сервис "Управление партнерами".
- **Payment & Billing Cluster (B4)**  
Отвечает за платежи и биллинг. Реализует сервис "Обработка платежей".
- **Auth & Profile Cluster (B5)**  
Управляет аутентификацией и профилями пользователей. Реализует сервис "Аутентификация и профили".
- **Simulation Engine Cluster (B6)**  
Запускает AI-симуляции переезда с использованием TensorFlow. Реализует сервис "AI-симуляция".
- **Notification & Task Cluster (B7)**  
Управляет уведомлениями и фоновыми задачами. Реализует сервис "Уведомления и задачи".
- **Kafka Cluster (B8)**  
Обеспечивает асинхронную коммуникацию между всеми сервисами через единую шину сообщений.

### 3. Системы хранения данных (Technology Devices D1-D4)

- **PostgreSQL (D1)** – реляционная база данных для структурированных данных (дела, справочники, биллинг, пользователи, партнеры).
- **MongoDB (D2)** – документная БД для неструктурированных данных AI-моделей.
- **Redis (D3)** – кэш-хранилище для сессий и временных данных.
- **S3 Storage (D4)** – объектное хранилище для данных обучения AI-моделей.

### 4. Системное программное обеспечение (Technology Software S1-S4)

- **TensorFlow (S1)** – фреймворк машинного обучения для AI-симуляций.
- **Kafka Broker (S2)** – брокер сообщений для асинхронной коммуникации.
- **Vault (S3)** – система управления секретами и доступом.
- **CloudWatch (S4)** – система мониторинга и сбора метрик.

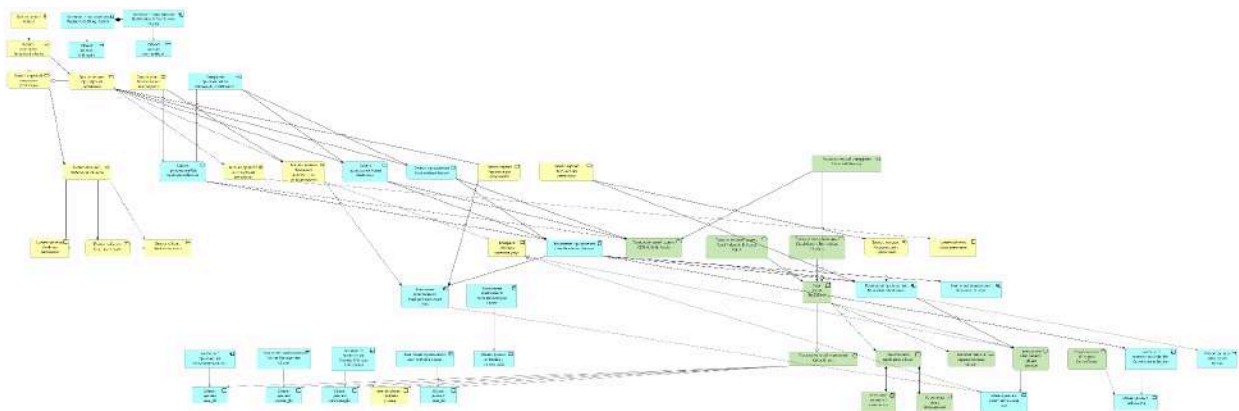
### 5. Логика работы технологического слоя (Technology Flow)

- Входящие запросы от фронтенд-приложений проходят через **CDN (A2)** к **API Gateway (A3)**.

- Шлюз маршрутизирует запросы к соответствующим **backend-кластерам (B1-B7) по протоколу API**.
- Backend-сервисы взаимодействуют с **базами данных (D1-D4) для чтения/записи бизнес-данных**.
- Все межсервисные события **публикуются в Kafka Cluster (B8)**, обеспечивая слабую связность системы.
- **Интеграции с внешними API платежей и аутентификации** выполняются через специализированные кластеры.
- **Наблюдаемость (A4) и безопасность (A5)** работают на всех уровнях архитектуры.

Все технологические компоненты развернуты в облачном провайдере (A1) и используют современные практики микросервисной архитектуры, обеспечивая масштабируемость, отказоустойчивость и высокую производительность платформы GoGlobe.

## Смешанная схема (Business/Application/Technology Layer)



### Описание предложенного решения и логики схемы

Архитектура платформы GoGlobe представляет собой трехуровневую структуру, где бизнес-требования определяют функциональность приложений, которые в свою очередь реализуются на конкретной технологической инфраструктуре.

## 1. Бизнес-архитектура (Business Layer)

**Бизнес-архитектура GoGlobe** — это стратегическое представление ключевых бизнес-сервисов, процессов и ролей, которые обеспечивают ценность для клиентов в процессе международной релокации.

### 1.1. Ключевые бизнес-сервисы

- **AI-симуляция релокации (BS\_RelocationSim)**



Основной сервис анализа и прогнозирования переезда. Реализует бизнес-функцию "Расчёт бюджета и рисков релокации".

- **Оркестрация релокации (BS\_RelocationOrch)**  
Управление всем процессом переезда клиента. Реализует бизнес-функцию "End-to-end управление релокацией".
- **Верификация документов (BS\_DocumentVerify)**  
Проверка и валидация всех необходимых документов. Реализует бизнес-функцию "Гарантия корректности документации".
- **Партнёрская интеграция (BS\_PartnerIntegration)**  
Координация работы с внешними партнерами. Реализует бизнес-функцию "Единая точка взаимодействия с партнёрами".

## 1.2. Бизнес-процессы

- **Онбординг клиента (BP\_Onboarding)**  
Первичное взаимодействие с клиентом, сбор данных, формирование цифрового досье.
- **AI-симуляция релокации (BP\_SimulationProcess)**  
Поэтапный процесс анализа и формирования дорожной карты переезда.
- **Визовое и документное сопровождение (BP\_DocumentMgmt)**  
Полный цикл работы с документами клиента.
- **Координация с партнёрами (BP\_PartnerCoordination)**  
Управление взаимодействием с внешними сервис-провайдерами.

## 1.3. Бизнес-роли и интерфейсы

- **Клиент (BA\_Client)** — основной пользователь, взаимодействующий через Web/Mobile Portal.
- **Персональный менеджер (BR\_Manager)** — сотрудник компании, отвечающий за сопровождение клиента.
- **Web/Mobile Portal (BI\_Client)** — единая точка входа для клиентов.

## 1.4. Бизнес-объекты и события

- **Отчёт по релокации (BO\_Report)** — результат симуляции, содержащий расчёты и рекомендации.
- **Цифровое досье (BO\_DigitalDossier)** — полное досье клиента и его семьи.
- **Профиль страны (BO\_CountryProfile)** — структурированная информация о стране назначения.

- **Дорожная карта (BO\_RelocationRoadmap)** — пошаговый план переезда.
- **Старт релокации (BE\_RelocationStarted)** — ключевое бизнес-событие, инициирующее процесс.

## 2. Архитектура приложений (Application Layer)

Уровень приложений GoGlobe — это набор взаимосвязанных программных компонентов, которые реализуют бизнес-логику и предоставляют функциональность пользователям и партнёрам.

### 2.1. Пользовательские интерфейсы

- **Web Application (Next.js)** — основной веб-интерфейс для клиентов.
- **Admin Dashboard** — панель управления для менеджеров и операторов.
- **Mobile App (React Native)** — мобильное приложение для клиентов.

### 2.2. Ядро платформы (Core Relocation Platform)

- **Intelligent Document Hub** — централизованная система управления документами.
- **Adaptive Questionnaire Engine** — адаптивная система сбора информации от клиентов.
- **Relocation AI Core** — искусственный интеллект для анализа и прогнозирования.
- **Relocation Middleware** — промежуточный слой для интеграции с партнёрами.

### 2.3. Специализированные сервисные кластеры

- **Orchestration Cluster** — управление процессами оркестрации.
- **Partner Management Cluster** — управление партнёрской сетью.
- **Country & Service Data Cluster** — обработка справочной информации.
- **Payment & Billing Cluster** — управление платежами и биллингом.
- **Auth & Profile Cluster** — аутентификация и управление профилями.
- **Simulation Engine Cluster** — запуск AI-симуляций.
- **Notification & Task Service Cluster** — управление уведомлениями и задачами.

### 2.4. Объекты данных

- **case\_db** — данные кейсов клиентов.
- **partner\_db** — информация о партнёрах.

- **reference\_db** — справочные данные.
- **billing\_db** — биллинговая информация.
- **user\_db** — пользовательские данные.
- **AI Models / training data** — модели машинного обучения.
- **task\_notify\_rs** — задачи и уведомления.

### 3. Технологическая архитектура (Technology Layer)

Технологический слой GoGlobe — это инфраструктурная основа, обеспечивающая работу всех прикладных систем и бизнес-процессов.

#### 3.1. Облачная инфраструктура

- **Cloud Provider X** — базовый облачный провайдер для всей платформы.
- **Backend Application Cluster** — кластер для развертывания backend-сервисов.
- **Database Cluster** — управление реляционными базами данных.
- **Object Storage** — хранение документов и больших файлов.
- **Cache Cluster** — кэширование для повышения производительности.

#### 3.2. Коммуникационная инфраструктура

- **Kafka Cluster** — шина событий для асинхронной коммуникации.
- **Public API Gateway** — единая точка входа для API-запросов.
- **CDN & Static Assets** — доставка статического контента.

#### 3.3. Сервисы поддержки

- **Vault / Identity & Access Mgmt** — управление безопасностью и доступом.
- **CloudWatch / Prometheus / Grafana** — мониторинг и наблюдаемость.
- **Сеть и оборудование** — физическая и сетевая инфраструктура.

## 4. Логика работы полной архитектуры

### Инициация процесса

Клиент через Web/Mobile Portal запускает бизнес-сервис AI-симуляции, который активирует соответствующие бизнес-процессы и прикладные компоненты.

### Обработка данных

Application Layer обращается к технологическим сервисам хранения данных и вычислений через единый API Gateway.

### **Интеграции**

Relocation Middleware координирует взаимодействие с партнёрами через бизнес-процесс координации.

