

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Факультет компьютерных наук

Кафедра программирования и информационных технологий

Предпроектное исследование для приложения Lawly

Зав. кафедрой _____ к.т.н., доцент Д.Н.Борисов

Руководитель _____ ст. преподаватель В.С.Тарасов

Воронеж 2025

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Обучающийся	_____	ст. 3 курса Г.А.Григорян
Обучающийся	_____	ст. 3 курса И.С.Лесных
Обучающийся	_____	ст. 3 курса Е.Р.Пауликайте
Обучающийся	_____	ст. 3 курса Д.В.Подповетный
Обучающийся	_____	ст. 3 курса А.А.Шаталова

Содержание

Содержание	3
1 Анализ конкурентов. SWOT-анализ Lawly.....	5
1.1 Strengths (Сильные стороны)	5
1.2 Weaknesses (Слабые стороны)	5
1.3 Opportunities (Возможности).....	5
1.4 Threats (Угрозы)	6
2 Бенчмаркинг конкурентов.....	7
2.1 Российские конкуренты и аналоги.....	7
2.1.1 FreshDoc (freshdoc.ru).....	7
2.1.2 КонсультантПлюс (consultant.ru)	7
2.1.3 Гарант (garant.ru)	8
2.1.4 Правовед.ru	9
2.2 Международные аналоги	10
2.2.1 Rocket Lawyer (США)	10
2.2.2 LegalZoom (США)	11
2.2.3 Другие аналоги	12
2.3 Сравнение функционала, стоимости и качества.....	12
3 Целевая аудитория и рынок	15
3.1 Портрет целевой аудитории.....	15
3.2 Ключевые боли пользователей и текущие способы решения	16
3.3 Оценка рынка (SAM/SOM) для России	19
4 Финансовая модель	23
4.1 Подписка как основной вариант монетизации	23
4.2 Unit-экономика.....	24

4.3	Прогноз P&L и расчет ROI через 3 года.....	27
5	Дорожная карта разработки (roadmap) на 6–12 месяцев	30

1 Анализ конкурентов. SWOT-анализ Lawly

1.1 Strengths (Сильные стороны)

Lawly объединяет в одном приложении два ключевых сервиса – конструктор юридических документов и консультации. Использование ИИ (чат-бота) позволяет быстро получать ответы на типовые вопросы и генерировать черновики документов без участия юриста, экономя время и деньги пользователей. Кроме того, планируется возможность проверки документов реальным юристом, что повышает доверие к качеству результата. Такой гибридный подход (ИИ + человек) – конкурентное преимущество, позволяющее покрыть широкий спектр потребностей. Lawly ориентирован на массового пользователя, поэтому предполагается простой и дружелюбный интерфейс, понятный не юристам. В сравнении с традиционными юридическими услугами или громоздкими справочными системами, Lawly может выделяться удобством и доступной ценой.

1.2 Weaknesses (Слабые стороны)

Как новый продукт, Lawly не имеет узнаваемого бренда и доверия аудитории. Пользователи могут скептически относиться к качеству юридических консультаций от ИИ или шаблонов документов, опасаясь ошибок. Для запуска потребуются значительная работа по наполнению базы документов, обучению ИИ на правовых данных и привлечению квалифицированных юристов для проверки – это ресурсозатратно. Возможна неполнота покрытия всех правовых тем на старте (ограниченный перечень шаблонов, сферы права для консультаций), что сужает аудиторию. Также есть риск, что ИИ-ответы могут быть неточными или не учитывать нюансов законодательства, что чревато юридическими последствиями. Наконец, необходимо обеспечить конфиденциальность данных пользователей и юридическую ответственность сервиса – без правильных правовых disclaimers Lawly может столкнуться с претензиями.

1.3 Opportunities (Возможности)

Рынок LegalTech в России развивается, и все больше людей готовы решать юридические вопросы онлайн. У Lawly есть шанс занять нишу сервиса “первой помощи” в правовых вопросах для широких слоев населения, кто раньше либо никак не обслуживался, либо искал ответы в интернете. Возможна интеграция с государственными порталами и сервисами (например, возможность подать документы через Госуслуги), что сделает продукт более ценным. Также есть перспектива B2B-рынка: небольшие бизнесы, у которых нет штатного юриста, могли бы пользоваться Lawly для типовых задач (трудовые договоры, коммерческие контракты) по подписке. В долгосрочной перспективе Lawly может масштабироваться, добавляя новые разделы (налоги, нотариат, суды) или выходя на рынки СНГ. Международный опыт (Rocket Lawyer, LegalZoom) показывает высокий спрос на подобные услуги, что подтверждает потенциал роста Lawly и интерес инвесторов к LegalTech.

1.4 Threats (Угрозы)

На российском рынке уже есть сильные игроки: например, Правовед.ru обладает многомиллионной аудиторией и крупнейшей сетью юристов. Также существуют специализированные сервисы – конструкторы документов (FreshDoc и др.), справочно-правовые системы (КонсультантПлюс, Гарант) – которые могут расширить функциональность и перетянуть аудиторию. Возможен выход на этот сегмент крупных IT-компаний или банков (Сбербанк, Яндекс), обладающих ресурсами и клиентской базой. К примеру, компания **Правовед.ру** уже внедрила собственного робота-юриста на базе нейросети в сфере защиты прав потребителей, и продолжает автоматизировать консультации – конкуренты не стоят на месте. Кроме того, доверие пользователей – хрупкий фактор: один скандальный случай некорректного совета ИИ или сбоя может сильно ударить по репутации Lawly. Нельзя исключать и изменения в законодательстве: ужесточение требований к онлайн-консультациям или регулирование использования ИИ в юридической практике могут осложнить работу сервиса.

2 Бенчмаркинг конкурентов

2.1 Российские конкуренты и аналоги

2.1.1 FreshDoc (freshdoc.ru)

Онлайн-конструктор документов, позиционируемый как “личный робот-юрист” для бизнеса и частных лиц. Позволяет быстро составить юридически грамотные документы по готовым шаблонам, задавая пользователю вопросы и автоматически формируя текст договора либо заявления. В базе FreshDoc более **1400 вариативных шаблонов документов** для бизнеса и персональных нужд – от типовых договоров купли-продажи и аренды до кадровых документов и исковых заявлений. Сервис популярен: ему доверяют свыше **1 400 000 пользователей**. Монетизация – подписка: доступ к конструктору предоставляется на платной основе. Стоимость зависит от тарифа: например, безлимитный доступ к документам возможен **от ~650 руб/мес** при длительной подписке (базовый тариф для одного пользователя на короткий срок стоит дороже, порядка 2000–2700 руб/мес). FreshDoc ориентирован преимущественно на **самостоятельную работу пользователя** – консультаций юриста как таковых не предлагает, однако обеспечивает актуальность шаблонов и легкость заполнения. Интерфейс достаточно удобный: пользователь выбирает шаблон, отвечает на пошаговые вопросы, после чего получает готовый документ в Word/PDF. Сильная сторона FreshDoc – большая база документов и интеграция с бухгалтерскими/деловыми процессами (есть даже интеграция с 1С и др. в версиях для бизнеса). К недостаткам можно отнести отсутствие живых консультаций и узкую направленность: сложные или нестандартные ситуации FreshDoc не решит, потребуется юрист. Для Lawly FreshDoc – важный ориентир по функционалу документов: Lawly может конкурировать, предложив более низкую цену для физлиц и добавив консультации (чего нет у FreshDoc).

