

suviser427@gmail.com

+ 38 (095) 113 50 66 Псурцев

Віталій Сергійович

БІЗНЕС-ПЛАН

інноваційного **стартапа** «et Nota» (колишній цікавий замітник)

команди «et Human»

за авторством Псурцева Віталія Сергійовича

**Необхідні інвестиції:270 000 \$ Час
окупності:1 рік Запланована
рентабельність:18,5%**

Київ – 2024

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
1. ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС	4
Про цікавий примітник	5
Коротко про et Human	8
2. МАРКЕТИНГ	10
Ринок.....	10
Споживачі	11
Конкуренти.....	15
Цікавий помітник (порівняння, ціноутворення, частка)	17
Маркетинговий план	22
Монетизація	23
Бренд та позиціонування	27
Маркетингова тактика та стратегія + PR	29
3. ВИРОБНИЦТВО.....	32
Необхідні фахівці та партнери.....	32
Етапи створення.....	34
MVP	37
"Перша версія"	38
Back-end	38
Продуктивність (інвестиції в людей, крива навчання тощо) ...	39
4. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА	40
Управління.....	40
Накладки	41
5. РИЗИКИ	45

Технічні ризики.....	45
Кіберриски	45
Юридичні ризики.....	45
Фінансові ризики	46
Економічно, політичні та інші ризики	47

1. ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС

УТП:

Коли створення швидкої нотатки стає боротьбою з нав'язливими та загальмованими програмами на кшталт Evernote, багато хто звертається до зручніших варіантів, таких як «Вибрані» в Telegram. Однак і там виникають проблеми з недостатнім функціоналом і втратою орієнтації у багатьох нотатках.

Ви хочете, щоб все було швидко та зручно. Щоб не губитися в морі нотаток і мати можливість легко створювати та знаходити їх. I ось з'являється цікавий замітник!

Простий, швидкий і зручний - саме таким чином Цікавий примітник вирішив пройти шлях «Вибраних» телеграм, уникаючи загальмованості та громіздкості Evernote.

Швидко та Просто:

- Чатоподібний вид для миттєвого створення нотаток у будь-якому місці та у будь-який час.
- Три види форматування: виділення, закреслення та списки – всі просто та інтуїтивно.

Повноцінний Функціонал:

- Максимально повний процес створення нотаток: текстовий, голосовий, файловий формат – все як у телеграмі!
- Але також п'ять способів навігації: патернове форматування, патерновий пошук, «розумний» пошук, фільтровий пошук, календарний пошук – його фішка!

Розширені можливості:

- Закріплення нотаток у програмі, рядку повідомлення та на робочий стіл.
- Сповіщення для неймовірної організації.

- Кольорове тегування та можливість створення кількох "каналів"-чатів для більш яскравого та структурованого досвіду.
- І багато іншого!

Межі у Використанні Hi:

- Ведіть нотатки, списки справ, щоденник, використовуйте як склад – тільки ваша фантазія ваш обмежувач!

Виберіть Цікавий нотатник – де б ви не знаходилися, у вас завжди буде швидкий, зручний та повноцінний інструмент для створення та управління вашими ідеями та спогадами!

Про цікавий примітник

Буває, коли ти хочеш ШВІДКО зробити замітку в додатках типу Evernote, натикаєшся на опір з їхнього боку, мовляв: «куди ви так поспішаєте? Не хочете спочатку вивчити нашу програму? – воно круте».

Можливо, ви це витримаєте і таки зробите замітку, але для кожного приходить день, коли ліньки далі розбираються з їхньою загальмованістю і нав'язливістю, і тому ви просто починаєте робити нотатки в Вибраних Telegram або самі собі відправляєте повідомлення в Інстаграмі або ще десь.

Але й тут вас чекаю сюрпризи у вигляді недостатнього функціоналу, відсутності нормальної можливості робити теги, цих нотаток набирається така велика кількість, що повністю втрачаєте орієнтацію: у ваших же власних творах ви постає як топографічний кретин.

Ви хотіли, щоб все було швидше! Хотіли б, щоб було зручніше, щоб не доводилося морочитися, щоб, коли настане час, ви змогли знайти замітку, ну чи створити, щоб нічого не заважало, і щоб усе було в одному місці!

І тут нам на допомогу приходить цікавий замітник!

Easy, simple, fast, and user-friendly take & navigate notes!

Він вирішив відразу піти стопами просунутого шляху Вибраних Телеграм, а не загальмованих і громіздких Evernote'ів. Тому одна з найважливіших особливостей 33 - це чатоподібний вигляд. Це чат!

Таким чином він уже дозволяє за рахунок того, що перебуває зовні якогось одного певного додатка, прискорити процес, де б ви і як не знаходилися: чи на вулиці, чи вдома, чи в браузері, чи на робочому столі...

Але це півбіді! Не було метою створення нових Обраних лише заради ВАЖЛИВОГО, але невеликого прискорення. Спеціалізація та подальша розробка – наше завдання!

Цікавий примітник на відміну від Вибраних або аналогів, має повноцінний і доопрацьований функціонал, щоб точно показати: ми тут робимо нотатки!

Окрім швидкості у створенні нотаток, на вас чекає:

1. Максимально повний, але простий процес створення нотаток з доступними лише трьома видами форматування: 1)**виділення**, 2) **антивиділення**, або **закреслення**, та 3)**список**- у максимально зручному вигляді з вибором **текстового, голосового або файлового** формату (все як у Телеграм!) та багато іншого!

2. **П'ять способів орієнтації**(навігації) за нотатками! ЦІЛІ П'ЯТЬ! І вони один з одним взаємно переплетені, і знову-таки все максимально просто, швидко та зручно, а саме:

a. **Паттернове форматування+STT та відокремлення даних**

З посилань; **Паттерновий пошук;** **розумний пошук;**
Фільтровий пошук; **Календарний пошук;**

b. У результаті **миттєві переходи**за вашим «чатом» з будь-якого місця в будь-яке місце і до будь-якої замітки, нічого не забудеться, нічого не загубиться, всього нескінченно багато, але начебто нескінченно мало;

3. Але це ще не все:

Додано примітку ([VP1]):а., що дозволяє автоматично створювати різного роду патерни для орієнтації за нотатками, такі як теги (можна навіть назвати тегове форматування, але паттернове точніше)+STT та вичленування даних з посилань;

Додано примітку ([VP2]):(, заснований на форматування, що дозволяє отримати доступ до всіх нотаток з певним паттерном (наприклад словом СПРАВИ або Вірші))

Додано примітку ([VP3]): який у надалі буде основа на II і застосовуючи лінгвістичну науку дозволятиме знаходити необхідне просто ввівши в рядок пошук, ви зможете це знайти навіть через десятки років, адже розумний пошук тому і розумний)

- a.**Закріплення**нотаток у додатку, у рядку повідомлень на робочому столі у вигляді віджетів тощо;
- b.**Сповіщення-нагадувачки;**
- c.**Кольорове тегування**, а також розбиття на кілька каналів (чатів) за бажанням;
- d.**I багато іншого!**

4. У результаті:

- a. Ви можете просто робити нотатки; вести перелік справ; вести щоденник; використовувати як склад;
- b. І це лише те, що спало на думку, а ваше обмеження – лише фантазія.

Наша**місія**- зробити так, щоб створення нотаток було таким самим природним процесом, як і дихання.