### **Оркестрация**

При переходе к реальной релокации включается полный цикл оркестрации с участием всех уровней архитектуры.

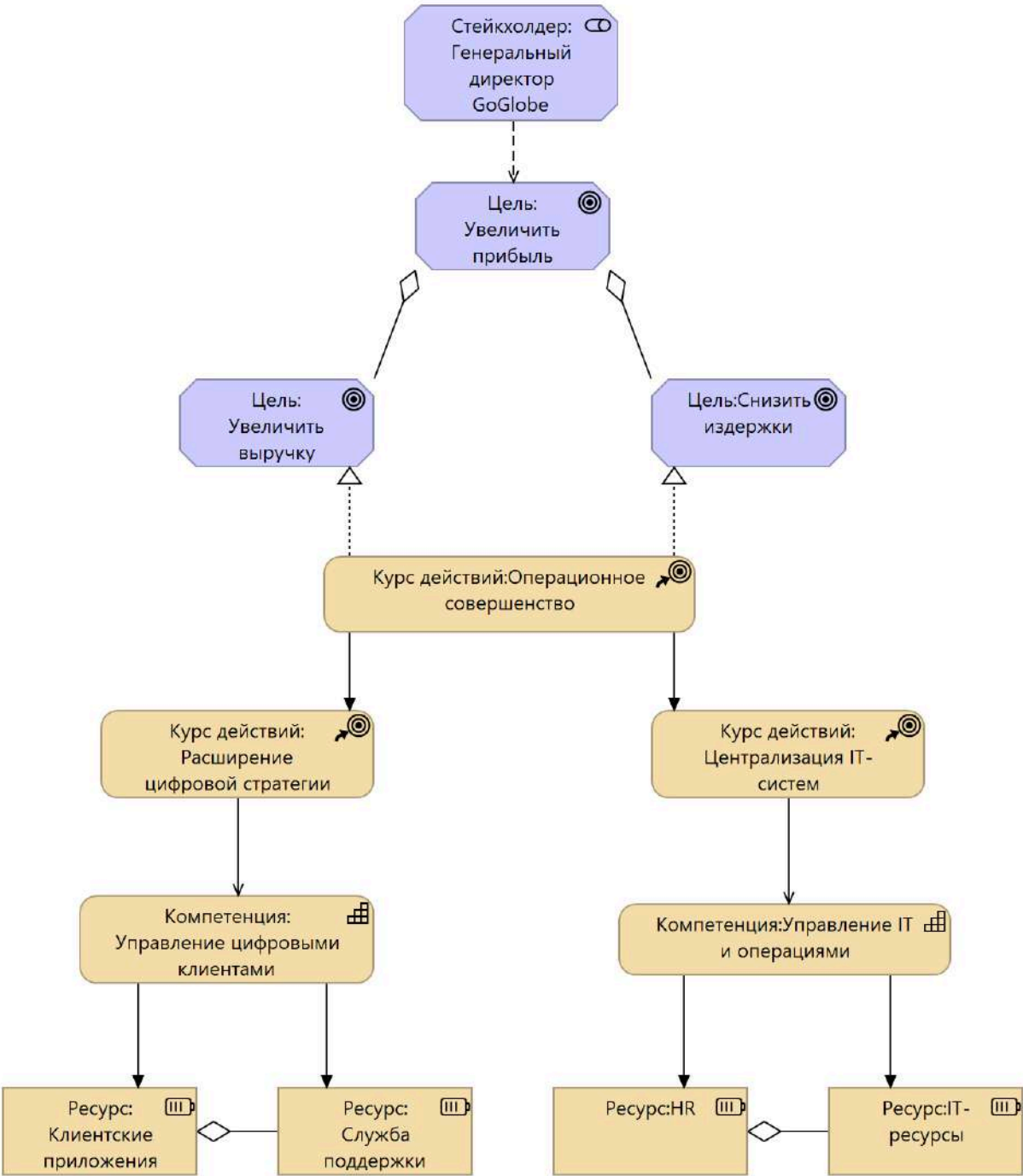
### **Мониторинг и безопасность**

На всех этапах работают системы мониторинга и безопасности, обеспечивая надежность и защиту данных.

Все три уровня архитектуры тесно интегрированы и обеспечивают сквозное выполнение бизнес-процессов международной релокации от первоначальной симуляции до полного сопровождения переезда.

# Strategy Layer (Optional task)

*\*Задание на дополнительный балл*



## Описание предложенного решения и логики схемы Strategy Layer

Событие старта

В январе 2025 года запускается программа **"GoGlobe"**. С этого момента начинается построение платформы в четыре основных этапа (плато).

#### **Q1 2025 Plateau — Базовый AI-симулятор**

**Цель:** запустить основную услугу симуляции релокации в продакшен.

**Deliverable:** Roadmap проекта.

**Work Packages:**

- Планирование программы (сбор требований, определение архитектуры)
- Смена операционной модели (под сервисно-ориентированный подход)

 **Gap:** отсутствует интеграция с партнёрами.

#### **Q2 2025 Plateau — MVP с базовой интеграцией**

**Цель:** соединить ядро платформы с первыми внешними API (юристы, недвижимость).

**Deliverable:** Agile-план внедрения.

**Work Packages:**

- Разработка модуля оркестрации релокации
- Интеграция партнёрских API

 **Gap:** нет ERP/CRM систем.

#### **Q3 2025 Plateau — Полнофункциональная платформа**

**Цель:** автоматизировать работу с ресурсами и клиентами.

**Deliverable:** Полный набор интегрированных инструментов.

**Work Packages:**

- Подключение ERP для заказов и логистики
- Подключение CRM для клиентских данных и аналитики

 **Gap:** нет SLA-мониторинга.

#### **Q4 2025 Plateau — GoGlobe 24/7**

**Цель:** обеспечить постоянный контроль качества партнёров и информирование клиентов в реальном времени.

**Deliverable:** Модуль SLA и уведомлений.

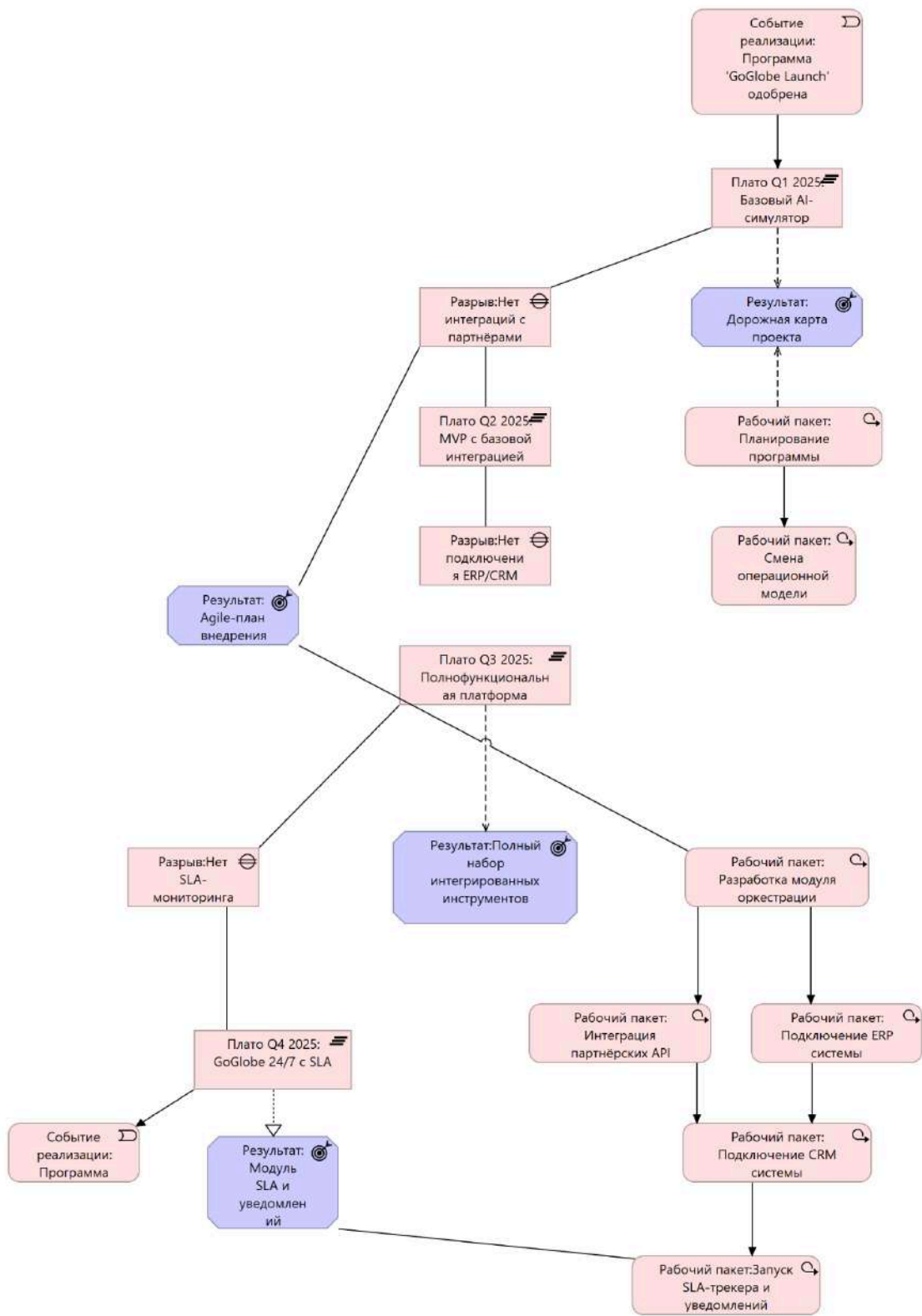
**Work Packages:**

- Запуск SLA-трекера
- Реализация системы push-уведомлений

#### **Событие окончания**

В декабре 2025 года фиксируется завершение программы **"GoGlobe"** — платформа выходит на глобальный уровень готовности к масштабированию.

# Strategy Layer



# Описание предложенного решения и логики схемы Strategy Layer

## Stakeholder:

Главным стратегическим стейкхолдером является CEO GoGlobe — он определяет ключевое направление развития компании.