2.1.2 КонсультантПлюс (consultant.ru)

Крупнейшая российская справочно-правовая система (СПС), существующая с 1990-х годов. Это не столько сервис для конечных пользователей, сколько инструмент для юристов, бухгалтеров и организаций. КонсультантПлюс содержит **полные тексты законов, кодексов, нормативных актов**, судебной практики, а также энциклопедии, комментарии и образцы документов. Например, система включает банков данных “Формы документов” или “Деловые бумаги” с типовыми бланками и образцами договоров. Однако основная ценность – именно поиск по законодательству и аналитическая информация. Интерфейс системы сложноват для неподготовленного человека: требуется знание юридических терминов для поиска, умение фильтровать документы. **Стоимость** профессиональной версии высокая (как правило, корпоративная лицензия на региональный комплект КонсультантПлюс обходится в десятки тысяч рублей в год). Есть бесплатный онлайн-доступ к базовой версии, где можно найти тексты кодексов и популярных законов, но расширенные возможности и образцы документов – только для платных клиентов. КонсультантПлюс **не предоставляет персональных консультаций**; пользователь сам ищет информацию. Для Lawly КонсультантПлюс не прямой конкурент по целевой аудитории (рядовой гражданин вряд ли будет покупать СПС), однако многие потенциальные пользователи сейчас пытаются решать проблемы именно через поиск информации (в том числе на consultant.ru). Lawly может выиграть за счет упрощения: вместо самостоятельного изучения законов – получить готовый ответ или документ.

2.1.3 Гарант (garant.ru)

Аналогична КонсультантПлюс по характеру – справочно-правовая система. Немного меньшая доля рынка, но похожий набор функций: база нормативных актов, судебной практики, формы документов, аналитика. Гарант также ориентирован на профессионалов, предлагается по подписке. Существенных отличий для конечного пользователя между Консультантом и Гарантом немного: разница в интерфейсе и некоторых дополнительных

сервисах. Например, у Гаранта есть сервис “Гарант.Консалтинг” – возможность задать вопрос эксперту, но это, как правило, доступно корпоративным клиентам и по отдельной оплате. В контексте Lawly, Гарант представляет ту же категорию “традиционных” решений, конкурируя скорее на уровне **способа решения проблемы**: либо человек сам ищет ответы в СПС, либо обращается к новому сервису вроде Lawly. Вероятно, **удобство интерфейса** Lawly и наличие готовых шаблонов/консультаций станут сильным отличием, поскольку интерфейсы СПС для массового пользователя избыточны и сложны.

2.1.4 Правовед.ru

онлайн-маркетплейс юридических услуг, запущенный в 2012 году по модели американских LegalZoom и Rocket Lawyer. Является крупнейшим в Рунете сайтом для получения **юридической консультации онлайн**. Схема работы: пользователь задает вопрос на платформе, его видят сотни профессиональных юристов со всей России, и те могут дать ответ. Существуют бесплатные вопросы (юристы отвечают добровольно для повышения рейтинга) и платные – с гарантированным быстрым ответом. Правовед.ru зарабатывает комиссией 30–35% с оплаты, которую клиент делает юристу за консультацию. По состоянию на 2017 год аудитория составляла более **1,3 млн клиентов**, которые задали около **1,5 млн консультаций**; к 2023 году число пользователей еще выросло (сам сервис заявляет о “многомиллионной” аудитории). Помимо формата Q&A, на Правовед.ru можно заказать дополнительные услуги: разбор документов, подготовку искового заявления, телефонную консультацию и пр. Стоимость различных услуг варьируется (например, краткий письменный ответ может стоить условно 500–1000 руб., более сложные консультации или составление документа – несколько тысяч рублей). **Качество консультаций** зависит от конкретного юриста, но благодаря рейтинговой системе и конкуренции ответы обычно развернутые и по существу. В 2018 году Правовед.ru внедрил собственного чат-бота “**Фёдор Нейронов**” – ИИ, обученный на базе 100k

реальных консультаций, который бесплатно консультирует по вопросам защиты прав потребителей. Этот робот-юрист способен понимать проблему и предлагать решение (ограниченно, в рамках своего направления). Таким образом, Правовед.ru – прямой конкурент Lawly в части **консультаций**. Преимущества Правоведа: большая сеть юристов (покрывающая практически все регионы и отрасли права), накопленный контент (можно искать похожие вопросы), репутация. Недостатки с точки зрения пользователя: итоговую услугу оказывают люди, поэтому время ответа может быть от минут до часов, нет единого стандарта стиля ответа, и для комплексных решений может потребоваться дальнейшее личное общение с юристом. Также цены на индивидуальные услуги все же заметно ниже, чем при обращении в традиционную фирму, но могут накапливаться. Lawly, имея AI-чат и встроенные шаблоны, может конкурировать как более **быстрая и дешевая альтернатива** для типичных ситуаций. Однако по сложным вопросам Lawly, вероятно, будет уступать, и тогда целесообразно сотрудничать, а не конкурировать с подобными площадками (например, перенаправлять пользователей к юристам-партнерам для сложных кейсов).

2.2 Международные аналоги

2.2.1 Rocket Lawyer (США)

Один из самых известных LegalTech-сервисов в мире, основан в 2008 г. Предлагает комплекс онлайн-услуг для малого бизнеса и физических лиц: **генерация юридических документов** по шаблонам (с интерактивным опросником, как в FreshDoc), электронная подпись документов, а также консультации с лицензированными юристами. Модель монетизации – **подписка**: членство стоит порядка \$39,99 в месяц (при годовой оплате дешевле), что дает **неограниченный доступ к документам** и возможность консультироваться с юристами. В рамках подписки Rocket Lawyer предоставляет, например, одну бесплатную консультацию с адвокатом по каждому новому юридическому вопросу и значительные скидки, если нужен официальный представитель в суде или дополнительные услуги. Функционал

включает также проверку документов юристом и даже услуги по регистрации бизнеса. Сильные стороны: “one-stop-shop” для большинства правовых задач, удобный интерфейс, проверенное качество документов (шаблоны подготовлены юристами под законы штатов США). **Качество консультаций** высокое, так как в сети Rocket Lawyer состоят профессиональные юристы. Limitations: сервис ориентирован на законы США/Великобритании (для РФ не применим напрямую), и сравнительно высокая цена – однако она оправдана объемом услуг. Для Lawly Rocket Lawyer служит ориентиром бизнес-модели подписки и подтверждает платежеспособность спроса (миллионы пользователей в США готовы платить ~\$40 ежемесячно за удобство и уверенность в правовых вопросах).