Наш**бачення**- Все більше і більше людей створюють нотатки.

Цікавий замітник (коротко 33) має пройти такі **кількісні етапи** розвитку:

- 1.**Локальний етап**- в Україні, де буде протестовано на ЦА з України;
- 2.**Перехідний, або Англійська, етап**- в англомовних країнах (США, Британія, Канада і т. д.), де ЗЗ отримає потужний буст і доступ до величезної цільової аудиторії з високим рівнем доходу, також цей етап характерний повноцінним використанням II;
- 3.**Глобальний етап**- коли ЗЗ випускається для будь-якої мови та будь-якої національності, тобто глобалізується.

Крім цього, ЗЗ має пройти **іякісний перехід**, а саме стати доповненням для наступної програми на ПК та програми на телефон так званої «**Тріади знання**» –**Чистий лист**(ЧЛ). Тобто ЧЛ – це другий етап розвитку Тріади знання після ЗЗ (**перший етап**), а останнім буде **Слідування(+Звітник)**. Усі три додатки тісно між собою

переплетені, але одночасно є самобутніми додатками, а цільова аудиторія найширшого формату для кожного є: 1) ЗЗ – В2С; 2) ЧЛ - В2С + В2В (звичайна + корпоративна версія); 3) СО – В2С + В2Г (звичайна версія у пакеті + версія для держустанов: університетів, дослідницьких центрів, поліції, СБУ).

Коротко про et Human

et Human – це бізнес-проект, головною метою якого є розвиток людини та людства.

Бачення – людина та технології зливаються в гармонійне ціле.

Місія «Розвиток» втілюється за трьома **прямкама**:

1. **«Знання»** - Продуктування нових знань;
2. **«Зв'язок»** - Продуктування соціального «зв'язування» людей;
3. **«Діяльність»** – максимальне полегшення життя та сприяння продуктивності на роботі та у спорті.

Дотримуємось таких **принципів**:

- 1.Простота;**
- 2.Перфекціонізм;**
- 3.Технологізація;**
- 4.Творчість та новаторство;**
- 5.Безперервний розвиток**(Революційними кроками);
- 6.Домінанція.**

Першим продуктів et Human буде Займальний замітник, як уже було сказано, але в цілому et Human проходить три етапи розвитку, а саме:

1. Етап I –**Абстракція**(використання ІІ та ІТ технологій, BigData і т. д.) - це ЗЗ, в цілому Тріада знання, Діалектика, перша стадія [книжкового світу], Система Пі, Групи, Мобільність та інше (найрозробленіший етап);
2. Етап II –**Матеріалізація**(використання харда, розробка девайсів тощо) – це, зокрема, друга стадія [книжкового

світу], коли буде розроблено інноваційну електронну книгу, та інше;

3. Етап III –**Надтехнологізація**(використання нано-, біо-, нейрота інших, а також їх суміш-технологій та інше) – це, зокрема, «Годинник» (акустичний девайс, який дозволяє перекладати голоси людей у реальному часі без використання аксесуарів та багато іншого), наноматеріали, біонаноматеріали, нейрочіпи доповненої реальності (наступний етап розвитку телефону) і т. д. (це дуже сирий етап, але він є головним).

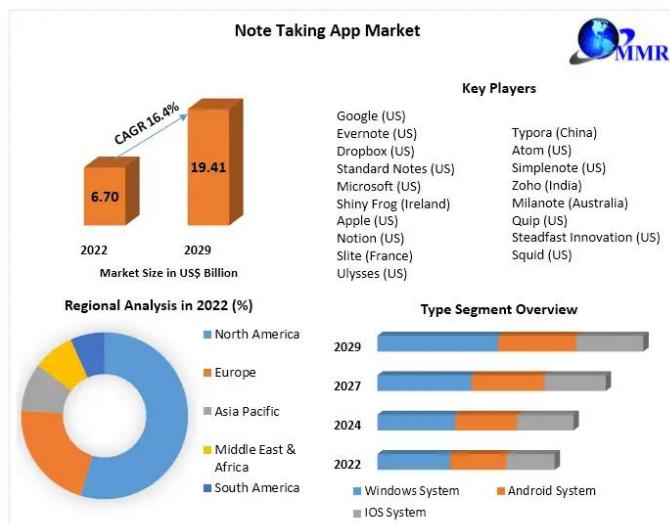
2. МАРКЕТИНГ

Ринок

Ринок нотаток — це сегмент індустрії програмного забезпечення, який надає програми для створення, організації та керування цифровими нотатками.

Одним із способів оцінити розмір ринку нотаток може бути аналіз кількості користувачів, які використовують програми для нотаток, такі як Evernote, OneNote, Google Keep та інші. За даними Statista, у 2020 році кількість користувачів Evernote склала близько 225 мільйонів, а OneNote — близько 200 мільйонів. Це означає, що загальна кількість користувачів додатків для нотаток може бути сотнями мільйонів або навіть мільярдами, якщо врахувати інші платформи та сервіси.

Потенційну аудиторію (із загальної кількості користувачів смартфонів у світі) у 2022 році, за даними Statista, становило 3,8 мільярда людей.



Прогнозується, що світовий ринок додатків для ведення нотаток зростатиме з темпом CAGR 13,8 % (В іншому місці: Ринок додатків для нотаток оцінюється в 6,70 млрд доларів США у 2022 році. За оцінками, протягом прогнозованого періоду темпи зростання глобального ринку додатків для нотаток

становитимуть 16,4%. Ще в одному місці:[Note Taking App Market Analysis: Major Drivers Propelling \(globe新swire.com\)](#)). Це зростання пояснюється збільшенням попиту на додатки для нотаток у різних регіонах та зростаючою тенденцією BYOD (Bring Your Own Device) та корпоративної мобільності.

Ринок поділяється на Windows, Android, iOS та ін. Нотатки популярні серед бізнесу та приватних користувачів. Бізнес-користувачі часто застосовують їх для офіційних завдань, координації роботи та забезпечення ефективної комунікації всередині проектних груп.

Пандемія COVID-19 сильно вплинула на ринок додатків для нотаток через збільшення віддаленої роботи та онлайн-навчання. Введення світових блокувань стимулювало організації та людей шукати способи адаптації, що призвело до значного зростання користувачів цих програм.

Технологічні досягнення, такі як синхронізація з хмарою та розпізнавання рукописного тексту, стали стандартом, покращуючи зручність використання. Інтеграція штучного інтелекту та машинного навчання також відкрила нові можливості для надання інтелектуальних ідей та ефективної організації нотаток.

Споживачі

Цільова аудиторія ринку нотаток може бути описана наступним чином:

- Вони активно використовують різні пристрої, такі як смартфони, планшети, ноутбуки та персональні комп'ютери, для роботи, навчання, розваги та особистих цілей.
- Вони часто стикаються з необхідністю записувати, зберігати, організовувати та ділитися інформацією різного роду, такою як ідеї, завдання, плани, списки, цитати, посилання, зображення, аудіо та відео.
- Вони цінують зручність, простоту, швидкість, надійність та безпеку під час роботи з нотатками.