## Strategic Goals:

**Увеличить прибыль — основной целевой показатель.**

- **Увеличить выручку** — за счёт привлечения новых клиентов и внедрения дополнительных сервисов (VIP сопровождение, B2B-подписки).
- **Снизить издержки** — через автоматизацию процессов и сокращение затрат на ручную обработку заявок.

## Course of Action (Направление действий):

Для реализации целей выбрано ключевое направление — **Операционное совершенство: оптимизация бизнес-модели и процесса релокации**. Оно раскладывается на два тактических курса:

- **Расширение цифровой стратегии** — увеличение точки контакта с клиентом через онлайн-платформу, мобильный сервис и автозаполнение документов.
- **Централизация IT-систем** — объединение всех модулей (CRM, ERP, Partner Tracker) под единым технологическим ядром для сокращения дублей и затрат.

## Capabilities (Способности):

- **Управление цифровыми клиентами** — способность эффективно обслуживать, анализировать и удерживать клиентов с помощью цифровых каналов.
- **Управление IT и операциями** — способность поддерживать стабильную технологическую платформу и процессы оркестрации в разных странах.

## Resources (Ресурсы):

- **Клиентские приложения** — веб-платформа, мобильное приложение, личный кабинет.
- **Служба поддержки** — круглосуточный контакт-центр и чат-бот.
- **HR** — специалисты по кадрам, работающие с корпоративными заказами.
- **IT-ресурсы** — инфраструктура, серверы, DevOps-команда.



# Организационная структура

На основе анализа масштаба проекта GoGlobe (международная релокация, B2C/B2B аудитория) и необходимости адаптации к внешним условиям (законодательство, рыночные тренды), в качестве оптимальной организационной структуры выбрана **матричная модель с усиленным проектным управлением**.

## Обоснование выбора матричной структуры:

- **Комплексный характер услуг:** GoGlobe предоставляет услуги, требующие экспертизы в различных областях (юриспруденция, недвижимость, финансы). Матричная структура позволяет эффективно сочетать функциональную специализацию с проектным подходом для каждого кейса релокации.
- **Принцип двойного подчинения:** Сотрудники прикреплены к функциональным отделам (например, юридический) и одновременно работают в проектных командах, отвечающих за конкретный кейс клиента. Такой подход обеспечивает как глубину экспертизы, так и комплексное решение задач.
- **Гибкость и адаптивность:** Рынок релокации динамичен. Матричная структура позволяет оперативно формировать проектные команды под новые задачи и адаптироваться к изменениям в законодательстве или рыночных трендах.
- **Фокус на клиенте (проектный подход):** Каждый клиентский кейс рассматривается как отдельный проект, что обеспечивает высокий уровень персонализации и контроля. Менеджер проекта (в роли персонального менеджера по релокации) несет ответственность за успешное завершение релокации.
- **Эффективное использование ресурсов:** Специализированные ресурсы (например, юристы) могут быть задействованы в нескольких проектах одновременно, что оптимизирует их загрузку.

## Структура ключевых бизнес-подразделений

Структура сфокусирована на бизнес-ценности, исключая детализацию стандартных обеспечивающих отделов.

### Ключевые подразделения GoGlobe:

1. **Отдел по работе с клиентами (Customer Success & Relocation Project Management)**
  - **Роль:** Основная точка контакта с клиентами, управление проектами релокации, обеспечение коммуникации и удовлетворенности. Включает персональных менеджеров по релокации.

- **Ключевые показатели:** Customer Satisfaction Score (CSAT), Net Promoter Score (NPS), Success Rate (доля успешных релокаций), Time to Relocation.

## 2. Отдел продуктового развития и AI (Product & AI Development)

- **Роль:** Разработка и развитие технологических продуктов: AI-симулятор, платформа оркестрации, API-интеграции. Включает продуктовых менеджеров, AI-инженеров, разработчиков.
- **Ключевые показатели:** Accuracy Index (точность симулятора), Automation Rate (уровень автоматизации процессов), Time to Market, User Engagement Score.

## 3. Отдел партнерских отношений и верификации (Partnerships & Verification)

- **Роль:** Поиск, онбординг, управление и контроль качества работы внешних партнеров (юристы, риелторы, банки). Верификация их услуг и SLA.
- **Ключевые показатели:** Partner SLA Compliance (соблюдение SLA партнерами), Quality Score (рейтинг партнеров), Partner Network Coverage (покрытие по странам и услугам), Cost of Partner Services.

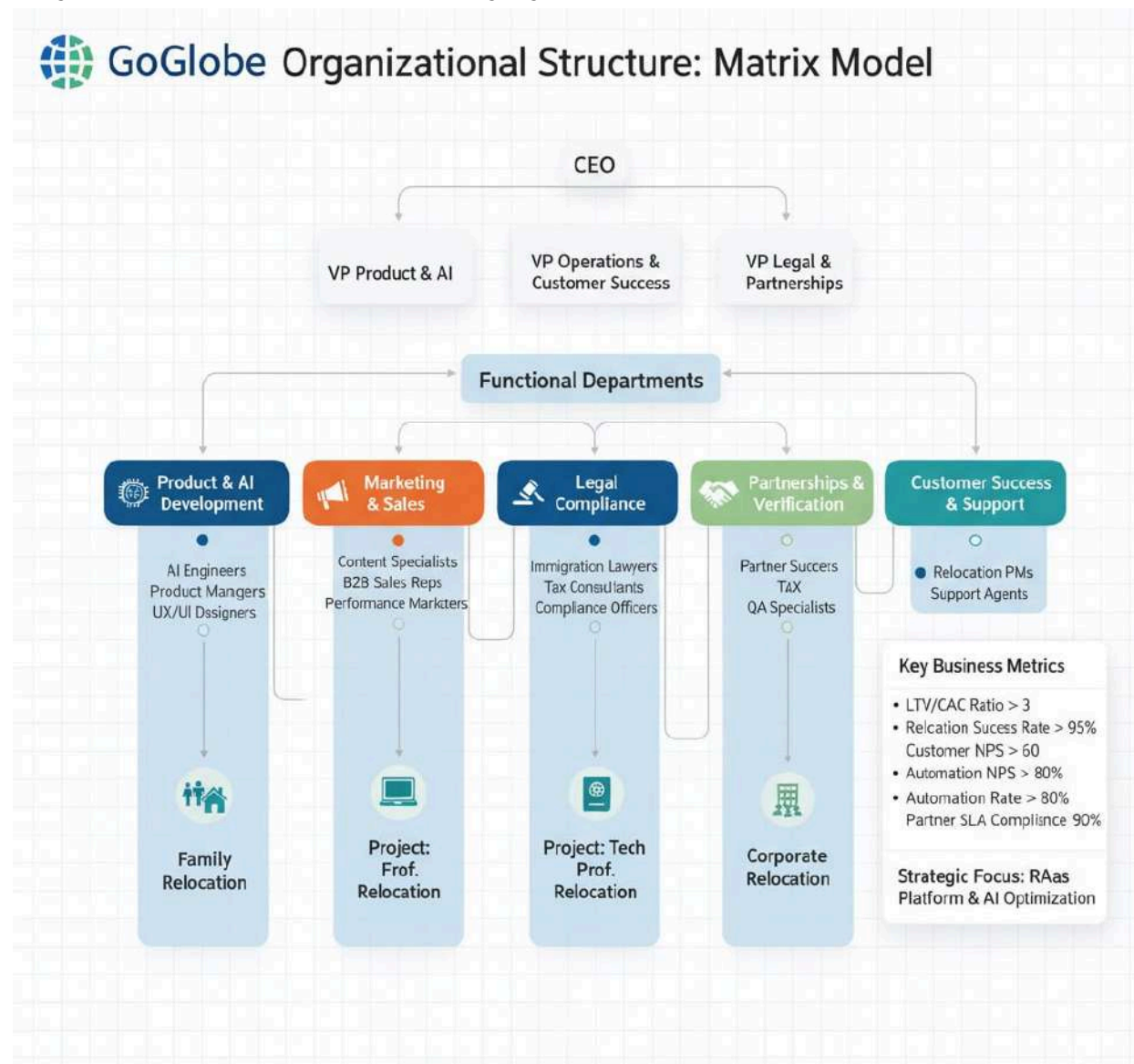
## 4. Отдел юридической и комплаенс-экспертизы (Legal & Compliance Expertise)

- **Роль:** Экспертиза в иммиграционном и налоговом законодательстве разных стран. Поддержание актуальности данных для продуктов компании. Разработка шаблонов документов.
- **Ключевые показатели:** Compliance Rate (соответствие операций законодательству), Update Speed (скорость обновления данных), Error Rate (в юридических документах).

## 5. Отдел маркетинга и продаж (Marketing & Sales)

- **Роль:** Привлечение клиентов (B2C и B2B), лидогенерация, формирование спроса, управление брендом.
- **Ключевые показатели:** Customer Acquisition Cost (CAC), Conversion Rate, Number of Qualified Leads, LTV/CAC Ratio, Brand Awareness.

## Визуализация организационной структуры GoGlobe:



## Анализ потенциального аутсорсинга и системы мотивации

Стратегия аутсорсинга для GoGlobe предполагает передачу функций, которые являются рутинными и требуют большого объема работы, но не являются ядром интеллектуальной собственности. Это позволяет сохранить внутренний контроль над ключевыми компетенциями (AI-симулятор, оркестрация, клиентский опыт, юридическая экспертиза).

### Предлагаемые к аутсорсингу направления:

## 1. Услуги перевода и нотариального заверения документов

- **Обоснование:** Высокоспециализированная, но стандартизированная и объемная работа с конкурентным рынком провайдеров.
- **Потенциальные риски:** Снижение качества в пользу объема, несоблюдение сроков, недостаточная гибкость при изменении требований, утечка конфиденциальных данных.
- **Метрики и механизмы мотивации:**
  - **Метрики:** Quality Score (QS, % документов, принятых с первой попытки; цель: >98%), SLA Compliance (соблюдение сроков; цель: >97%), Error Rate (ER, % критических ошибок; цель: <0.5%), Data Security Incidents (цель: 0).
  - **Мотивация:** Модель оплаты включает базовый тариф за объем, бонусы за превышение целевых показателей QS и SLA, а также систему штрафов за критические ошибки и срыв сроков. Внедряется внутренний рейтинг провайдеров, влияющий на объем заказов.