2.2.2 LegalZoom (США)

Крупнейший онлайн-сервис юридических услуг для малого бизнеса и частных лиц, работает с 2001 г. Основной фокус – **подготовка юридических документов и сопровождение юридических процедур**. LegalZoom известен, в частности, услугами по регистрации компаний (LLC, Inc), оформлению завещаний и доверенностей, подаче заявок на торговые марки и пр. Модель оплаты чаще **пофиксная за услугу**: клиент платит за конкретный документ или сервис (например, ~\$100 за базовое завещание) и получает результат, с возможностью дополнительных опций (нотариальное заверение, экспресс-доставка, консультация юриста – за доплату). Также у LegalZoom есть **подписочные планы** на консультации: для персональных нужд – от ~\$9.99 в месяц (при годовом контракте), для бизнеса – от ~\$31 в месяц, которые дают право на определенное количество консультаций с юристом и обзор документов. В отличие от Rocket Lawyer, LegalZoom изначально делал упор на **массовые стандартные услуги** (регистрации, формы) и лишь затем добавил опцию общения с юристами. Сервис очень популярен в США, бренд узнаваемый. Интерфейс профессионально сделан, хотя иногда критикуется за агрессивный upsell (навязывание дополнительных услуг). **Качество документов и услуг** высокое: LegalZoom сотрудничает с адвокатами при

разработке продуктов, документы актуальны по законам. Некоторые юристы отмечают, что документы LegalZoom достаточно общие, но для типовых случаев это приемлемо. Для Lawly LegalZoom демонстрирует расширение возможного функционала: помимо консультаций и документов можно предлагать связанные сервисы (например, подачу заявлений в госорганы за пользователя, помощь с регистрацией ИП/ООО в РФ и т.п.). Также ценовой подход LegalZoom – комбинация разовых продуктов и подписки – показывает, что можно монетизировать разными способами, не только подпиской.

2.2.3 Другие аналоги

Помимо Rocket Lawyer и LegalZoom, в мире существуют десятки LegalTech-стартапов. Например, **DoNotPay** – англоязычный сервис-бот, помогающий обжаловать штрафы и решать мелкие юридические проблемы автоматически. Он позиционировался как “первый робот-юрист” для потребителей, работающий по подписке ~\$36/год, генерирует жалобы, претензии и даже выступает в переписке от лица пользователя. Хотя DoNotPay столкнулся с рядом критики за качество, сам факт его популярности подтвердил интерес к **автоматизированной юридической помощи**. В Европе есть аналоги вроде **LegalBase**, **LawDepot** (конструкторы документов) и **LegalShield** (подписка на услуги юристов). Для Lawly эти примеры важны тем, что подтверждают тренд: обычные люди готовы доверить технологиям составление документов и первичные советы, если это быстрее/дешевле, – нужно лишь обеспечить достаточную точность сервиса.

2.3 Сравнение функционала, стоимости и качества

Обобщая, ниже приведена сравнительная таблица ключевых конкурентов Lawly:

Сервис	Функционал	Модель оплаты	Особенности (качество, удобство)
Lawly (план)	Шаблоны документов + чат с ИИ + проверка юристом	Подписка (планируется)	Простой интерфейс для не профи, быстрое получение результатов, низкий порог входа. Качество ИИ-ответов зависит от обучения; проверка людьми повышает

			надежность.
FreshDoc (РФ)	>1400 шаблонов, конструктор документов онлайн	Подписка (от ~650 руб/мес до 2000+)	Очень быстрое создание документов (средний документ за 5 мин). Нет живых консультаций. Интерфейс удобный, рассчитан на самозаполнение. Качество шаблонов высокое, постоянно обновляются.
Консультант+	Правовая база данных (законы, формы, разъяснения)	Подписка (дорого, B2B), есть бесплатный ограниченный доступ	Огромный объем актуальной информации. Интерфейс сложен для неспециалиста. Нет персональных консультаций – “сделай сам” через поиск. Надежность информации высокая, контент официальный.
Гарант (РФ)	Правовая база данных (законы, формы, консультации экспертов для подписчиков)	Подписка (дорого, B2B)	Похожие черты с Консультантом: много информации, для профи. Есть сервис экспертных консультаций для клиентов. Обычным людям использовать трудно без подготовки.
Правовед.ru (РФ)	Онлайн-консультации юристов, Q&A, заказ документов	Оплата за услугу (от ~500 руб за ответ и выше), частично бесплатно	Быстрый доступ к сотням юристов, ответы по любым отраслям. Формат вопросов/ответов, время ожидания от минут до часов. Качество ответов обычно хорошее, но стиль разнится. Есть ИИ-бот для части вопросов. Интерфейс форума/чата, достаточно понятный.
Rocket Lawyer	Конструктор документов, консультации адвокатов, доп. сервисы (регистрация бизнесов, e-sign)	Подписка ~\$39.99/мес (первые 7 дней бесплатно); разовые услуги	Полный комплекс услуг “все в одном”. Интерфейс дружелюбный. Высокое качество документов (проверены юристами). Дороговат для разового пользователя, но выгоден при регулярной потребности.
LegalZoom	Подготовка документов, юридические процедуры (бизнес, наследство и пр.), план консультаций	Разовые услуги (от ~\$100) или подписка (от \$9.99/мес персональная) ([LegalZoom Legal Plans Reviewed and Ranked	Известный бренд, широкий спектр услуг. Документы создаются онлайн, при желании – с участием юристов. Интерфейс профессиональный. Может быть дорогим при покупке отдельных услуг, зато “под ключ”.

Таблица 1 - Сравнение функционала, особенностей с конкурентами

Вывод по конкурентам: ни один из конкурентов в РФ не объединяет все функции одновременно. FreshDoc силен в документах, но не дает консультаций. Правовед.ru – лидирует в консультациях, но не предоставляет

автоматического создания документов. Консультант+ и Гарант – мощные базы знаний, однако рассчитаны на специалистов, а не на “обычных людей”. Международный опыт (Rocket Lawyer, LegalZoom) показывает востребованность модели “документы + юристы по подписке”, но в России эти услуги напрямую не представлены. Это создает для Lawly окно возможностей занять нишу комплексного сервиса для населения. При этом Lawly должен обеспечить качество не ниже, чем у узкоспециализированных решений: шаблоны документов – такие же грамотные, как у FreshDoc; ответы на вопросы – столь же корректные, как у юристов Правоведа. Конкурентам будет относительно несложно скопировать отдельные успешные фишки Lawly (например, добавить чат-бот на сайт или базу шаблонов), поэтому важна скорость развития и удобство экосистемы Lawly, чтобы к моменту реакции конкурентов иметь лояльную пользовательскую базу.

3 Целевая аудитория и рынок

3.1 Портрет целевой аудитории

Целевая аудитория Lawly – **частные лица в России**, которым периодически требуются юридические документы или советы, но у которых **нет постоянного доступа к юристу**. Это так называемые “обычные люди”: не профессиональные юристы, не крупный бизнес. Потенциальные пользователи – граждане в возрасте примерно от 18 до 60 лет, активные интернет-пользователи, самостоятельные в решении бытовых и деловых вопросов. Их уровень правовых знаний, как правило, низкий или средний; они не знают тонкостей законодательства, но иногда сталкиваются с необходимостью “написать заявление”, “разобраться, что делать в ситуации Х”, “проверить договор” и т.п.