- Вони воліють гнучкі та індивідуальні рішення, які дозволяють налаштовувати зовнішній вигляд, формат, категорії та теги нотаток за своїм смаком та потребами.
- Вони зацікавлені в інтеграції нотаток з іншими програмами та сервісами, такими як календар, пошта, хмарне сховище, соціальні мережі та месенджери.
- Вони відкриті для нових функцій та можливостей, які можуть покращити їх досвід роботи з нотатками, таких як голосове введення, розпізнавання рукописного тексту, синтез мови, переклад, сумаризація, аналіз тональності тощо.

Деякі приклади:

1. **Професіонали** прагнуть до підвищення продуктивності та управління завданнями за допомогою інтеграції та спільної роботи.
2. **Студенти та викладачі** орієнтовані на організацію матеріалів та спільну роботу, віддаючи перевагу інтеграції мультимедіа.
3. **Креативники** використовують додатки для мозкового штурму та організації творчих процесів, цінуючи інструменти для створення ескізів та зберігання натхнення.
4. **Вилучені працівники** шукають заміну паперу, підтримуючи віртуальну співпрацю через синхронізацію із хмарою та спільну роботу у реальному часі.
5. **Учні протягом життя** використовують інструменти для навчання та отримання інформації, віддаючи перевагу анотації, синхронізації та інтеграції з освітніми платформами.
6. **Блогери та творці контенту** орієнтовані на планування контенту та спільну роботу, віддаючи перевагу інтеграції з блог-платформами та підтримку мультимедіа.

7. Політики та громадські діячі використовують інструменти для підготовки промов та організації тез, віддаючи перевагу безпеці, конфіденційності та інтеграції голосового введення.

8. І багато-багато інших...

Ринок нотаток може бути сегментований за такими критеріями (*Це дуже приблизні цифри для ознайомлення (джерело Copilot та інтернет!)*):

- **Професійна сфера:** нотатки використовуються для роботи, наприклад, для планування проектів, ведення протоколів, створення презентацій, підготовки звітів тощо. Цей сегмент становить близько 40% від загальної вартості ринку.
- **Освітня сфера:** нотатки використовуються для навчання, наприклад, для конспектування лекцій, вивчення матеріалів, підготовки до іспитів тощо. Цей сегмент становить близько 30% від загальної вартості ринку.
- **Особиста сфера:** нотатки використовуються для особистих цілей, наприклад, для ведення щоденника, складання списків покупок, організації подорожей тощо. Цей сегмент становить близько 20% від загальної вартості ринку.
- **Розважальна сфера:** нотатки використовуються для розваги, наприклад, для запису думок, емоцій, вражень, цитат, жартів тощо. Цей сегмент становить близько 10% від загальної вартості ринку.

Прибутковий опис сегментів може бути представлений у вигляді

наступної таблиці:

Додано примітку ([VP4]): Прибутковий, або бюджетний прогноз за сегментами може бути заснований на наступних припущеннях:

- Зростання числа представників кожного сегмента складе 5% на рік.
- Зростання середнього доходу представників кожного сегмента складе 3% на рік.
- Зростання середньої вартості продукту, що дозволяє робити нотатки, складе 2% на рік.

Виходячи з цих припущень прогноз на наступний рік може бути представлений у вигляді наступної таблиці:
Малюнок

Сегмент	Середній дохід представника (у доларах США за рік)	Кількість представників (у мільйонах)	Сумарний дохід сегмента (у мільярдах долларів США за рік)
Професійна сфера	50 000	200	10
Освітня сфера	10 000	300	3
Особиста сфера	20 000	150	3
Розважальна сфера	15 000	100	1,5
Разом	23 750	750	17,5
	срзнач	сум	сум

Це дуже приблизні цифри для ознайомлення (джерело Copilot та інтернет)!

Болі, або невдоволення, або незадоволеності ринку, пов'язані з продуктом, який дозволяє робити нотатки, можуть бути такими:

- Нестача єдиної платформи, яка б поєднувала всі види нотаток в одному місці і дозволяла б синхронізувати їх між різними пристроями та додатками.
- Низька якість розпізнавання мови та рукописного тексту, яка призводить до помилок та втрати інформації при створенні нотаток.
- Відсутністю обмеженість функцій редактування, форматування, сортування, пошуку та фільтрації нотаток, які полегшують роботу з ними.
- Неможливість або складність експорту, імпорту, захисту, архівації та відновлення нотаток, які підвищують їх цінність та безпеку.
- Недоступність або висока вартість продукту дозволяє робити нотатки для деяких категорій споживачів, наприклад, для студентів, пенсіонерів, незаможних і т.д.

Показник	Число показника
% гів. суто англ. у США	78,4%
% без інвалідності	87%
Населення США від 18 до 24 з бакалавром	3 873 596
Населення США з 25 з бакалавром або вище	79 903 463
Населення США від 18 з бакалавром та вище	83 777 059
Населення США в деякі коледжі та молодші фахівці	12 294 415
Населення США з професіями в галузі управління, бізнесу, науки та мистецтва	66 001 412
Населення США від 18 з бакалавром та вище + деякі коледжі та молодші фахівці	96 071 474
Населення США із закінченою старшою школою та вище	203 920 983
Зрештою виходить три ринку та три розміри:	
Населення США, що розмовляє англійською, що працюють у сфері управління, бізнесу, науки, мистецтва та публічності	51 724 833
Населення США, що говорить на англійці, які мають освіту строго вище закінченої старшої школи	75 290 525
Населення США, що говорить англійською, у яких є мінімум закінчене повне шкільна освіта	139 035 928
Тепер перенесу ці показники на весь світ	
Коефіцієнт відношення числа тих, хо говорить англійською в усьому світі до того ж числа, але тільки в США	6,11
1. Населення Світу, що говорить англійською, які працюють у сфері управління, бізнесу, науки, мистецтва та публічності	316 065 919
2. Населення Світу, що говорить на англійці, які мають освіту строго вище закінченої старшої школи	460 064 684
3. Населення Світу, що говорить англійською, у яких є мінімум закінчене повне шкільна освіта	849 582 603

Ще одне уявлення користувачів. Мої особисті розрахунки.

Конкуренти

Competitor	Price	Market Share
Evernote	Free: \$0 (up to 100MB) Starter: \$39 per month (billed annually) Pro: \$79 per month (billed annually) Business: \$124 per month (billed annually) Unlimited: \$399 per month (billed annually)	15,6%
Microsoft OneNote	Free: \$0 Office 365: \$6.99 за місяць або \$69.99 за рік	17,1%
Google Keep	Free: \$0 Google One: \$1.99 за місяць (100GB), \$2.99 за місяць (200GB), \$9.99 за місяць (2TB)	11,4%
Notion	Безкоштовно: \$0 Особистий: \$4 за місяць (повноцінний апнуал) Team: \$8 за місяць за місяць (поставлений задній раз) Enterprise: Custom pricing	9,8%
Obsidian	Free: \$0 Catalyst: \$25 за рік (sync and publish) Commercial: \$50 за рік (commercial use)	4,2%
Joplin	Free: \$0	3,7%
Apple Notes	Free: \$0	12,3%
Zoho Notebook	Free: \$0	2,6%
Bear	Free: \$0 Pro: \$1.49 за місяць або \$14.99 за рік	2,1%
Milanote	Free: \$0 (up to 100 notes) Professional: \$9.99 per month (billed annually)	1,9%

Довідкова інформація, яка, можливо, не має реального виразу

(джерело Copilot та інтернет).