## 2. Первичный подбор жилья и организация просмотров

- **Обоснование:** Рутинный процесс, не являющийся ядром экспертизы GoGlobe, но сильно влияющий на клиентский опыт.
- **Потенциальные риски:** Низкое качество подбора (формальное соответствие критериям), неэффективные просмотры, искажение информации об объектах, конфликт интересов.
- **Метрики и механизмы мотивации:**
  - **Метрики:** Match Rate (MR, % вариантов, соответствующих критериям; цель: >90%), Viewing Conversion Rate (VCR, % просмотров, вызвавших интерес; цель: >60%), Client Feedback Score (CFS, оценка качества подбора; цель: >4.5/5).
  - **Мотивация:** Оплата формируется из базового тарифа за каждый верифицированный вариант и бонусов за достижение целевых VCR и CFS. Предусмотрены штрафы за предоставление неактуальной информации. Контроль со стороны GoGlobe необходим для исключения конфликта интересов.

## 3. Базовая поддержка клиентов (Tier 1 Customer Support & FAQ)

- **Обоснование:** Снижение нагрузки на высококвалифицированных менеджеров за счет обработки типовых вопросов.

- **Потенциальные риски:** Предоставление неточной информации, долгое время ответа, отсутствие эмпатии, неполное протоколирование запросов.
- **Метрики и механизмы мотивации:**
  - **Метрики:** First Contact Resolution (FCR, % решенных при первом обращении; цель: >80%), Average Handle Time (AHT, среднее время обработки; цель: <5 мин), CSAT (оценка поддержки; цель: >4.7/5), Escalation Rate (ER, % эскалаций; цель: <15%).
  - **Мотивация:** Модель оплаты включает базовый тариф и премии за достижение целевых FCR и CSAT. Применяются штрафы за низкий CSAT и высокий ER. Предусмотрена мотивация за пополнение базы знаний.

#### **Общие риски аутсорсинга и методы их минимизации:**

1. **Потеря контроля:** Компенсируется жесткими SLA, регулярным мониторингом и использованием IT-систем GoGlobe для сквозного трекинга процессов.
2. **Коммуникационные барьеры:** Требуется единая платформа для взаимодействия и четкие протоколы эскалации.
3. **Утечка данных:** Ключевые меры безопасности включают сквозное шифрование, строгие политики доступа, регулярные аудиты и юридически обязывающие NDA.
4. **Снижение инноваций:** Необходим постоянный сбор обратной связи от аутсорсеров для выявления возможностей по улучшению процессов.
5. **Зависимость от провайдера:** Рекомендуется работа с несколькими провайдерами для каждого типа услуг для диверсификации рисков.

## **Вывод**

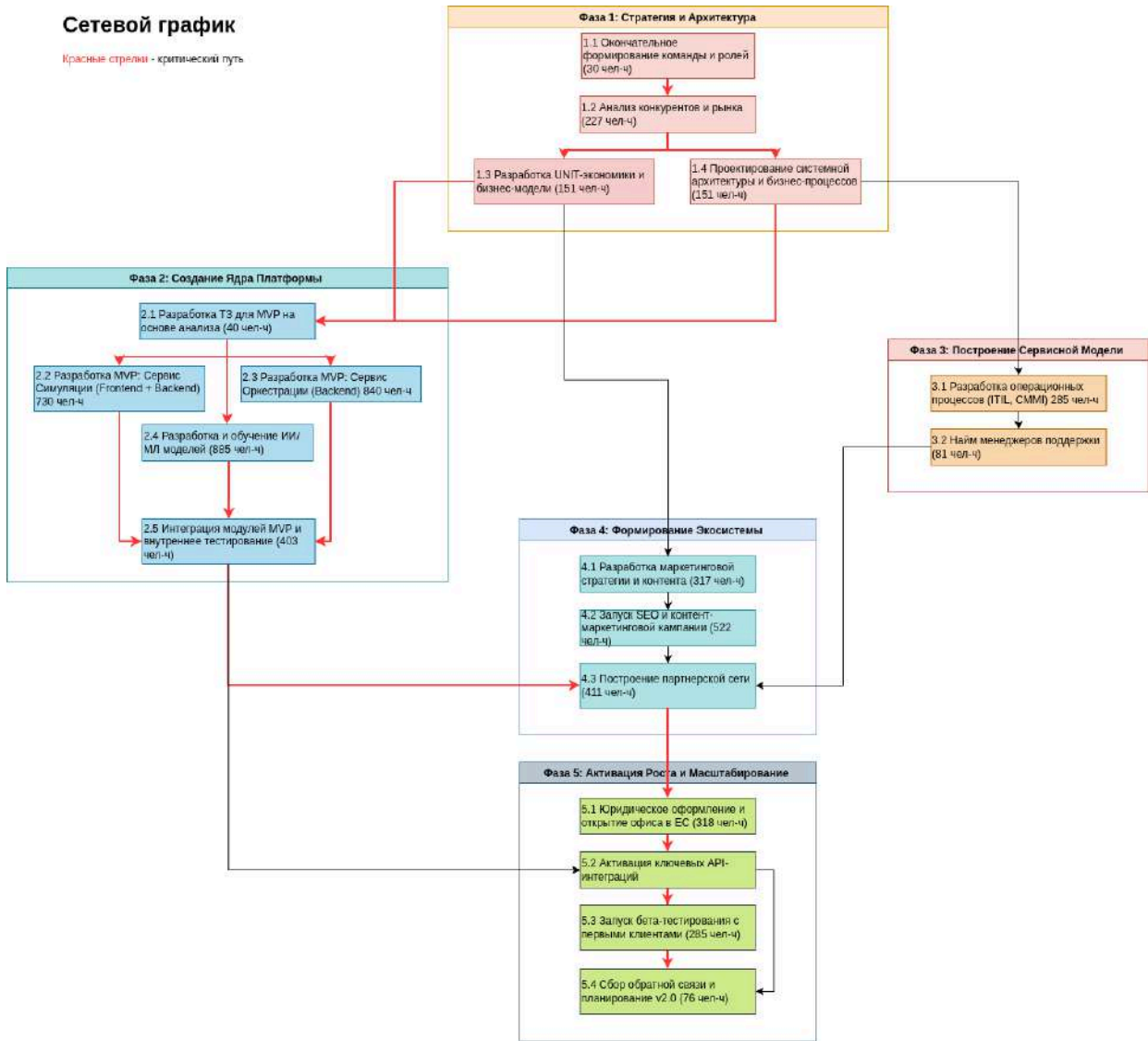
Выбранная для проекта GoGlobe матричная организационная структура является стратегическим решением, обусловленным необходимостью обеспечить гибкость в управлении сложными, многокомпонентными проектами релокации. Внутренняя организация сфокусирована на ключевых центрах компетенций (разработка продукта и AI, управление клиентскими проектами, юридическая экспертиза, развитие партнерской сети и маркетинг), которые формируют основную ценность и конкурентное преимущество компании.

Данная модель дополняется стратегией аутсорсинга стандартизированных и ресурсоемких функций, таких как переводы, первичный подбор жилья и базовая клиентская поддержка. Такой гибридный подход позволяет компании сконцентрировать

внутренние ресурсы на создании уникальной ценности (технологическая платформа, качество клиентского опыта), при одновременном снижении операционных издержек и повышении масштабируемости.

Для минимизации рисков, связанных с передачей функций внешним подрядчикам, вводится строгая система управления, основанная на четких соглашениях об уровне обслуживания (SLA), измеримых показателях качества (KPI) и сбалансированной мотивации. Это обеспечивает сохранение контроля над качеством конечной услуги, предоставляемой клиенту, и защищает репутацию бренда GoGlobe.

# Сетевой график



[draw.io](https://draw.io)

ID	Описание задания	Трудоемкость (чел.-ч)	Длительность (чел.-недели)
<b>1.0</b>	<b>Фаза 1: Стратегия и Архитектура</b>	<b>559</b>	<b>13.96</b>
1.1	Окончательное формирование команды и ролей	30	0.75
1.2	Анализ конкурентов и рынка	227	5.67
1.3	Разработка UNIT-экономики и бизнес-модели	151	3.77
1.4	Проектирование системной архитектуры	151	3.77
<b>2.0</b>	<b>Фаза 2: Создание Ядра Платформы</b>	<b>2 898</b>	<b>72.42</b>
2.1	Разработка ТЗ для MVP	40	1.0
2.2	Разработка MVP: Сервис Симуляции (Frontend + Backend)	730	18.25
2.3	Разработка MVP: Сервис Оркестрации (Backend)	840	21.0
2.4	Разработка и обучение ИИ/МЛ моделей	885	22.12
2.5	Интеграция модулей MVP и тестирование	403	10.07
<b>3.0</b>	<b>Фаза 3: Построение Сервисной Модели</b>	<b>366</b>	<b>9.4</b>
3.1	Разработка операционных процессов (ITIL, CMMI)	285	7.12



3.2	Найм менеджеров поддержки	81	2.02
<b>4.0</b>	<b>Фаза 4: Формирование Экосистемы</b>	<b>1250</b>	<b>31.24</b>
4.1	Разработка маркетинговой стратегии и контента	317	7.92
4.2	Запуск SEO и контент-маркетинговой кампании	522	13.05
4.3	Построение партнерской сети	411	10.27
<b>5.0</b>	<b>Фаза 5: Активация Роста и Масштабирование</b>	<b>679</b>	<b>16.97</b>
5.1	Юридическое оформление и открытие офиса в ЕС	318	7.95
5.2	Активация ключевых API-интеграций	(включено в 2.5)	(включено в 2.5)
5.3	Запуск бета-тестирования с первыми клиентами	285	7.12
5.4	Сбор обратной связи и планирование v2.0	76	1.9

Общая трудоёмкость проекта составляет 5 752 человеко-часа или 144 недели, если бы на проекте работал 1 человек и выполнял все задание последовательно

## Распараллеливание процессов и анализ критического пути

Критический путь представляет собой самую длинную непрерывную последовательность зависимых задач, определяющую минимально возможную продолжительность проекта.