В эту широкую категорию можно выделить несколько типичных сегментов/персон:

- **Молодые специалисты, фрилансеры:** например, ИП или самозанятые, которые заключают договора подряда, аренды жилья, оказания услуг. Им нужны шаблоны договоров, акты, а также консультации по налогам, правам потребителей и т.д. Чаще всего они технически грамотны, привыкли решать вопросы через приложения.
- **Семейные люди, домовладельцы:** вопросы купли-продажи недвижимости, аренды квартир, раздела имущества, наследства, семейного права (брак, развод, алименты). Такие пользователи могут впервые сталкиваться с юридической бумажной работой и не знать, с чего начать – им нужен готовый образец или совет.
- **Автомобилисты:** нередко нужны доверенности, жалобы на штрафы, оформление ДТП (европротокол) и пр. – тоже сфера,

где пригодятся готовые формы заявлений или консультация (например, что делать при лишении прав).

- **Потребители товаров и услуг:** практически каждый человек может столкнуться с нарушением своих прав (некачественный товар, отказ вернуть деньги и т.п.). ЦА Lawly – те, кто не хочет смириться, а готов написать претензию, жалобу. Им поможет образец претензии либо правовой совет о том, куда обращаться.
- **Работники и работодатели малого бизнеса:** это может быть кадровик в небольшой фирме без юридического отдела или сам индивидуальный предприниматель, оформляющий найм сотрудников. Ему нужны трудовые договоры, приказы, возможно, консультации по Трудовому кодексу. Хотя Lawly в основном ориентирован на физлиц, часть таких микробизнесов (1–5 человек) фактически ведут дела как частные лица и тоже входят в целевую аудиторию.

Общие черты аудитории: как правило, эти люди ценят **время и деньги**. У них нет возможности тратить недели на изучение законов или платить десятки тысяч рублей адвокатам за каждый случай. Они ищут **доступное и понятное решение**. Многие привыкли сначала гуглить свою проблему – например, скачать бесплатный бланк договора или почитать советы на форуме. Однако они опасаются совершить ошибку, понимают, что интернет-советы противоречивы. Потому они готовы рассмотреть сервис, который *специализируется* на решении юридических вопросов для таких, как они. Важно отметить, что часть аудитории может даже не осознавать, что их проблему можно решить юридически – просветительская функция Lawly (рассказать пользователю, какие у него есть права и инструменты) тоже будет востребована.

3.2 Ключевые боли пользователей и текущие способы решения

Целевая аудитория Lawly сегодня испытывает ряд “болей” при столкновении с юридическими задачами:

- **Неизвестно, с чего начать.** При возникновении правовой проблемы (например, работодатель задерживает зарплату, или нужно оформить аренду квартиры) человек зачастую **не знает, какой документ нужен или какие права у него есть**. Сейчас это решается хаотично: поиском в интернете (“образец договора аренды скачать бесплатно”), расспросами знакомых, чтением статей на юридических порталах. Часто пользователи натыкаются на устаревшие или нерелевантные шаблоны, противоречащие актуальному законодательству, либо на общие рекомендации без конкретики.
- **Страх высокой стоимости юриста.** Многие хотели бы проконсультироваться у профессионала, но боятся, что это дорого. Обращение в традиционную юридическую фирму в сознании людей – это непосильно дорого (часто правда: средняя ставка консультации в оффлайн компании в крупных городах может быть 2000–5000 руб/час). Поэтому люди тянут до последнего или пытаются решить сами. Сейчас появились более доступные формы: **онлайн-консультации**. Например, на Правовед.ru можно задать вопрос за несколько сотен рублей и быстро получить ответ от юриста. Это частично решает проблему цены и доступности – судя по аудитории >1 млн, такой формат востребован. Однако не все знают об этих сервисах, кто-то им не доверяет, и все равно остается барьер: “заплатить незнакомому юристу онлайн, а вдруг не поможет”. Lawly может снять эту боль, предлагая либо бесплатный базовый совет от ИИ, либо недорогую подписку, где “все

включено” – пользователь понимает стоимость заранее и не боится, что вопрос затянется на часы консультаций.

— **Сложность юридического языка и процедур.** Даже найдя образец документа, пользователь может не понять части формулировок или не знать, как подать документ (например, куда нести жалобу, как ее отправить). Сейчас эту боль иногда решают путем чтения множества инструкций или вопросов на форумах. Некоторые обращаются в госорганы напрямую за разъяснениями (например, звонят на горячую линию Роспотребнадзора по правам потребителей, чтобы спросить, как вернуть товар). Это долго и фрагментарно. ЦА хочет **простого объяснения человеческим языком**, пошагового алгоритма. Здесь Lawly, особенно в части AI-чата, может дать ценность – объяснить сложное простыми словами, проверить документ на “читабельность” для пользователя, сгенерировать дополнительно инструкцию “что делать дальше”.

— **Недоверие к найденным решениям.** Если человек скачал шаблон или получил совет, он не уверен, что это актуально и применимо именно к его ситуации. Законы меняются, нюансы важны. Сейчас многие перестраховываются: например, после самостоятельной подготовки документа все же идут на разовую проверку к юристу (и снова платят). Или наоборот – вообще отказываются от затеи, опасаясь ошибок. Это явная боль: отсутствует **гарантия правильности** без мнения эксперта. Lawly планирует решать это через опцию **“проверено юристом”**: пользователь может за небольшую доплату или в рамках премиум-подписки отправить свой сгенерированный документ на ревью опытному юристу. Таким образом, убирается сомнение – документ либо ок, либо придут правки. В

текущих решениях аналог – заказать составление/проверку на Правовед.ru или у знакомого юриста, но это несистемно и может стоить дороже.

— **Время и удобство.** Боль: даже зная, что делать, нужно потратить время – сходить на очную консультацию, дожидаться ответа онлайн, вручную отредактировать шаблон и т.д. Современный пользователь ценит сервисы, экономящие время (такси, доставка, онлайн-банкинг). Юридические услуги пока не славятся быстротой. Текущие решения: либо терпеливо ждать (юрист подготовит договор за день-два), либо делать самому (что может занять вечер на изучение вопроса). Lawly отвечает на эту боль, обещая **быстрое решение “здесь и сейчас”** – например, чат-бот ответит мгновенно 24/7, документ-конструктор сформирует файл за минуты. Эта мгновенность – важное конкурентное преимущество для нетерпеливого пользователя, привыкшего к цифровым услугам.

Итого: Пользователи сейчас либо используют **традиционных юристов** (дорого, долго, надежно), либо прибегают к **самостоятельному поиску** (бесплатно, быстро, но рискованно по качеству). Компромисс – **онлайн-сервисы**: задавать вопросы на форумах/специализированных сайтах (правовые форумы, бесплатные консультации на Правовед.ru и аналоги типа 9111.ru) или пользоваться конструкторами документов (некоторые знают про FreshDoc или ему подобные, либо скачивают шаблоны с сайтов типа Consultant.ru). Однако каждый из этих способов покрывает часть потребностей, и пользователь может метаться между ними. Боль в том, что **нет единого удобного решения**, которое бы закрыло большую часть типичных проблем – и Lawly стремится им стать.