Резюме:

- **Evernote:** Популярний додаток для ведення нотаток з такими потужними функціями, як веб-кліпінг та OCR, але його недоліками є обмежений безкоштовний тарифний план та складний інтерфейс.
- **OneNote:** безкоштовне і універсальне додаток, інтегроване з Microsoft Office, але має такі недоліки, як відсутність тегів і непостійний інтерфейс користувача на різних платформах.
- **Google Keep:** Проста та мінімалістична програма, інтегрована з сервісами Google, але не має можливості форматування та обмежене сховище.
- **Notion:** Потужна та гнучка програма, що об'єднує нотатки, завдання, бази даних, але має складну криву навчання та обмежений автономний режим.
- **Obsidian:** Інноваційна програма для ведення нотаток, заснована на персональній базі знань, але в ній відсутня синхронізація, спільна робота та підтримка мобільних пристрій.
- **Joplin:** Безкоштовна програма з відкритим вихідним кодом, натхнена Evernote, але з простим інтерфейсом та відсутністю функції веб-кліпінгу та OCR.
- **Apple Notes:** Рідний для пристрій Apple, простий, з такими функціями, як папки та теги, але не має кросплатформної сумісності.
- **Zoho Notebook:** Частина пакета Zoho, барвистий та елегантний, але не має веб-версії та версії для настільних комп'ютерів, а також обмежені можливості експорту.
- **Bear:** Мінімалістичний додаток для письменників та кодерів, що використовують Markdown, не має функції спільної роботи та синхронізації.

- **Milanote:** креативний та наочний додаток для ведення нотаток у режимі мозкового штурму, не має підтримки офлайн та мобільних пристрійв.
- Це дуже приблизні дані для ознайомлення (джерело Copilot та інтернет)!

Цікавий помітник (порівняння, ціноутворення, частка)

Порівняння 33 з конкурентами:

№	Характеристики	Види додатків			
		0. Noter	1. "Виборні" Телеграм та аналоги	2. Evernote, Notion, OneNote та СХОЖІ	3. Post-it app, Xiaomi Notes, Apple Notes, Samsung Notes, WriterP+,
1	Для кого (чого)?	Для особистого використання	Для команди або компанії (або для одного, якщо розглядати, як Конкурент-2)	Для особистого використання	
2	Що таке (одна) "нотатка"?	Єдиний запис у ЗЗ, унікальний, незалежний, містить у собі тільки власне повідомлення, не є файлом або складовою інших нотаток.	Нотатка - файл із трьома блоками: "основне поле", "назва" та "теги". Основне поле не обмежено за розміром та змістом.		Єдиний запис у блокноті, що не має чіткої форми та оформлення.
3	Навіщо "нотатка"? Яке функціональність "асередині"?	Для швидких записів без обмеження. Допустимі вставки, такі як фото, посилання або контакти, але в розумних обсягах.	Обсяг даних не обмежений: фото, відео, посилання, контакти, списки, таблиці та багато іншого можна зберігати та організовувати в один нотатки в різних комбінаціях.		Обсяг нотаток залежить від часу або розмір блокноту. Можна додатково внести номери, адреси електронної пошти, а також візуальні записи, такі як малюнки.
4	Функціонал	У ЗЗ від Конкурентів 1,2 та 3: 50% функціоналу, але краще адаптоване форматування (видлення, закреслення, список) та вбудоване форматування (відстань, відступи тощо). Унікальні особливості ЗЗ: 1. Чотири види навігації: розумний, фільтровий, календарний та лятерний пошук, пов'язані з унікальною структурою ЗЗ. 2. Паттернове(автоматичне)форматування, пов'язане з розумним пошуком та комп'ютерною лінгвістикою. 3. Автоматичне виділення ключових даних із посилань, контактів, геолокацій, імейлів та ін., покращуючи орієнтацію в нотатках та забезпечуючи розумний пошук. 4. Закріплення нотаток, повідомлення-нагадувачки, кольорове тегування, кілька "каналів", загальна зручність.	Обмежені можливості автоматизації, а також не можна прикріпити foto, відео, файли, посилання та інші елементи у нотатці.		

Ціна буде визначатися окремо від витрат і буде встановлена на рівні Office 365 надалі, хоча спочатку може бути завищеною, тому не можу назвати її ні перевагою, ні недоліком.

Цінова політика:

Отримання доходу відбуватиметься підписним шляхом. Буде загалом **три версії:** 1) **безкоштовна-обмежена-і-з-рекламою**, яку можна отримати просто завантаживши програму з Play Market або App Store; 2) **Базова версія** яка коштуватиме, припустимо, **10 долларів на місяць** і **100 долларів на рік**; 3) **Розширенна версія**, яка матиме додаткові можливості та характеристики, які відповідно будуть більш нішевими і ціна буде більш нішевою, припустимо, **15-20 долларів на місяць** і **150-180 долларів на рік** (всі числа приблизні, насправді вони будуть відрізнятися і залежатимуть від попиту).

Частка:

Передбачається одразу зайняти 5% ринку після виходу так званої **першої версії**, з подальшим збільшенням у 2 рази кожні півроку, тобто, 0, 5, 10, 20, прагнучи досягти спочатку половини через рік-два, а потім і більше половини. Це стосується і географічних груп, наприклад я можу сказати: 5% в Америці, але 10% в Європі. Хоча більшість ринку і перебуватиме в Америка, а в Європі на 2 місці.

Валідація (деякі положення):

Було прийнято рішення створити Займальний нотатник і тільки у вигляді чату з однієї простої причини – Вибрані Телеграми безперечно є кращим місцем для створення нотаток, ніж будь-яка з існуючих програм для створення нотаток (наприклад, Evernote, OneNote).

Зокрема, Вибрані Телеграми характеризуються:

1.Зручністю:

- a. Оперативне надсилання та зберігання різноманітних даних (тексту, посилань, фотографій, відео, аудіозаписів та файлів) у зашифрованому вигляді на серверах Телеграма.
- b. Легка передача інформації між пристроями.

2.Безпекою:

- a. Гарантований захист збережених даних шифруванням.
- b. Зберігання даних на серверах месенджера.
- c. Доступ до даних має лише власник облікового запису, запобігаючи перегляду або видаленню вибраних повідомлень з боку сторонніх осіб.

3.Функціональністю:

- a. Можливість проведення пошуку за хештегами, ключовими словами та датами.
- b. Спрощене знаходження потрібної інформації.

с. Додаткова практичність завдяки функції створення
нагадувань у вибраних телеграмах.

Якщо з приводу Зручності та Безпеки немає жодних претензій, крім того, що Вибрані Телеграм призначенні тільки для Телеграм, у той час як 33 призначений для будь-якої програми, для будь-якого місця тощо,

То щодо Функціональності є глибинні питання. Наприклад, хештеги, ключові слова і дати – це безперечно круто, доступно, зрозуміло і т. д. Але в Телеграм вони мають обмежені можливості і, зокрема, хештеги абсолютно незручно: ти просто чисто фізично не можеш швидко створювати хештеги, через які-той час ти просто перестаєш ними користуватися.

Друге – це нагадування. Теж класна штука, але працює за принципом - замітка створиться в той момент, коли прийде нагадування, що, м'яко кажучи, незручно, хотілося б, щоб нагадування можна було надіслати на будь-яку замітку, де б вона не знаходилася, щоб повернутися до того місця.