На данном этапе анализируются зависимости между задачами и определяется минимально возможная продолжительность проекта за счет их параллельного выполнения, без изменения трудоемкости и численности команды на каждой задаче.

### Старт и развилка (Фаза 1)

Задачи 1.1 и 1.2 идут последовательно:  $0.75 \text{ нед.} + 5.67 \text{ нед.} = 6.42 \text{ нед.}$

Задачи 1.3 и 1.4 идут параллельно после 1.2. Их длительность: 3.77 нед.

Общая длительность Фазы 1:  $6.42 \text{ нед.} + 3.77 \text{ нед.} = 10.19 \text{ недели.}$

### Параллельные ветви проекта

- Технический путь (Фаза 2) — зависит от 1.3 и 1.4
  - Последовательность: 2.1 (1.0 нед.) → max(2.2, 2.3, 2.4) (22.12 нед.) → 2.5 (10.07 нед.).
  - Совокупная длительность фазы:  $1.0 + 22.12 + 10.07 = 33.19 \text{ недели.}$
  - Точка готовности MVP:  $10.19 \text{ нед. (Фаза 1)} + 33.19 \text{ нед. (Фаза 2)} = 43.38 \text{ недели.}$
- Маркетинговый путь (Фаза 4) — зависит от 1.3
  - Последовательность: 4.1 (7.92 нед.) → 4.2 (13.05 нед.).
  - Совокупная длительность:  $7.92 + 13.05 = 20.97 \text{ недели.}$
  - Готовность маркетинга (конец 4.2):  $10.19 + 20.97 = 31.16 \text{ недели.}$
- Операционный путь (Фаза 3) — зависит от 1.4
  - Последовательность: 3.1 (7.12 нед.) → 3.2 (2.02 нед.).
  - Совокупная длительность: 9.14 недели.
  - Готовность операционной модели:  $10.19 + 9.14 = 19.33 \text{ недели.}$

### Ключевая точка слияния — старт 4.3

Задача 4.3 "Построение партнёрской сети" требует готовности: MVP (43.38 нед.), маркетинга (31.16 нед.) и операционной модели (19.33 нед.).

- Старт возможен не ранее:  $\max(43.38, 31.16, 19.33) = 43.38 \text{ недели.}$
- Длительность 4.3: 10.27 недель.
- Завершение 4.3:  $43.38 + 10.27 = 53.65 \text{ недели.}$

Завершающий этап (Фаза 5)

- 5.1 (Юридическое оформление): Длительность 7.95 недель. Стартует после 4.3.
- 5.3 (Бета-тестирование): 7.12 недели. Стартует после 5.1.
- 5.4 (Сбор обратной связи): 1.9 недели. Стартует после 5.3.
- Итоговая длительность проекта по критическому пути:  $53.65 \text{ (до конца 4.3)} + 7.95 \text{ (5.1)} + 7.12 \text{ (5.3)} + 1.9 \text{ (5.4)} = 70.62 \text{ недели (~16.2 месяца).}$

Критический путь –  $1.1 \rightarrow 1.2 \rightarrow (1.3 \ \& \ 1.4) \rightarrow 2.1 \rightarrow (2.2 / 2.3 / 2.4) \rightarrow 2.5 \text{ (включая 5.2)} \rightarrow 4.3 \rightarrow 5.1 \rightarrow 5.3 \rightarrow 5.4$

## Анализ сжатия, оптимизация графика и определение состава команды

Анализ критического пути без оптимизации показал, что продолжительность проекта составляет 70.62 недели. Для сокращения общей длительности используется метод сжатия графика

### Методика расчёта реалистичной длительности

1. **Определяется номинальная (идеальная) длительность** после распределения задач между исполнителями по формуле:  
$$t_{\text{ном}} = \text{Трудоёмкость} / (\text{Количество исполнителей} \times 40 \text{ часов в неделю})$$
  
Это значение отражает теоретическую длительность при полной эффективности и отсутствии потерь.
2. **Вводится коэффициент эффективности (E)**, отражающий реальные накладные расходы на взаимодействие между участниками.  
Средние значения эффективности приняты по закону Брукса:
  - увеличение команды в 2 раза  $\rightarrow E = 0.8$ ;
  - в 3 раза  $\rightarrow E = 0.7$ ;
  - в 4 и 6  $\rightarrow E = 0.6$ .
  - В 8 и более  $\rightarrow E = 0.55$ .
3. **Реалистичная длительность** рассчитывается по формуле:  
$$t_{\text{реал}} = t_{\text{ном}} / E$$

### Анализ сжатия ключевых фрагментов проекта

Основными лимитирующими факторами являются продолжительность технической разработки (Фаза 2) и маркетинговых активностей (Фаза 4).

#### 1. Фаза 2 “Создание Ядра Платформы”

**Исходная длительность фазы:** 33.19 недель

**Что сжимаем:** связка 2.1  $\rightarrow$  (2.2, 2.3, 2.4 выполняются параллельно)  $\rightarrow$  2.5

##### Метод сжатия:

- создание трёх параллельных рабочих групп (по 2 специалиста в каждой) для задач 2.2, 2.3, 2.4;
- объединение всех 6 специалистов на задаче 2.5 для интеграции и тестирования.

##### Расчёт номинальной длительности:

- 2.1:  $40 / (2 \times 40) = 0.5$  недели
- 2.2:  $730 / (2 \times 40) = 9.1$  недели
- 2.3:  $840 / (2 \times 40) = 10.5$  недели
- 2.4:  $885 / (2 \times 40) = 11.0$  недель
- 2.5:  $403 / (6 \times 40) = 2.6$  недель

**Итог по номинальному расчёту:** 14.1 недели  
**Коэффициент сжатия по формуле:**  $(33.19 - 14.1) / 33.19 = 57.5 \%$

Однако, с учётом снижения эффективности по Бруксу ( $E = 0.55$ ),  
реалистичная длительность составит:  
 $t_{\text{реал}} = 14.1 / 0.55 = 18.2$  недель

**Результат:**  
Фаза 2 сжата с 33.19 до 18.2 недель.  
Выполняется силами 6 специалистов (2 инженера-основателя и 4 нанятых разработчика).

**2. Фаза 4 “Формирование экосистемы”**  
**Исходная длительность фазы:** 20.97 недель  
**Что сжимаем:** последовательность 4.1 → 4.2  
**Метод сжатия:** увеличение команды до 4 специалистов маркетингового блока (контент, SEO, PMM и аналитика)

**Расчёт номинальной длительности:**  
4.1:  $317 / (4 \times 40) = 1.98$  недели  
4.2:  $522 / (4 \times 40) = 3.26$  недели  
**Итог по номинальному расчёту:** 5.24 недели

**Коэффициент сжатия по формуле:**  $(20.97 - 5.24) / 20.97 = 75 \%$   
С учётом коэффициента эффективности  $E = 0.6$ :  
 $t_{\text{реал}} = 5.24 / 0.6 = 8.7$  недель

**Результат:**  
Фаза 4 сокращается с 20.97 до 9.5 недель при сохранении исходного объёма работ.

ID	Описание задания	Трудоёмкость, чел-ч	Команда, чел.	Коэфф. эффективности E	Реалистичная длительность, нед.
----	------------------	---------------------	---------------	------------------------	---------------------------------

1.0	Фаза 1 – Стратегия и архитектура	559	—	—	4,66 (1.3 и 1.4 параллельны)
1.1	Окончательное формирование команды и распределение ролей	30	4	0,60	0,31
1.2	Анализ конкурентов, рынка и целевых сегментов	227	4	0,60	2,36
1.3	Разработка UNIT-экономики и бизнес-модели продукта	151	2	0,80	2,36
1.4	Проектирование системной архитектуры приложения	151	2	0,80	2,36
2.0	Фаза 2 – Создание ядра платформы	2 898	6	0,55 (интегральный)	18,20
2.1	Разработка технического задания для MVP	40	2	0,55	1,45
2.2	MVP: Сервис симуляции (Frontend + Backend)	730	2	0,55	11,41 → входит в общую оценку фазы
2.3	MVP: Сервис оркестрации (Backend)	840	2	0,55	13,13 → входит в общую оценку фазы
2.4	Разработка и обучение ИИ/ML моделей	885	2	0,55	13,83 → входит в общую оценку фазы

2.5	Интеграция модулей и тестирование MVP	403	6	0,55	2,80 → <i>входит в общую оценку фазы</i>
4.0	Фаза 4 – Формирование экосистемы (критическая задача)	411	6	0,60	2,85
4.3	Построение партнёрской сети и каналов дистрибуции	411	6	0,60	2,85
5.0	Фаза 5 – Активация роста и масштабирование	679	—	—	4,62
5.1	Юридическое оформление и открытие офиса в ЕС	318	6	0,60	2,21
5.3	Запуск бета-тестирования с первыми клиентами	285	8	0,55	1,62
5.4	Сбор обратной связи и планирование версии v2.0	76	4	0,60	0,79

Фаза 1 (4,66) + Фаза 2 (18,20) + 4.3 (2,85) + 5.1 (2,21) + 5.3 (1,62) + 5.4 (0,79)  
= 30,33 чел-недели ≈ 6,9 месяца.



## Расчет затрат

Для реализации проекта нам потребуется нанять 8 сотрудников. Данные возьмем с помощью калькулятора зарплат [Хабр Карьера](#):

- **Backend Developer (2)** -  $\$2891 * 2 = \$5782$
- **Frontend Developer** -  $\$2214$
- **ML Engineer** -  $\$4244$
- **Product Marketing Manager** -  $\$1845$
- **Partner / Channel Manager** -  $\$2100$
- **Customer Success Lead** -  $\$1700$
- **Штатный Юрист** -  $1476\$$

$\$5782 + \$2214 + \$4244 + \$1845 + \$2100 + \$1700 + \$1476 = \$19361$  - расход только на зарплаты в месяц

$30,33 \text{ чел-недели} \approx 6,9 \text{ календарных месяцев (округлим)} = 7 \text{ месяцев}$

$\$19361 * 7 = \$135527$  – общий расход

## Вывод

В результате построения сетевого графика и оптимизации за счёт перераспределения ресурсов удалось существенно сократить общую длительность проекта.