3.3 Оценка рынка (SAM/SOM) для России

Объем рынка юридических услуг для населения (TAM). Точный подсчет сложен, но можно прикинуть масштаб. В России ~145 млн жителей, из них взрослого экономически активного населения около 85 млн. Даже если взять консервативно, пусть **каждый 5-й взрослый** в течение года сталкивается с юридической проблемой, требующей совета или документа (например, спор с работодателем, покупка крупного имущества, конфликт с обслуживающей компанией, необходимость оформить договор) – это ~17 млн потенциальных случаев в год. Конечно, не все 17 млн пойдут за платной помощью. Многие решают “через знакомых” или никак не решают. Тем не менее, это оценка общего потенциала спроса.

В денежном выражении общий рынок трудно оценить из открытых данных. Можно учесть, что юридические услуги в РФ включают и корпоративный сегмент. Согласно Statista, совокупная выручка юр.компаний в России в 2021 превышала 58 млрд руб, но большая часть – корпоративное обслуживание. Часть, относящаяся к услугам для населения, вероятно, на порядок меньше. Предположим, TAM (общий годовой объем денежных затрат физлиц на юридические услуги, включая офлайн) – порядка **10–15 млрд руб.** Сюда входят консультации, сопровождение сделок, составление документов, представительство и т.д.

Serviceable Addressable Market (SAM). Это та часть TAM, которую можно обслужить онлайн-сервисом вроде Lawly, то есть люди, готовые решать вопросы дистанционно и относительно простые правовые задачи. Сюда не входит, например, сложное уголовное или узкоспециализированное корпоративное право, где без очного участия не обойтись. Однако большая доля бытовых проблем и типовых процедур вполне подпадает под возможности Lawly. Если из условных 17 млн случаев отсечь тех, кто заведомо пойдет традиционным путем (скажем, половина), останется ~8–9 млн случаев в год, потенциально обслуживаемых онлайн. В денежном выражении, если средний чек решения одной проблемы онлайн составит ~1000 руб (кто-то воспользуется бесплатным или дешёвым решением, кто-то

оформит подписку на несколько месяцев), то **SAM** можно грубо оценить как **8–10 млрд руб/год**. Другой подход – ориентир на аудиторию конкурентов: у Правовед.ru ~1,3 млн клиентов (исторически), у FreshDoc 1,4 млн пользователей. Очевидно, часть из них – бизнесы или профессионалы, но порядка миллиона физических лиц уже используют отдельные онлайн-решения. Это явный признак существования многомиллионного SAM. С учётом роста интернет-грамотности и доверия, можно предположить, что аудитория сервисов типа Lawly в РФ в ближайшие годы может достигнуть 3–5 млн человек. Если каждый из них тратит ~1–2 тыс. руб в год (небольшая сумма, эквивалент 1–2 консультаций или подписки), то снова получаем оценку **порядка 5–10 млрд руб/год**.

Serviceable Obtainable Market (SOM) для Lawly – это реалистичная доля рынка, которую можно захватить в ближайшие 2–3 года. Учитывая конкуренцию и необходимость времени на рост, агрессивно можно нацелиться на, скажем, **10% от SAM**. Это означало бы охват нескольких сотен тысяч пользователей. Например, 300 тыс. платящих пользователей – это <0,5% от числа взрослых россиян, но для LegalTech это уже значимый результат. Финансово 300 тыс. пользователей при среднем доходе 1000 руб/год = 300 млн руб/год выручки – около 3–4% от нашего оценочного SAM. Значит, 10% SAM – это потолок 800 млн – 1 млрд руб/год через несколько лет, что возможно при очень успешном раскладе. Более консервативно, SOM можно взять ~3–5% от SAM, что составляет **300–500 млн руб в год выручки** (эквивалент ~100–150 тыс. активных подписчиков). В штуках пользователей: если через 3 года Lawly достигнет 100 тыс. платящих клиентов, это будет уже существенная доля рынка онлайн-юслуг для населения (сравнимо с аудиторией Правоведа, часть которой неактивна или разовая).

Конечно, в первый год-два цифры будут меньше. Но эти ориентиры важны для понимания потенциала. Рынок юридических онлайн-сервисов для частных лиц в РФ еще **далек от насыщения** – у крупнейшего игрока

аудитория ~1–2 млн, тогда как потенциально аудитория в разы больше. Так что Lawly выходит на растущий рынок, где есть место новому продукту, особенно с уникальным предложением.

(Примечание: Оценки SAM/SOM выполнены приближенно, исходя из косвенных данных и аналогий с текущими игроками. При детальном бизнес-планировании стоит уточнить эти цифры через опросы и статистику потребительских правовых проблем.)

4 Финансовая модель

4.1 Подписка как основной вариант монетизации

Исходя из опыта конкурентов и предпочтений целевой аудитории, модель подписки выглядит оптимальной для Lawly. Подписка подразумевает, что пользователь за фиксированную ежемесячную (или годовую) плату получает определенный пакет возможностей: доступ ко всем шаблонам документов, неограниченные консультации с AI-ботом, N проверок документов юристом в месяц и т.д.

Почему подписка:

- Для пользователя это **прозрачно и выгодно**, если у него более одной задачи за период. Заплатив, например, 500 руб за месяц, клиент почувствует себя свободнее в использовании сервиса: будет задавать вопросы, генерировать документы без страха каждой отдельной оплаты. Психологически это снижает барьер к обращению — важно, чтобы люди *чаще* прибегали к юридической помощи, тогда решится больше их проблем.
- Для компании Lawly подписка обеспечивает **предсказуемый рекуррентный доход** (MRR, ARR) и повышает **LTV** (Lifetime Value) пользователя. В отличие от разовых продаж шаблонов или разовых консультаций, подписка стимулирует продлевать пользование и легче масштабируется. Это модель Rocket Lawyer, LegalZoom (legal plan) и ряда российских SaaS-сервисов. Кроме того, подписка позволяет внедрять новые функции без изменения цены — повышая ценность пакета и снижая отток.
- Подписка также хороша тем, что **сглаживает денежные потоки**: расходы на привлечение клиентов можно окупать за несколько месяцев их подписки. В то же время необходимо предусмотреть пробный период или фримium-элементы, чтобы

завлечь пользователей. Например, 7-дневный бесплатный доступ или ограниченный бесплатный функционал (1 документ и 1 вопрос бесплатно). Это принятая практика, как у Rocket Lawyer (7-day free trial).

Дополнительные монетизации могут включать **разовые платные услуги**: например, отдельная оплата за сложную консультацию с живым юристом, или комиссионный доход, если Lawly передаст клиента партнеру-адвокату (подобно модели Правоведа). Но на этапе MVP основной упор делается на подписку.

Планируемые уровни подписки (гипотеза):

- **Базовый план** (дешевый) – доступ к ограниченному числу документов и консультаций ИИ. Подойдет тем, у кого 1-2 простых вопроса в месяц.
- **Стандартный план** (основной) – ~безлимитный ИИ и документы, плюс, скажем, 1 проверка юристом в месяц. Цена ориентировочно 500–800 руб/мес (что существенно дешевле, чем разовые офлайн-консультации).
- **Премиум** – расширенный (например, приоритетная поддержка, 3 проверки юристом в мес, личный менеджер-юрист на связи). Цена может быть выше (1500+ руб/мес), рассчитана на пользователей с частыми запросами или на небольшие бизнесы.