І інші фічі Телеграма, типу закріплення, для платної версії голосові повідомлення в текст і т. д. - це круто, але знову ж таки обмежено і не призначено конкретно для створення нотаток, але це зручніше, ніж Evernote.

Також кілька разів було проведено деяку фокус-групу, де було підтверджено вірність того, що люди (переважно студенти та ділові люди, а також науковці, творчі люди) створюють замітки у Телеграм, і це вони почали робити незалежно один від одного, тобто тут факт в наявності – економічна вигода та необхідність.

Цікавий примітник, крім того, що він є краще Evernote вже від самого факту, що він схожий на Вибрані Телеграми, володіє набагато більш розвиненим, але простим і зручним функціоналом для створення нотаток, але

також і навігації по них, що в середньому я вже назвав [Загальний опис](#), але, повторюючи, зокрема, перероблені:

1. **Створення нотаток**, де зберігається загальний зміст, але спрощується і робиться в рази зручнішим, наприклад, форматування (яке в ТГ, наприклад, створено швидше для публічних каналів, де необхідно для копірайтерів);
 - a. При цьому **створення нотаток** тепер відбувається швидше і за рахунок того, що отримати доступ до ЗЗ можна швидше та зручніше, ніж до Обраних Телеграм та з будь-якого місця.
2. Загалом **дизайн та структура** (загалом вигляд) будуть влаштовані таким чином (чітко враховуючи психологію людини), щоб чисто на вигляд максимально полегшити життя «помічників» (людині, яка створює нотатки) «міленіалу» (який користується сучасними ІТ технологіями), а також створити естетичне задоволення від процесу.
3. **Навігація**- Це **самаголовна** особливість Цікавого примітника. Вона побудована на 6 методах орієнтації за замітками, 5 у тому числі – це конкретні методи переміщення ними.
 - a. **Паттернове форматування**- це автоматичне форматування, яке таким чином за тебе оформлює будь-яке твоє повідомлення, не важливо, в якому воно форматі (текст, аудіо тощо), щоб тобі було максимально зрозуміло, про що кожне повідомлення та їхні групи, а також максимально легко по них переміщатися не відчуваю «перевантаженості» від кількості, коли мозок просто більшу частину відсіває.
 - b. **За ним слідує Паттерновий пошук**, який є лише наслідком Форматування, що дозволяє за загальними патернами між різними нотатками по них переміщатися (наприклад, патерн – слово «Бізнес» з точкою в кінці, таких патернів досить багато.

- с. **Закріплення**, у вигляді закріплень у самому **додатку**, як Телеграм, **врядку повідомлену** вигляді **повідомлення**(аналог повідомлення-нагадувачки, але не те саме), а також на **робочому столі** вигляді **віджета**.
- д. «**Розумний**» **пошук**- аналог пошуку в Телеграм (потім використовувати II, тому і розумний), **Календарний пошук**- удосконалена версія як у Телеграм, але вигляд абсолютно інший, цілком інший, це комерційна таємниця. I **Фільтровий пошук**- теж у якомусь сенсі схоже на такий же пошук у Телеграм, але тільки в радикально іншому вигляді настільки відрізняється, що вже і не можна сказати, що це те ж саме (теж комтайна). Всі ці види пошуку тісно між собою переплетені і не є чимось окремим незалежним як у Телеграм, а також вони повністю підлаштовані та зроблені, щоб **орієнтуватися у нотатках** не в чатах між людьми.
- е. **ІІ, лінгвістика, і т.д.** На самому початку або недалекому майбутньому в ЗЗ використовуватиметься передові напрацювання з ІІ та комп'ютерної лінгвістики для покращення функціоналу **пательнового форматування та пошуку**, а також «**розумного**» **пошуку**.

4. І багато іншого, на цьому зупиняємо.

Таким чином ЗЗ є в рази кращим за Вибрані ТГ для створення нотаток, отже він є більш конкурентним для цього. Але, оскільки ТГ за всіма показниками і абсолютно природним чином краще, ніж «додатки для нотаток» (у лапках, тому що я їх вважаю програмами для файлів, типу Word), типу Evernote, OneNote і т. д., то цікавий нотатник також у рази краще, ніж ці додатки.

Таким чином, можна вважати ЗЗ валідованим, але, як розумієте, все, що я сказав про ЗЗ – це нічого не сказав, а сам ЗЗ є лише невеликою частиною проекту «Тріада знання», які є лише маленькою частиною напряму «Знання», який є лише 1/3 від проекту et Human.

[Аудиторія Телеграм](#) більше півмільярда, можна припускати, що більшість користується Вибраними, з таких розрахунків, можна побачити кількість потенційної аудиторії ЗЗ, яку я вивів сам.

Маркетинговий план

Просування та продаж:

Просування ЗЗ відбудуватиметься насамперед через інтернет.

Використовуватимуться такі базові способи просування (реклами), як:

1. **Маркетплейси**(Play Market, App Store тощо), де буде розміщено сам ЗЗ (сам ЗЗ, іконка, зображення, текст, характеристики) та дані про нього, його можна буде завантажити, оцінити.
 - a. Там буде відбуватися комунікація з клієнтами, а також їх підтримка через систему відгуків.
2. **Нашвласний сайтет Human**, як, наприклад, у випадку Microsoft буде наш власний сайт, де буде загалом сказано про компанію, а також по кожному окремому проекту, включаючи ЗЗ.
 - a. **Landing page**. Як варіант можна буде створити Landing page і схильний до реклами, це буде такого роду продажу, особливо перші, і деяка валідація.
3. **MetaiGoogle**, а саме Facebook, Instagram, Google-пошук, YouTube, а також різноманітні сайти, де вбудована їх система реклами, але також iTikTok прямо рекламиуватимуть Цікавий примітник.
4. Крім того, за допомогою **соцмереж та месенджерів**, їх каналів та акаунтів, а також чат-ботів, особливо з вбудованим II, буде проводитися спілкування з клієнтами, з одного боку, як

консультації та продажу, а також реклама, та, з іншого боку, як формування спільноти навколо et Human.

5. + пряма реклама черезe-mail.

Монетизація

Завжди дуже важливе питання, яке виникає: навіть якщо люди хочуть отримати додаток, чи хочуть вони насправді його КУПИТИ і що потрібно зробити, щоб вони купили? Крім того, порушується питання про те, як утримати клієнта, адже головна особливість мого додатка – це постійне використання на щоденній основі до кінця життя.

Клієнт має пройти кілька стадій для цього. Весь процес монетизації повинен бути прямо пов'язаний із самим додатком, його функціоналом, емоціями і т. д., маніпулюючи цим, можна змушувати клієнта робити певні дії для досягнення мети монетизації.

Маркетинг, реклама, продаж, просування

Спочатку необхідно, що клієнт дізнався про цікавий замітник і захотів завантажити безкоштовну версію. Для цього потрібно розробити лендинг, контент для e-mail розсилок, рекламу для Google і т. д. Бажано вже розробити першу версію (уявимо, що ми так і зробили, і зробили повноцінну версію), розмістити її на Плей Маркет, Епп стор т.д.

Запускається маркетингова кампанія, розсилаються листи, клієнт заходить на лендинг, йому подобається те, що він там бачить (якщо не подобається, то ми щось зробили не так, або ідея неробоча – згортасмось), і він хоче завантажити програму, переходить, припустимо у Play Market.

Там його знову зустрічають маркетинг і дизайн, опис, картинки, йому все подобається і натискає на безкоштовну версію.