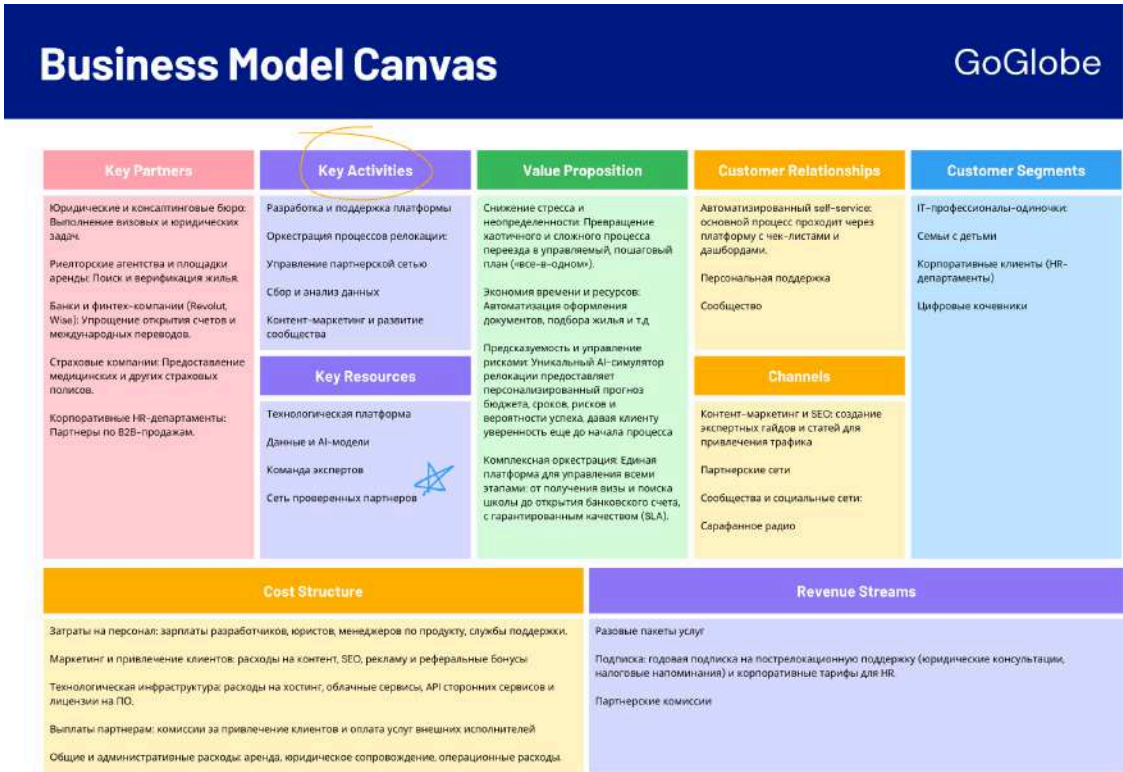
Если первоначальный расчёт без сжатия составлял **70,62 недели**, то после оптимизации и привлечения **12 специалистов (4 основателя 8 наймов)** реалистичная длительность проекта по критическому пути снизилась до **30,33 недель**, что эквивалентно примерно **7 месяцам работы**.

Стоимость разработки: \$135527

Сокращение сроков достигнуто за счёт параллельного выполнения задач, повышения производительности команд и применения метода сжатия графика без изменения общей трудоёмкости проекта.

# Business Model Canvas

Ссылка



## Вывод

GoGlobe позиционирует себя не как агрегатор информации, а как полноценная операционная система для релокации, которая берет на себя полное управление процессом от планирования до финальной адаптации.

Модель строится на трех китах:

- Уникальное ценностное предложение:** В основе лежит связка двух ключевых компонентов:
  - AI-симулятор релокации: Это «умная воронка», которая привлекает клиентов, превращая их страх и неопределенность в конкретный, персонализированный план с прогнозом бюджета и рисков



- Сервис оркестрации: Это ядро монетизации и исполнительный механизм, который реализует созданный план, координируя всех партнеров.
- 2. **Стратегический актив в виде данных.** Главное конкурентное преимущество – создание не копируемого актива из данных. Каждый клиентский кейс обогащает AI-модели, делая прогнозы точнее и процессы – эффективнее.
- 3. **Коммерческая устойчивость:** Бизнес-модель финансово жизнеспособна. Она нацелена на высокоценные клиентские сегменты, имеет источники дохода (пакеты услуг, подписки, партнерские комиссии) и демонстрирует здоровую юнит-экономику

# Анализ рисков

Таблица рисков

Риск	Описание риска	Вероятность (1-5)	Тяжесть (1-5)	Стратегия предупреждения	План ликвидации последствий	Стоимость предупреждения (USD)	Стоимость ликвидации (USD)
Продуктовые риски							
Несоответствие продукта рынку	Создание продукта, который не решает реальные проблемы пользователей или делает это неэффективно.	3	5	Глубинные интервью с целевой аудиторией, A/B-тестирование, запуск MVP для ранней обратной связи.	Быстрая итерация продукта на основе обратной связи, смена позиционирования	5,000	25,000
Сложность пользования продуктом	Продукт слишком сложен для понимания и использования, что отталкивает	3	3	Фокус на интуитивно понятном UX/UI, онборди	Упрощение интерфейса, добавление интерактивн	8,000	15,000

	потенциальных клиентов.			нг и обучающ ие материа лы.	ых подсказок.		
Технологиче ские риски	Сбои в работе платформы, проблемы с масштабируемо стью, уязвимости в безопасности.	3	5	Выбор надежно го технолог ического стека, регулярн ое тестиров ание, привлече ние опытных разработ чиков.	План аварийного восстановле ния, команда быстрого реагировани я.	12,000	50,000
Рыночные риски							
Высокая конкуренция	Появление сильных конкурентов с аналогичными или более совершенными продуктами.	4	4	Создани е уникальн ого ценностн ого предлож ения,	Анализ конкурентов, адаптация стратегии, акцент на сильных сторонах.	10,000	30,000

				фокус на нишевых сегментах, сильный бренд.			
Изменение законодательства	Изменения в иммиграционном или налоговом законодательстве, влияющие на процесс релокации.	4	5	Постоянный мониторинг законодательства, юридическая экспертиза.	Оперативное обновление платформы, информирование пользователей.	7,000	20,000
Финансовые риски							
Недостаток финансирования	Преждевременное исчерпание инвестиционных средств до выхода на самоокупаемость.	4	5	Тщательное финансовое планирование, поиск нескольких источников	Сокращение расходов, поиск дополнительных инвестиций, запуск краудфандинговой кампании.	20,000	90,000

				финанси рования.			
Ошибки в ценообразова нии	Неправильно установленная цена, которая не покрывает расходы или отпугивает клиентов.	3	4	Анализ цен конкурен тов, исследов ание готовнос ти клиентов платить.	Гибкая ценовая политика, введение разных тарифных планов.	4,000	10,000
Командные риски							
Недостаток ключевых компетенций	Отсутствие в команде специалистов с необходимыми навыками.	3	4	Тщатель ный подбор персона ла, привлече ние консульт антов.	Обучение сотрудников, аутсорсинг.	6,000	18,000
Конфликты в команде	Разногласия между основателями	2	5	Четкое распред деление ролей и ответств	Медиация, привлечение внешнего	2,000	15,000

	или ключевыми сотрудниками.			енности, регулярные встречи для обсуждения проблем.	консультанта .		
Операционные риски							
Проблемы с партнерами	Ненадежные или некачественные услуги от партнеров (юристов, риелторов и т.д.).	3	4	Тщательный отбор и проверка партнеров, четкие SLA. Наличие одновременно нескольких партнеров	Быстрая замена партнера, компенсация клиенту.	5,000	12,000

Эта таблица – список потенциальных проблем и инструмент для приоритизации внимания и ресурсов. Риски сгруппированы по своей природе:

- Продуктовые риски являются ключевыми, поскольку GoGlobe предлагает новый, сложный сервис. Главная опасность здесь – создать технологически совершенный продукт, который окажется невостребованным для целевой аудитории.
- Рыночные риски отражают внешнюю среду. Релокация – это динамичная сфера, сильно зависящая от геополитики и законодательства. Игнорирование данного вопроса создает риски для устойчивости бизнеса

- Финансовые риски – это экзистенциальная угроза для любого стартапа, поэтому этому блоку присвоены высокая вероятность и тяжесть.
- Командные и операционные риски связаны с исполнением. Идеальная идея и стратегия могут быть разрушены внутренними конфликтами или некачественной работой партнеров, от которых напрямую зависит клиентский опыт.