4.2 Unit-экономика

Для оценки финансовой эффективности рассмотрим показатель unit-экономики – соотношение среднего дохода от одного пользователя (ARPU) и расходов, связанных с обслуживанием одного пользователя.

Доход с пользователя: допустим, средняя цена подписки Lawly – **600 руб в месяц** (с учетом разных планов и акций). Не каждый зарегистрированный пользователь будет платящим – конверсия в платных,

предположим, 10%. Однако unit-экономика обычно считается на платного пользователя (или на среднего с учетом конверсии). Возьмем $ARPU = 600$ руб/мес. За год с одного платящего – **7200 руб выручки**. Если средняя продолжительность жизни клиента (LTV в месяцах) – например, 12 месяцев (кто-то подпишется на месяц и откажется, кто-то будет держать подписку годами; 12 мес усредненно), то **LTV в деньгах ~7200 руб**.

Переменные издержки на пользователя: у Lawly основная себестоимость – это расходы на инфраструктуру и обслуживание:

- **Compute для ИИ:** каждый запрос в AI-чат стоит денег. Допустим, один пользователь совершает 5 запросов в месяц, себестоимость ~5 рублей (условно 1 руб/запрос). За год – 60 руб. Небольшая величина.
- **Обновление шаблонов:** на каждого пользователя переменные расходы практически нулевые (разработка шаблонов – это фиксированные затраты, не зависит от количества пользователей, разве что хостинг копеечный за хранение документов).
- **Проверка юристом:** вот тут появляется прямой кост. Если в подписку включена консультация юриста, Lawly, скорее всего, будет привлекать партнера-юриста и платить ему гонорар. Например, за проверку одного документа Lawly платит юристу 200 руб (пример). Если по тарифу пользователю положена 1 проверка в месяц, и он ей воспользуется, то 200 руб/мес – переменный расход. Однако, вероятно, не каждый будет использовать эту опцию ежемесячно (кто-то ни разу, кто-то все 12 раз в год). Закладываем на среднестатистического пользователя, скажем, **1000 руб/год** на выплаты юристам.
- **Поддержка и прочее:** затраты на техподдержку (ответы на вопросы, обучающие материалы) – один сотрудник поддержки

может обслуживать тысячи пользователей, так что на одного приходится рубли. Пусть 50 руб/год.

— **Платежные комиссии:** за прием оплаты ~3-5%. С 7200 руб это ~216–360 руб/год.

Суммируем условные переменные расходы на одного пользователя в год: $\sim 60 + 1000 + 50 + 300 = \approx 1410$ руб/год.

Маржинальный доход (Gross profit) на пользователя: $7200 - 1410 = 5790$ руб/год. Маржинальность ~80%. Это пока без учета фиксированных расходов и САС (cost of acquisition).

САС (стоимость привлечения клиента): чтобы получить платящего пользователя, потребуется маркетинг. Предположим, контекстная реклама, SMM, реферальные программы. Пусть средняя стоимость привлечения одного платящего клиента = **1000 руб** (это может быть конверсия: 10 зарегистрировавшихся по рекламе за 100 руб каждый, из них 1 купил – итого 1000 руб на покупателя). САС может быть выше вначале, но со временем за счет сарафанного радио – снизиться.

Отток (churn): предположили LTV 12 мес, значит ежемесячный churn ~8% (довольно высокий, но для молодого сервиса может быть так). Нужно удерживать пользователей новыми фичами, ценностью.

С этими цифрами **unit-экономика положительная:** LTV (5790 руб чистой маржи) значительно превышает САС (1000 руб). Коэффициент $LTV/CAC \sim 5.8$, что очень хорошо (обычно целевой >3). Даже если реальный САС выйдет 2000 руб, а юристы будут чаще привлекаться, все равно $LTV > CAC$. Это означает, что на одного приобретенного пользователя бизнес за жизненный цикл получит прибыль больше, чем потратил на его привлечение – значит модель жизнеспособна.

Следует отметить, что значительная часть расходов – фиксированные (разработка приложения, зарплата команды, постоянные серверы). Их покрытие требует набора определенной критической массы пользователей.

Но в долгосроке, при масштабировании, такие высокомаржинальные модели (контент и софт как сервис) дают хороший рост прибыли.

4.3 Прогноз P&L и расчет ROI через 3 года

Спрогнозируем упрощенно финансовые результаты Lawly на горизонте 3 лет и определим, при каком объеме продаж инвестированный капитал окупится с 5% прибылью ($ROI = 1.05$).

Допущения для модели:

- Инвестиции в разработку (CapEx) до запуска: допустим, **5 млн руб** (создание приложения, базы документов, initial AI training).
- Фиксированные расходы (OpEx) в периоде: команда из нескольких человек (юристы-разработчики, поддержка), сервера, маркетинг. Пусть в первый год в сумме **12 млн руб**, во второй – 15 млн, в третий – 20 млн (расходы растут с ростом сервиса, включая маркетинг).
- Доходы формируются от подписки. Предположим постепенный рост платных пользователей:
 - Год 1: привлечено 5 тыс. платящих пользователей (в среднем за год эквивалент 2500 постоянных, если росли с 0 до 5000). При среднем чеке 600 руб/мес это **~18 млн руб** за год.
 - Год 2: база растет до 20 тыс. платящих (среднегод 12k). Доход **~86 млн руб**.
 - Год 3: выход на 50 тыс. платящих (среднегод 35k). Доход **~252 млн руб**.

(Эти цифры амбициозные, но служат для иллюстрации; реальный план может быть скромнее. Однако даже 50k – это менее 0,1% взрослого населения, достижимо при удачном маркетинге.)

Показатель	Год 1	Год 2	Год 3
Платящие пользователи (конец года)	5 000	20 000	50 000
Выручка	18 млн руб	86 млн руб	252 млн руб
Переменные издержки (20%)	3.6 млн руб	17.2 млн руб	50.4 млн руб
Валовая прибыль	14.4 млн руб	68.8 млн руб	201.6 млн руб
Фиксированные расходы	12 млн руб	15 млн руб	20 млн руб
Маркетинг (САС вкл. в фикс.)	(включено)	(включено)	(включено)
Операционная прибыль	2.4 млн руб	53.8 млн руб	181.6 млн руб
Накопленная прибыль	2.4 млн руб	56.2 млн руб	237.8 млн руб

Таблица 2 - Прогноз отчета о прибылях и убытках (P&L)

(Примечание: цифры условные; принято, что часть маркетинга входит в фиксированные расходы, хотя в реальности он полу-переменный.)

Суммарные инвестиционные и операционные затраты за три года могут составить **52 млн руб** (из них 5 млн – стартовые вложения, 47 млн – операционные расходы). В оптимистичном сценарии при быстром росте выручки к концу третьего года накопленная прибыль может достичь порядка **238 млн руб**, давая показатель ROI (возврат на вложения) около **4.58 (458%)**. Однако это весьма амбициозная цель.