Безкоштовна версія, утримання та просування

Він запускає програму. Користується ним, розуміє, що воно зручніше в плані створення нотаток, ніж Telegram Вибрані, тим більше ніж Evernote, дизайн програми починає викликати у нього деякі емоції і він хоче з

раз на раз повернутися в безкоштовну версію Цікавого нотатника, але в безкоштовній версії стоять обмеження на орієнтацію в нотатках, немає повноцінної синхронізації (але навіть так 33 краще ТГ) тощо, і тут три варіанти розвитку подій:

1.Клієнт залишається і спочатку робить дуже багато нотаток.

Тоді у нього з'являється нестерпна тяга отримати доступ до таких розрекламованих фічів платної версії 33, які вгамують його спрагу (в орієнтації, у більшій зручності, синхронізації, припустимо, версії на ПК і т. п.), і він, відповідно, дотримуючись логіки, бажає перейти на платну версію і в якийсь момент часу купує, тому що в місяць вона коштує не дорожче за Office 365, а це невелика сума (на бідних людей я ніколи і не розраховував, будь-хто, хто може купити телефон, може купити і 33 , а жадібність не допоможе, якщо ти перебуваєш тут). Тут конверсія має бути максимальною.

2.Клієнт залишається, і він робить нотатки, але не так багато. Тут річ інша. Цей клієнт хоче користуватися безкоштовною версією (оскільки вона краща за будь-які інші додатки), але йому немає сенсу купувати платну версію, тому йому купувати не треба. Але подивимося на бачення 33: дедалі більше людей створює помітки (звісно ж 33). Це бачення свідчить як у тому, що ми задовольняємо поточний попит, а й у тому, що потрібно створювати новий, потрібно змушувати людей створювати якомога більше нотаток. І знову-таки нам на допомогу приходить дизайн і функціонал 33, необхідно все побудувати саме таким чином (досвідченим шляхом, методом проб і помилок), щоб людина, яка потрапила до БВ 33, поглиналася ним і 33 змушувала його створювати все більше нотаток, змушувала його міркувати і т. д. Таким чином потрібно зробити так, щоб клієнт 2 перетворився на клієнта 1 і справу вирішено. Тут конверсія буде меншою.

3.Клієнт йде. Якщо клієнти в масі йдуть, то в першу чергу необхідно переробити безкоштовну версію і зробити, якщо вона ще такою не стала, ніж будь-які подібні безкоштовні програми типу Vibranix, Evernote і т.д.**БЕЗКОШТОВНА ВЕРСІЯ ЗЗ ВЖЕ КРАЩЕ, НІЖ ІНШІ ДОДАТКИ НАВІТЬ ПЛАТНІ, АЛЕ НЕ КРАЩЕ ПЛАТНОГО ЗЗ.**

Платна версія, утримання, вічні клієнти

Таким чином, ми зробили так, щоб клієнт таки купив платну версію. Але тепер, слідуючи рекламі платної версії, необхідно показати клієнту, що він зробив правильний вибір, що це насправді те, що йому потрібно було, супер швидко, супер зручно, так атмосферно, ніби це твій дім, ти сидиш і розмірковуєш, і хочеш «повернутися додому» до ЗЗ, щоб записати свої думки, поділитися з ним своїми враженнями тощо – необхідно клієнта утримати.

І це вже вдалося зробити за рахунок ЗЗ. Але є ще

два моменти, які утримають клієнта:

1.Кількість нотаток. Адже клієнт купив повну версію, зокрема, з тієї причини, що він має багато нотаток і багато потрібно створювати і потрібно по них орієнтуватися. Але не може ж він відмовитися від цих спогадів та корисностей від спогадів (які мають бути такими і відчувається такими лише всередині ЗЗ). Тому ЗЗ він вже не видалить через один місяць або рік, але також він і не захоче повернутися назад, адже там доступ до величезної кількості нотаток загубиться (крім того, що буде в рази суші і сіріше, це 0).

2.«Сервіс». Подальше – це сервіс. Постійне додавання класних фіч до платної версії ЗЗ, покращення дизайну, допомога клієнту у разі проблем чи багом – все це його утримуватиме, не даватиме йому йти з платної версії або взагалі із ЗЗ.

Таким чином з трьох причин клієнт ставати «вічним»: він потрапляє в пастку платної версії,

І у нього не виникне питання: а навіщо я взагалі купив цю платну версію? Ні, такого не буде. Буде поступово формуватися база клієнтів, з якими ми взаємодіятимемо, кожен клієнт – це вічний клієнт. Краще втримати поточного, ніж замінити його на нового, а ще краще утримувати число, що все зростає.

Перехідні положення

Люди думаютъ, хотути думати, вони мають така потреба. Одні думаютъ менше, інші більше, але треба зробити так, щоб усі вони думали у Цікавому помітнику!

Люди думаютъ, але робили це безкоштовно, тепер вони мають платити за це гроши.

Резюме

Психологія комерції, або чому клієнт придає, після того як захоче отримати ЗЗ:

Безкоштовна версія (БВ)

1) Лінь тягне від ТГ до БВ ЗЗ

Платна версія (ПВ)

"Брак кисню", потрібно більше функціоналу і зручності з часом (коли нотатки накопичуються).

2) "НК" тягне від БВ до ПВ ЗЗ

Величезна кількість нотаток, зручність в орієнтації, емоційна прив'язка до 1) мислення в ЗЗ, 2) його функціоналу і 3) thoughts (нотаток, який безліч) у ньому.

3) TFT утримує клієнта у платній версії і його більше ніколи не відпускає, тому що: 1) треба далі думати, бо це корисно та приємно; 2) при цьому це дуже зручно, швидко і нічого не заважає, але все допомагає, а також 3) я не можу позбавитися своїх "творінь" (нотаток, це як можна позбутися своїх фото і т. д.).

Безкоштовна версія – це пастка. Найголовніше, щоб людина скачала її, таким чином вона клоне наживку і почне прив'язка до ЗЗ, якої вже не позбутися.

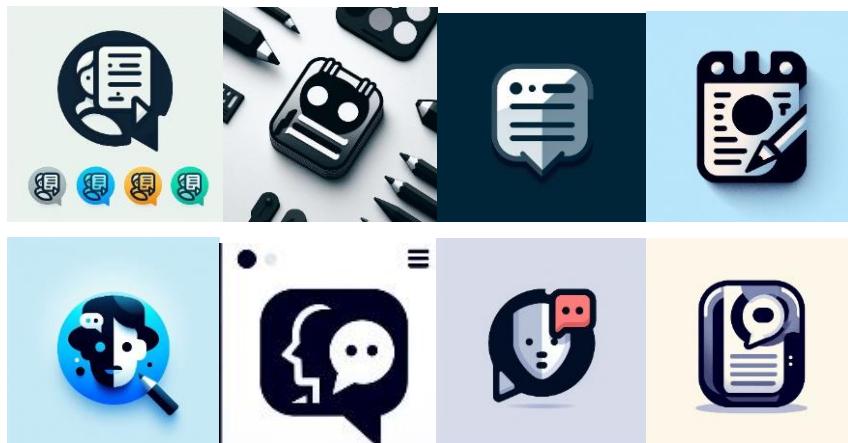
Кисневе голодування змусить згодом людину купити повну версію і тут знову немає повернення, вона потрапляє в пастку.