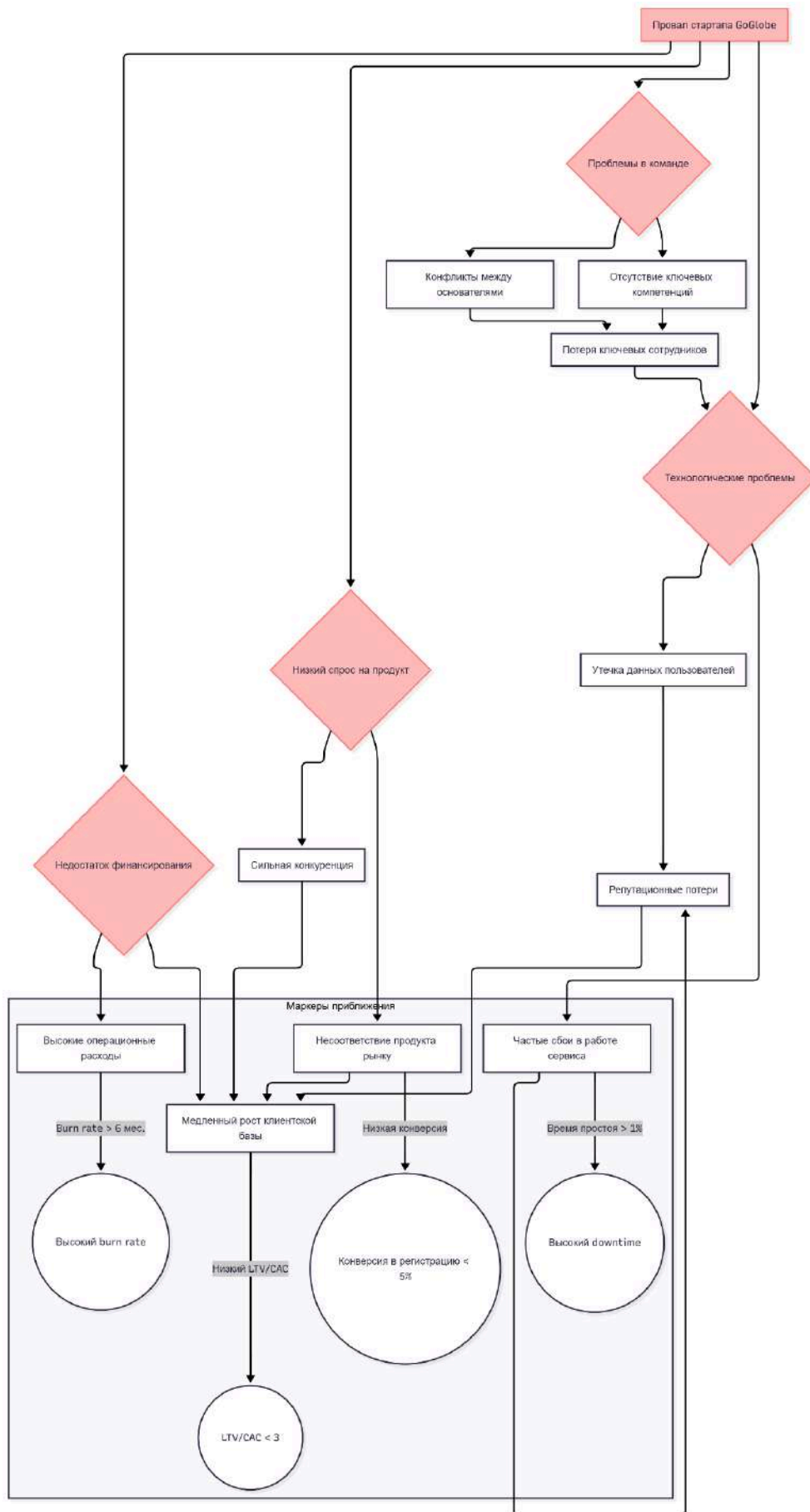
Оценки вероятности и тяжести даны исходя из специфики проекта: высокая зависимость от внешних данных (законы, API), сложный B2C/B2B-продукт и необходимость в значительном стартовом капитале.

### **Выводы из таблицы**

- 1) Наиболее критические риски: самую высокую угрозу представляют недостаток финансирования и несоответствие продукта рынку. Это риски, которые могут уничтожить компанию на раннем этапе. Именно на их предупреждение должны быть направлены основные усилия: постоянное общение с пользователями и строгий финансовый контроль.
- 2) Менее вероятные риски: риски, такие как технологические проблемы и изменение законодательства, имеют умеренную вероятность, но высокую тяжесть последствий. Это означает, что нужно заранее выстраивать надежную архитектуру и процессы мониторинга, чтобы внезапный сбой или новый закон не парализовали весь бизнес.
- 3) Управляемые риски: проблемы с конкуренцией, ценообразованием и партнерами имеют высокие оценки, но они более предсказуемы и управляемы. Здесь подход – гибкость, постоянный анализ рынка и выстраивание прочных партнерских отношений.

### **Дерево рисков**

Дерево рисков визуализирует, как одна проблема может повлечь за собой другую, создавая "эффект домино", который в итоге приводит к провалу проекта.





Это дерево показывает причинно-следственные связи.

- Корень (Провал стартапа) – это конечный результат, которого мы стремимся избежать.
- Основные ветви (Финансирование, Спрос, Технологии, Команда) – это четыре фундаментальных столпа, на которых держится проект. Проблема в любом из них запускает негативный сценарий.
- Каскадные влияния – это самое важное в этой схеме. Она показывает, что проблемы не изолированы. Например, Проблемы в команде ведут к Потере сотрудников, что может вызвать Технологические проблемы. Технологические сбои, в свою очередь, приводят к Репутационным потерям, что напрямую влияет на Низкий спрос, усугубляя финансовые трудности.
- Маркеры приближения – это наша система раннего оповещения. Это конкретные, измеримые метрики (KPI), которые начинают ухудшаться задолго до того, как наступит катастрофа. Отслеживая их, мы можем реагировать на ранних этапах


### **Выводы из дерева рисков**

- 1) Взаимосвязанность – ключ к пониманию: Главный вывод – риски тесно переплетены. Нельзя решать проблему "низкого спроса", не обращая внимания на "стабильность работы сервиса" или "атмосферу в команде". Требуется комплексный подход.
- 2) Важность опережающих индикаторов: Успешное управление рисками – это не решение проблем, а их предотвращение. Блок "Маркеры приближения" определяет самые важные метрики для регулярного мониторинга. Создание дашборда с этими показателями (LTV/CAC, burn rate, конверсия, downtime) должно стать приоритетом для руководства.
- 3) Фокус на корневых причинах: Дерево помогает не бороться с последствиями, а выявлять первопричины. Если видно, что растёт отток клиентов, нужно не просто усиливать маркетинг, а проверить всю цепочку: от стабильности работы платформы до качества работы партнеров.

# Ссылки

## Командная ретроспектива

Командная ретроспектива 23.09.2025


 Retro(24.09)

Видео:

[Часть первая](#)

[Часть вторая](#)


Командная ретроспектива 02.10.2025

 Retro (2.10)

Видео:

[Retro\(2.10\)](#)

## One-on-one

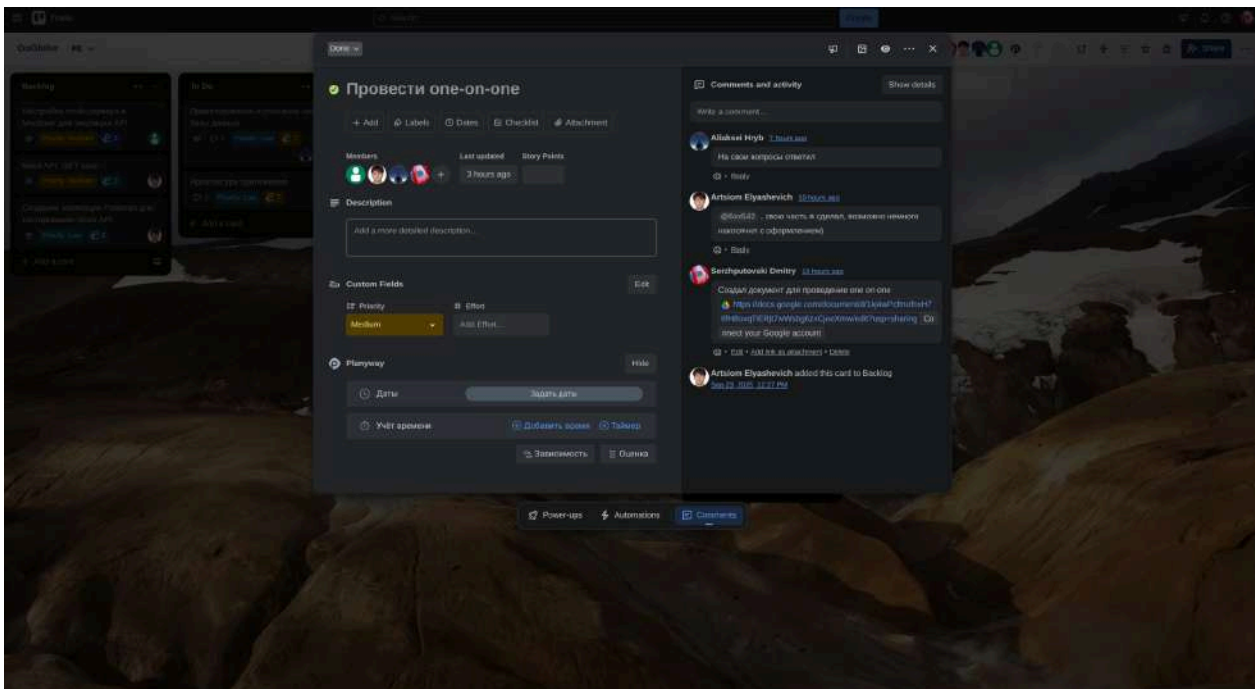
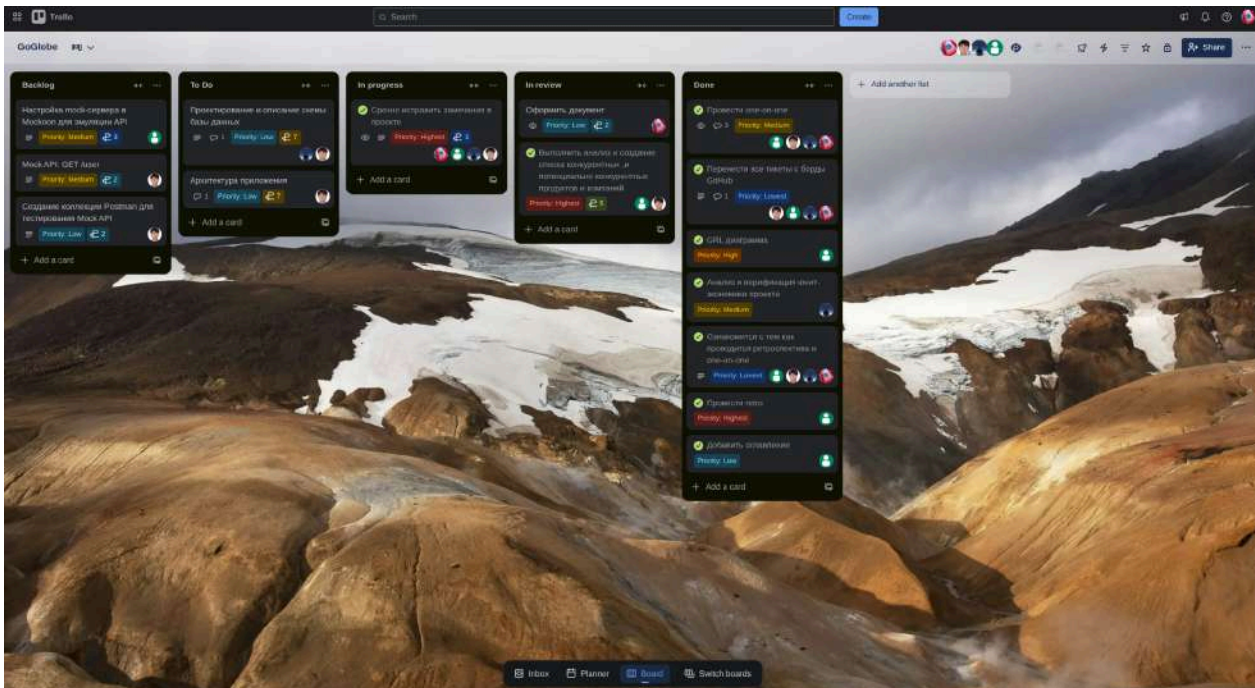
 One-on-one(Поехали) Сентябрь