Если же рассматривать минимальный порог, когда **ROI = 1.05** (то есть прибыль на 5% превышает объём инвестиций), то достаточно обеспечить **0.25 млн руб** (5% от 5 млн) чистой прибыли за три года. При этом предполагается, что операционные расходы и прочие затраты покрываются выручкой в ходе деятельности. Фактически, даже небольшой объём продаж (порядка 2–3 тыс. платящих подписчиков к третьему году) уже может позволить выйти на такой уровень прибыли и превысить ROI=1.05.

В более реалистичном, «рабочем» сценарии, важно не только достичь минимальной планки окупаемости, но и покрыть все затраты в 52 млн руб, прибавив к ним 5% прибыли. Для этого общий объём полученных доходов должен быть в районе **55 млн руб**. По расчётам, Lawly может выйти на

break-even (точку безубыточности) при 12–15 тыс. платящих подписчиков, генерируя годовую выручку порядка 50–70 млн руб; в таком случае достижение $ROI=1.05$ становится весьма вероятным к концу второго или третьего года.

В итоге, ориентиром может служить рубеж **около 10–15 тыс. платных подписчиков**: при такой пользовательской базе Lawly не только окупит первоначальные инвестиции, но и даст 5% прибыли за три года. Более скромные показатели (5–10 тыс.) тоже могут обеспечивать минимальную доходность, если строго контролировать издержки.

Консервативный сценарий P&L, близкий к порогу $ROI\ 1.05$:

- Год 1: 1 тыс. платящих, выручка ~5 млн, расход 15 млн → убыток -10 млн.
- Год 2: 5 тыс. платящих, выручка ~36 млн, расход 30 млн → прибыль +6 млн (окупаем часть убытка).
- Год 3: 10 тыс. платящих, выручка ~72 млн, расход 50 млн → прибыль +22 млн.

Суммарно за 3 года прибыль = $6+22-10 = +18$ млн (на инвестицию 5 млн это $ROI = (5+18)/5 = 4.6$, но если учесть все расходы как инвестируемые, сложнее считать). Главное – выйти на стабильную прибыль к 3-му году. При 10 тыс. подписчиков в нашем примере уже уверенная окупаемость. Для ROI всего 1.05 достаточно минимальной прибыльности.

Вывод: При **порядка 10 тысяч платных подписок** (ежемесячных) через 3 года Lawly достигнет безубыточности и обеспечит около 5% возврата на вложения. Любое превышение этого порога резко увеличит ROI , благодаря эффекту масштаба. Таким образом, экономическая модель показывает, что даже относительно небольшая доля рынка (несколько тысяч пользователей) достаточна для выживания, а захват десятков тысяч даст уже значительную прибыль.

(Примечание: точный расчет ROI зависит от определения инвестиций: учитываем ли только изначальные вложения или все понесенные затраты. Здесь мы гибко трактовали. В классическом смысле, если считать инвестицией 5 млн, а 3-летняя чистая прибыль, скажем, 0.25 млн, то $ROI=1.05$. Но в стартапах обычно реинвестируется и планка ROI выше. Мы продемонстрировали, что при достижении даже части запланированного объема продаж $ROI=1.05$ будет пройден с большим запасом.)

5 Дорожная карта разработки (roadmap) на 6–12 месяцев

Для успешного запуска Lawly необходимо поэтапно реализовать ключевые пользовательские сценарии MVP. Ниже представлена дорожная карта развития продукта на ближайшие 6–12 месяцев, включающая основные модули: “Документы”, “Чат с ИИ”, “Подписка”, “Профиль пользователя”, “Проверка юристом” и др.

Месяц 1–2: Подготовительный этап

- **Исследование и планирование:** финализация требований (результаты данного предпроектного анализа учитываются). Четкое определение MVP-функционала: какие типы документов и юридических тем покрываем на старте (наиболее популярные: трудовые договоры, аренда, купля-продажа, претензии потребителей, семейные вопросы), какие возможности у чата (Q&A по выбранным темам).
- **Формирование команды:** разработчики (веб и/или мобайл), юристы-аналитики для подготовки шаблонов, эксперт по NLP/машинному обучению для настройки AI, дизайнер UX/UI, специалист по маркетингу для подготовки запуска.
- **Дизайн UX:** проектирование прототипов интерфейса – как пользователь будет заполнять анкету для документа, как общаться с чат-ботом, как будет выглядеть личный кабинет.

Проведение UX-исследования с несколькими потенциальными пользователями, чтобы убедиться в понятности флоу.

Месяц 3: Разработка ядра MVP

- **Модуль “Документы”:** начать с имплементации конструктора документов. Создается база из, например, 20 самых востребованных шаблонов. Юристы готовят эти шаблоны в вариативной форме (с пометками, где подставлять ответы пользователя). Разработчики создают интерфейс пошагового заполнения (вопрос-ответ) и генерации DOC/PDF. В этот период будут отлажены механизмы подстановки данных, проверки корректности ввода (например, даты, суммы), сохранения черновика.
- **Модуль “Чат с ИИ”:** интеграция с моделью (например, API GPT-4). На первом этапе – без собственного глубокого обучения, а с использованием готового решения, настроенного на юридический тон. Ограничить область вопросов, которыми бот умеет заниматься (например, вопросы прав потребителей, базовые трудовые споры, объяснение терминов). Разработать безопасные промпты, чтобы бот давал структурированные ответы с отказом там, где не уверен. Интерфейс чата – похож на мессенджер: пользователь задает текстовый вопрос, получает ответ. Обязательно отладить **дисклеймеры** (бот должен предупреждать: “это не юридическое заключение, а совет”).
- **Модуль “Профиль пользователя”:** базовая регистрация/авторизация (email, телефон). Возможность сохранять созданные документы в профиле, просматривать историю обращений в чат. Реализовать защиту данных (шифрование на сервере, SSL).

- Начать **тестирование**: внутренняя alpha-версия – команда тестирует генерацию каждого документа, задает примеры вопросов боту. Юристы оценивают качество ответов AI и при необходимости корректируют подсказки, дополняют базу знаний (например, составляют FAQs для бота).
- **Инфраструктура**: разворачивается серверная часть (бэкенд), базы данных для хранения шаблонов и пользовательских данных, облачные сервисы для AI. Убедиться в масштабируемости архитектуры (чтобы выдержать рост пользователей).

Месяц 4–6: Бета-версия, запуск MVP для первых пользователей

- Модуль **“Подписка и оплата”**: внедрить систему оплаты. Выбрать платежный шлюз, реализовать списание подписки (ежемесячно, автоплатеж). Настроить разные тарифные планы в системе (пока можно два: Бесплатный тестовый и Платный полный). Ограничения бесплатного: например, 1 документ и 1 вопрос боту в месяц, без доступа к юристу.
- Модуль **“Проверка юристом”**: к этому сроку желательно иметь механизм отправки документа на проверку. Реализуется так: у пользователя в интерфейсе после генерации документа появляется кнопка “Отправить юристу на проверку”. Документ и краткое описание запроса уходят в специальную очередь. Параллельно Lawly к этому времени должен заключить соглашения с несколькими юристами-партнерами, которые будут эти заявки обслуживать (вне самого приложения, или через отдельный интерфейс эксперта). Пока можно сделать минимально: уведомление юристу по email с документом, он вручную правит/комментирует и возвращает. В профиле пользователя отобразится отредактированный файл или

комментарии. Это не идеальный масштабируемый вариант, но для MVP будет достаточно 1-2 юристов на несколько проверок в день.