Потрібно зробити такий механізм, щоб людина від безкоштовної версії рухалася до вічної для неї платної (а там уже утримання клієнтів).

Але до цього завдяки самій безкоштовній версії, але також маркетинговим заходам та бренду, потрібно домогтися завантаження та запуску цієї безкоштовної версії, щоб запрацювало, про що я говорив до цього

Бренд та позиціонування

Варіанти іконок ЗЗ (*et Nota*):



Значок Human:



Іконка передає злиття людини та технологія і в результаті (технологічний) розвиток.

Бренд *et Human* полягає в тому, що він є найсучаснішою компанією, яка повністю робить свій акцент на розвитку людини і людства, при тому, що це «кінцева» компанія.

Таким чином все, що б не відбувалося в нашій компанії, має відразу відгукуватися в масах людей, ніби це прямо їх стосується (насправді це прямо їх стосується). Такий ефект вже є в самих топових компанії і, зокрема, в Apple, але Apple явно не приземлена компанія, а компанія швидше багатша. А наша компанія є приземленою в плані продукту (не обов'язково для бідних, взагалі без класів, просто: для людей), але супертехнологічна в майбутньому в плані створення продукту. Ми завжди намагатимемося робити продукти в маси, навіть коли це буде важко.

Це бренд постійної «присутності», він постійно ходить навколо людини, завжди над нею стоїть (у позитивному розумінні).

Тим самим наша компанія має на постійній основі втілювати наші принципи, бути інноваційною та передовою, з кожним днем вриваючись у будні людини з чимось проривним. І т.д.

et Human – це майбутнє. Так має воно читатись.

Бренд Цікавого примітника - це бренд-присутність теж, але вже в тому плані, що, оскільки люди мислять постійно, постійно помічають, постійно спостерігають, користуються примітником вони теж повинні постійно, як камерою або Інстаграм. Ця програма, яку вони не випускають з рук, не як Evernote.

При цьому, Цікавий нотатник - це найкращий, найшвидший, найзручніший і т. д. замітник, краще за нього просто немає.

Цікавий примітник - це будинок, до якого ти хочеш повернутися, це твоя зона комфорту. При кожній своїй думці ти маєш хотіти повернутися назад і зробити замітку. Ти повинен хотіти ревізувати свої нотатки, пошукати в них щось, і це знову наштовхне на думку, і ти знову підеш робити нотатку.

«А що ти записуєш у свій et Nota?» - Повинні питати один одного люди. Він повинен також людей соціалізувати, як це робив iPod. Люди ділітимуться своїми думками один з одним.

Цікавий примітник – це будинок, 33 – це друг, 33 – це ти. Easy, simple, fast, i user-friendly make and navigate notes.

Маркетингова тактика та стратегія + PR

Тут буде описано загалом маркетингова стратегія компанії, тобто саме яким чином товари наші будуть просуватися.

Маркетингові кампанії

Маркетингова кампанія складається з кількох аспектів та повторюється. Повторюється вона у різні ключові моменти для компанії (в першу чергу при виході нових продуктів або радикальному зміні старих, маркам повинен робитися хоча б раз на рік).

Початковим маркапом (ІМС) буде кампанія, коли буде готова стабільна перша версія цікавого нотатника (et Nota).

Перед проведенням маркапа (або як перша його частина) необхідно буде підготуватися, тобто зібрати базу даних (потенційних) клієнтів, проаналізувати, які найвигідніші способи і які будуть використовуватися для просування і т.д.

У кожному маркапі буде безпосередньо задіяно найвище керівництво.

Маркап (маркетингова кампанія) складається з трьох частин взаємних: 1) Реклама; 2) (Прямі) продажу; 3) PR. Докладніше про кожного з них.

Реклама

Спеціально для цього івента буде розроблено **різнопланова реклама**, де формуватиметься посил новизни, інноваційності і чогось такого неймовірно привабливого, щоб викликати у кожної людини, що її побачить, непереборне бажання натиснути на неї.

Буде обрано (бажано всі) способи просування (Meta, Google, TikTok і т. д.). За кожним із способів формуватиметься сама реклама для реклами, контент як самореклами (наприклад, в ТикТок).

Чітко буде прораховано, скільки це буде коштувати і детально проаналізовано потенційну ефективність.

Це основний метод.

Прямий продаж

Далі йдуть продажі. Це буде робитися в основному через розсилку email, а також особисті повідомлення, наприклад, в телеграмах (це спосіб рідше).

Буде підготовлено різнопланове та унікальне наповнення e-mailів та розіслано всім потенційним клієнтам (щоб не потрапити до спаму, над цим доведеться попрацювати).

У листі будуть вказані всі необхідні посилання на завантаження та/або ознайомлення з продуктом.

PR

Так само буде задіяно ЗМІ, а також виступи та прямі трансляції в YouTube та інших місцях – це PR.

Таким чином буде піднятий соціальний шум, і таким чином картина маркетингу буде повною.

Для виступу та ПТ буде орендована на час зали для таких випадків, чітко буде пророблено оформлення місця та презентація, до та після ефіру буде невелике спілкування зі ЗМІ.

Народ збиратиметься спеціально підібрані: таїй, що 100% є ЦА et Human і в даному випадку 33.

Колаборації

НАПИСАТИ ПРО МОЖЛИВЕ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗЗ У ТЕЛЕГРАМ ЯК ЗАМИНА ОБРАНИХ (КОЛАБОРАЦІЯ ТАКА)! Це в маркетинговій стратегії

Утримання клієнтів, бази клієнтів, підтримка

3. ВИРОБНИЦТВО

Необхідні фахівці та партнери

КЛЮЧОВІ СПІВПРАЦІ - Це ті, хто конкретно буде зайнятий у виробництві (наприклад, розробник) Цікавого помітника. Детальніше співробітники поділяються на:

- 1.Програмісти/Розробники ПЗ**(На всіх платформах);
 - 2.Серверний/back-end програміст**(Писатиме весьback-end);
 - a.Front-end програміст**(Писатиме сайт/-и);
 - 3.Програміст машинного навчанняII**, а також, можливо, Big Data (писатиме весь II для ЧЛ);
 - 4.Дизайнер**(який буде вигадувати весь дизайн (тобто дизайнувати) ЧЛ: від сайту до програм через всякі маркетплейси і т. д., логотипи, шрифти і таке інше):
 - a. Зокрема,дизайнер інтерфейсів**(вигадуватиме інтерфейси додатків на всіх платформах);
 - 5.Комп'ютерний лінгвіст**(який і відповідатиме за аналіз текстів та розробку способу їх аналізу, а також за розробку форсилок та автопосилань):
- До цього додатково:
- 6.Менеджер проекту**, який безпосередньо керуватиме цією командою.
 - 7.Тестувальник**, який тестуватиме і перевірятиме на працевздатність і баги Цікавий замітник (et Nota).
 - 8.та інші.**