## Meeting notes

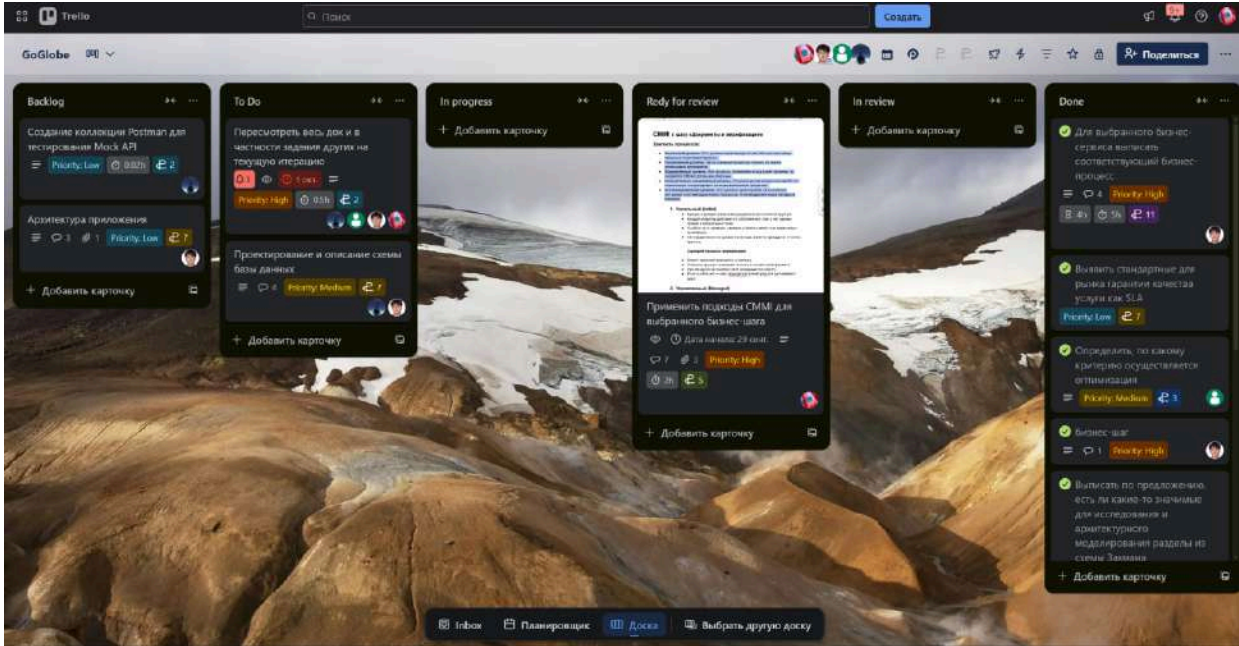
 [Meeting notes GoGlobe \(october\)](#)

## Трелло

Доска Трелло(24.09)




Доска Трелло(02.10)





+ Add    🏷 Labels    📅 Dates    ☑ Checklist    📎 Attachment

 + just now 11

## Edit

[Planyway Data - do not delete this link](#)

Hide

8 Estimation 4 hours

30m	Oct 01		1h 00m	
3	Sep 29		1h 00m	
3	Sep 28		3h 00m	

Dependency Estimation

Hide details

Artsiom Elyashevich [Oct 1, 2025, 1:07 PM](#)

Для бизнес процесса для сервиса симуляции:  
Data Enrichment Success Rate -  $\geq 90\%$  - Успешность  
автозаполнения из внешних источников

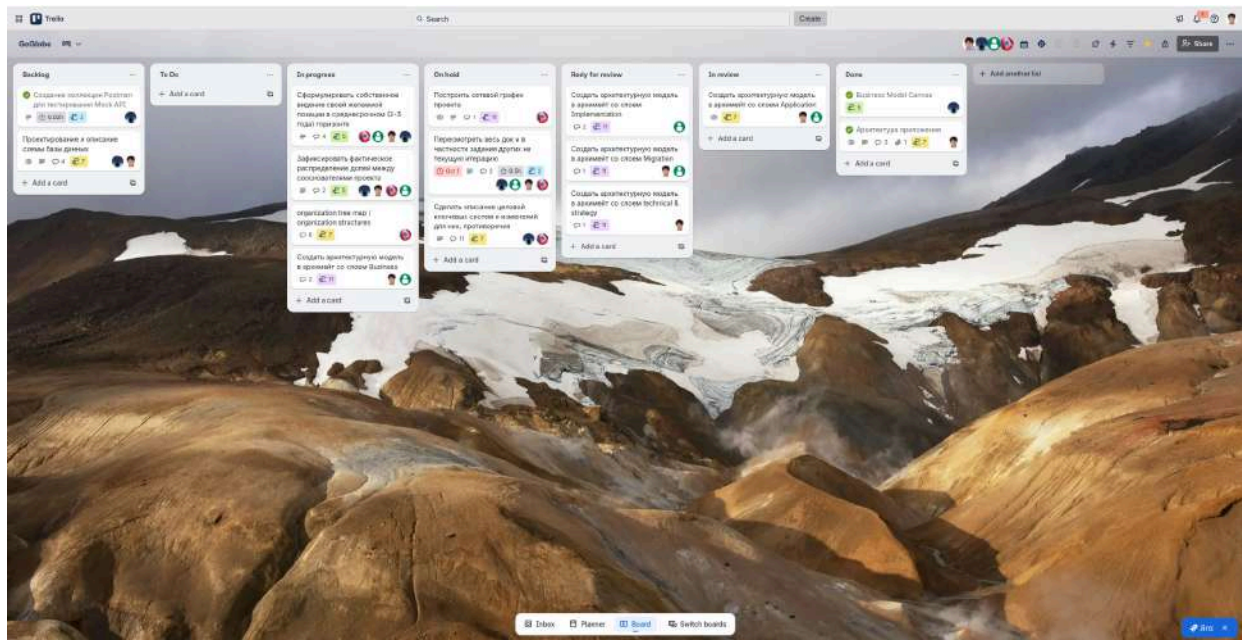
 Жигаревич Надежда [Oct 1, 2025, 12:51 PM](#) (edited)

 Artsiom Elyashevich [Sep 29, 2025, 1:06 PM](#) (edited)

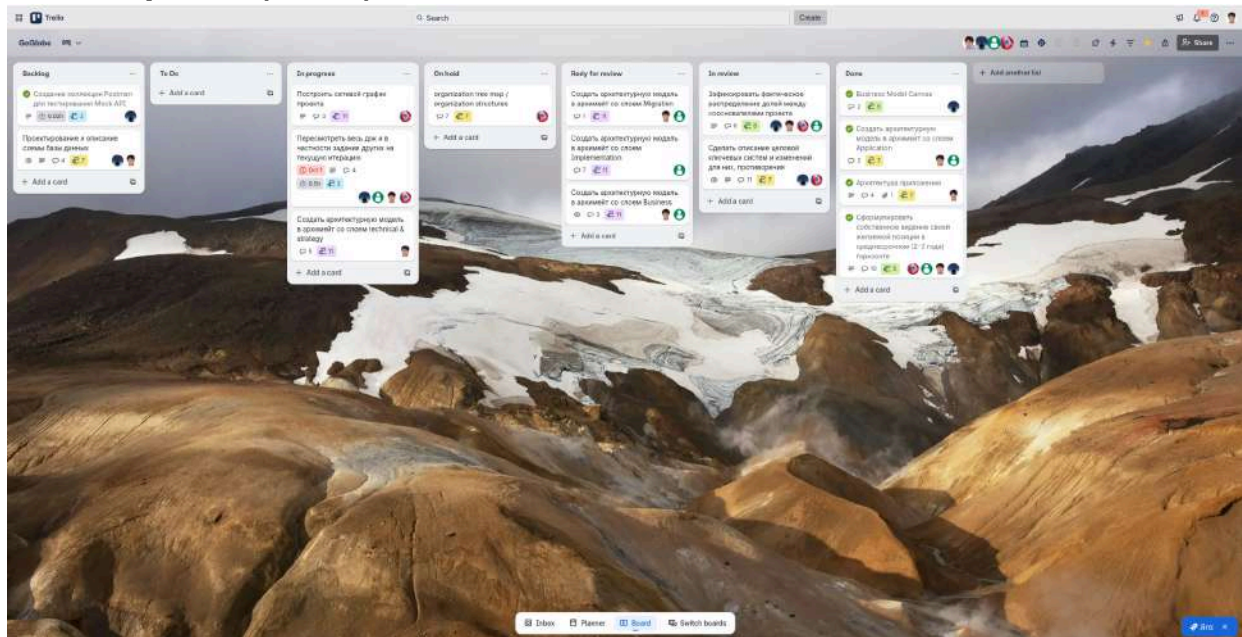
Отрефакторил (убрал английские слова, расписал некоторые моменты)



Доска Трелло(11.10)



Доска Трелло(12.10)



Доска Трелло(14.10)