- **Бета-тестирование с пользователями:** пригласить ограниченное число пользователей (например, через знакомых, или подписчики блога, или маленькая рассылка) – порядка 50–100 человек. Дать им попробовать создать документы, задать вопросы боту. Собрать обратную связь: понятен ли интерфейс, полезны ли ответы, нет ли ошибок. Особое внимание – фиксация сбоев, непонимания: например, если бот отвечает неверно или шаблон документа получился с пустыми полями – сразу исправлять.
- **Улучшение UI/UX:** на основе отзывов доработать удобство. Возможные задачи: добавить подсказки в чат (пример вопросов), улучшить навигацию по разделам (например, разделить “Документы” и “Консультации” ясно).
- **Контентное расширение:** параллельно юристы готовят еще шаблоны документов (увеличить с 20 до 50+ наиболее частых). Базу знаний для бота тоже расширяют: например, составляют типовые Q&A, которые бот может использовать (если используем модель с возможностью персонализации знаний).

Месяц 7–9: Выход на рынок и масштабирование функций

- **Открытый запуск MVP (релиз):** после успешной беты – открыть регистрацию всем желающим. Начать маркетинговую кампанию в ограниченном масштабе (таргетированная реклама в соцсетях по интересам: “юридическая помощь”, контекстная реклама Google/Yandex по запросам “образец договора

аренды”, “юрист онлайн недорого” и т.д.). Цель – набрать первую 1000 пользователей.

- **Поддержка пользователей:** наладить оперативную поддержку (онлайн-чат с саппортом или телеграм-канал) для решения вопросов, обучения пользователей. На этом этапе важно повысить активацию: чтобы новые регистранты сразу попробовали функционал. Возможно, внедрить **онбординг**: пошаговую инструкцию при первом входе, демонстрационное видео.
- **Отслеживание метрик:** настроить аналитики (например, сколько % пользователей создали документ, сколько задали вопрос боту, где отвалились). По результатам – доработки. Например, если видим, что многие не завершают создание документа, надо упростить вопросы или разбить процесс.
- **Новые шаблоны и функции:** добавить более специфичные документы, которые запрашивали бета-пользователи (например, кто-то просил шаблон договора дарения – если запросов много, включаем). Расширить возможности бота: обучить его на новых категориях (например, добавить тему автомобильных штрафов, если видим спрос).
- **Мобильная оптимизация:** убедиться, что веб-версия работает на смартфонах. Если значимая часть ЦА – мобильные, возможно, запланировать выпуск мобильного приложения. Но за 6-9 месяцев, вероятно, ограничимся адаптивным вебом или PWA. Нативное приложение можно поставить в планы ближе к 12 месяцу.
- **Безопасность и юридические аспекты:** к моменту публичного запуска проверить легальность: пользовательское соглашение,

политика конфиденциальности, отказ от ответственности (должны быть в приложении). Также внедрить минимальную защиту от злоупотреблений – напр., капчу или лимит на бот-запросы, чтобы сервисом не пользовались конкуренты или для запрещенных целей.

Месяц 10–12: Улучшение качества, рост и новые возможности

- **Качество AI-консультаций:** проанализировать историю вопросов/ответов за первые месяцы. Выявить слабые места бота (где он часто ошибается или дает неполный ответ). Провести дообучение модели на собственных данных: возможно, сформировать датасет из вопросов пользователей и правильных ответов от юристов для fine-tuning (если технически и финансово это осуществимо). Цель – повысить точность и релевантность. Например, сократить случаи, когда бот отвечает “обратитесь к юристу” – вместо этого дать ему алгоритм решения.
- **Расширение команды юристов-партнеров:** если растет число пользователей, функция проверки документов и живых консультаций (при эскалации) станет востребованнее. К 12 месяцу можно подключить больше юристов, возможно, в регионах, на сдельной основе. Понадобится интерфейс для них (личный кабинет эксперта, где они видят задания, загружают результаты). Это может вылиться в отдельную “Lawly для юристов” платформу. Заложить разработку простейшей версии такого кабинета в этот период.
- **Новые пользовательские сценарии:** добавить **рейтинг удовлетворенности** консультациями ИИ и юристов, сбор отзывов. Рассмотреть введение **комьюнити-функций:** например, форум или раздел “вопрос дня” (пока опционально,

зависит от стратегии – можно и не делать, чтобы не дублировать Правовед).

— **MVP новых разделов:** Возможно, к концу года появятся идеи для расширения функционала. Например, “**Судебный помощник**”: подготовка пакета документов для суда, пошаговые инструкции по подаче и отслеживанию дела. Или интеграция с внешними сервисами: отправка претензии сразу почтой, запись к нотариусу и пр. Такие вещи можно запланировать после основного MVP – например, сделать пилот по интеграции с Почтой России API для отправки заказных писем прямо из Lawly (это закроет цикл “составил претензию – тут же отправил”). В дорожной карте 12 месяцев это будет на горизонте, в последних месяцах – экспериментальные функции.

— **Анализ и подготовка следующей фазы:** к концу 12 месяцев собрать полную аналитику: сколько пользователей, выручка, какие функции популярны, какие нет. Провести стратегическую сессию – наметить roadmap 2.0 на основе полученного опыта. Возможно, сделать упор на том направлении, где Lawly нашел наибольший отклик (например, если 80% активности – генерация документов, инвестировать в расширение библиотеки и улучшение конструктора; или если чат-бот стал хитом – развивать AI экспертизу шире).

Визуальное представление roadmap (6-12 мес):

— **Q1 (Месяцы 1–3):** Проектирование, прототипирование, старт разработки. Основной фокус – **Документы (база шаблонов)** и **ИИ-чат (базовый)**.

- **Q2 (Месяцы 4–6):** Завершение ключевого функционала MVP, внутренняя и закрытая бета. Реализация **Профиля, Оплаты,** старт функции **Проверка юристом.** Исправление багов, подготовка к публичному запуску.
- **Q3 (Месяцы 7–9):** **Запуск MVP** на рынок. Масштабирование пользователей, поддержка. Улучшение AI, добавление шаблонов. Начало работы над юзабельностью для роста.
- **Q4 (Месяцы 10–12):** **Улучшение качества:** дообучение ИИ, оптимизация работы юристов-проверяющих. Добавление новых возможностей (интеграции, новые разделы) по мере востребованности. Подведение итогов года, планирование следующего этапа развития (выход из рамок MVP, монетизация на полную силу, возможно, выход на окупаемость).

Таким образом, за первый год Lawly должен пройти путь от идеи до функционирующего сервиса с первой лояльной базой пользователей. Дорожная карта гибкая: она может корректироваться в зависимости от фидбэка рынка. Однако перечисленные этапы и функции – критичное ядро, без которого ценность продукта была бы неполной. В частности, **раздел “Документы” и “Чат с ИИ” — сердцевина MVP**, а подписка, профиль и поддержка юристом – необходимые элементы для монетизации и доверия. Выполнив эту программу-минимум, Lawly сможет зарекомендовать себя на рынке и далее расширять и бизнес, и функциональность, опираясь на реальный пользовательский спрос.