Фахівець	Середня зарплата на місяць в Україні	Основні обов'язки
Бізнес-аналітик	\$ 2 500,00	Аналіз вимог, конкурентів та цільової аудиторії, створення технічного завдання та вайрфреймів, планування циклу розробки
Менеджер проекту	\$ 3 000,00	Управління процесом розробки, розподіл завдань, контроль термінів та бюджету, комунікація з клієнтом та командою
Фронтенд-розробник	\$ 2 500,00	Створення інтерфейсу користувача для веб-версії програми за допомогою HTML, CSS, JavaScript та інші технології
Бекенд-розробник	\$ 3 000,00	Створення логіки та взаємодії з базами даних для веб-версії програми, використовуючи PHP, Python, Java, Ruby та інші технології
iOS-розробник	\$ 3 000,00	Створення нативної програми для iOS, використовуючи Swift, Objective-C та інші технології
Android-розробник	\$ 2 500,00	Створення нативної програми для Android, використовуючи Java, Kotlin та інші технології
Крос-платформний розробник	\$ 3 000,00	Створення програм для різних платформ, використовуючи React Native, Flutter та інші технології
Тестувальник	\$ 1 800,00	Перевірка якості та працездатності програми на всій платформі, знаходження та виправлення помилок та багів, використовуючи різні методи та інструменти тестування
Дизайнер	\$ 2 000,00	Створення візуального образу та стилю програми на всій платформі, підбір кольорів, шрифтів, іконок, анимацій та інших елементів дизайну, облік принципів юзабіліті та користувальницького досвіду
Machine Learning Engineer	\$ 2 825,00	Розробка, реалізація та оптимізація моделей та алгоритмів машинного навчання
Разом	\$ 26 125,00	

КЛЮЧОВІ РЕСУРСИ – це кошти необхідні розробки та функціонування докладання. Саме ресурси поділяються на:

- 1.**Сервера:** оренда (офлайн), хостинг (онлайн) або покупка;
- 2.**Комп'ютерита/або ноутбуки, а такожнеобхідні аксесуари** до них;
- 3.**Столи,стільці та інші офісні предмети;**
- 4.**Приміщення(Офіс):** оренда або купівля;
- 5.**Електрика і Інтернет ;**
- 6.**Операційні системи (ОС) і програмне забезпечення:**
 - a.**Для програмування та розробки;**
 - b.**Для дизайнера;**
 - c.**Інше необхідне ПЗ**(наприклад, від ABBYY OCR та STT).

Ресурс	Середня вартість в Україні	Основні характеристики
Устаткування	\$1000 - \$3000 за один комп'ютер, \$200 - \$500 за один мобільний пристрій	Комп'ютери повинні мати достатню продуктивність, пам'ять, дисковий простір та інші характеристики, що підтримують різні середовища розробки та технології. Мобільні пристрой повинні представляти різні моделі, операльні системи та версії, щоб перевірити сумісність та працездатність програм.
Програмне забезпечення	\$0 - \$1000 за одну ліцензію	Варіті програмного забезпечення залежить від того, як вони будуть використовуватися для розробки програм, демонстрації технології безкоштовно та комерційно, з декількома платними та закритими. Наприклад, для розробки на iOS потрібна ліцензія на Xcode (\$99 на рік), а для розробки на Android потреба Android Studio (безкоштовно).
Сервіси	\$0 - \$1000 на місяць	Варіті послуг залежить від того, як вони будуть використовуватися для функціонування та підтримки програм. Деякі послуги безкоштовні або мають безкоштовні тарифи, а деякі платні або мають платні тарифи. Наприклад, для хостингу програм можна використовувати AWS (від \$0.01 за годину), Google Cloud (від \$0.07 за годину) або Heroku (від \$0 на місяць). Для публікації програм у магазинах додатків потрібно заплатити одноразову або щорічну плату, наприклад \$99 на рік за App Store, \$25 за Google Play, \$19 на рік за Microsoft Store.
Ліцензії	\$0 - \$1000 за одну ліцензію	Варіті ліцензій залежить від того, як ліцензії потрібні для використання різних програмних продуктів та сервісів, а також для публікації програм у різних магазинах додатків. Деякі ліцензії є безкоштовними або мають безкоштовні тарифи, а деякі платні або мають платні тарифи. Наприклад, для розробки додатків для iOS та Android варіті ліцензії MIT (безкоштовно), а для використання Python потреба ліцензія BSD (безкоштовно), для публікації програм в магазинах програм потрібно заплатити одноразову або щорічну плату, наприклад \$99 на рік за App Store, \$25 за Google Play, \$19 на рік за Microsoft Store.

КЛЮЧОВІ ПАРТНЕРИ - Це ті компанії, які необхідні для розробки та функціонування програми. Конкретно партнери поділяються на:

1.Матеріальне:

- a. Постачальники або сервери: або як оренда, або як хостинг, або як покупка;
- b. Комп'ютери, що поставляють, ноутбуки та аксесуари до них;
- c. Поставляє офісне приладдя: столи, стільці і т.д.
- d. Постачають електроенергію;
- e. Інтернет-провайдери;
- f. Надають або продають приміщення;

2.Постачаючі дизайнчи дизайннерів;

3.ОСiПЗ

- a. Що надають необхідне програмне забезпечення (ПЗ) для розробки та операційні системи (ПЗ);
- b. Надають ПЗ для дизайнерів;
- c. Що надають інше необхідне ПЗ (наприклад, OCR або STT);

Етапи створення

Кожен наступний етап включає попередній і надалі, крім самого- самого початку, вони йдуть завжди рука об руку в деякому колі.

Прототипування та дизайн

Все починається з прототипування та дизайну.

Необхідно розробити макети додатка в різних формах, які зустрічиме користувач (загалом, потрібно створити найпоширеніші).

Крім того, що на основі цих макетів буде створюватися сама програма, їх можна і потрібно буде використовувати для landing-сторінки, яка 100% використовуватиметься в просуванні, таким чином буде вбито двох зайців одним пострілом.

Дизайн та інтерфейс- дуже важлива складова цікавого помітника. Можна навіть сказати, що частина виробництва – це і буде виробництво дизайну і саме за нього платитимуть гроші (насправді за продукт – 1/3, за дизайн та інтерфейс, а взагалі за емоції – 1/3 та за бренд – 1/3, таким чином у сумі 100% ціни, кожна складова є важливою).

Тому на цьому буде зосереджено велику увагу. Продумуватимуться кожні дрібниці (але їх мало, тому буде легко), розташування кнопок, колір, шрифт, розміри блоків програми, відстані і т. д. Я лише приблизно бачу, як це може виглядати, але тут потрібна досить довга і копітка праця.

Як тільки буде готовий макет, дизайн та інтерфейс можна почати перекидати це на додаток, де вже розпочато розробку функціоналу (Виробництво).

Виробництво

Після цього настає етап виробництва. Необхідно розробити Першу версію програми (можливий проміжок – MVP), у цьому випадку спочатку **функціонал**(розробляється паралельно дизайну), а потім **івигляд** програми (після дизайну та макету).

Функціонал програми та приблизна структура інтерфейсу вказані в одному з моїх файлів і по суті є комерційною таємницею, не

для публічного використання, він детально опрацьований, записаний на багато десятків сторінок файлів з таким самим форматуванням тексту.

Але що буде розроблено в цілому вказано у цьому бізнес-плані дещо раз^[1] ^[2] та інші.

Тестування та контроль якості

Після того, як все буде готове, необхідно буде провести альфа та бета тестування для контролю якості функціоналу/дизайну/інтерфейсу.

Цим займатиметься спеціальний експерт – тестувальник – у разі альфи та дещо випадковим чином обрані клієнти у разі бети.

Як тільки будуть знайдені якісь помилки та баги, або щось не подобатиметься. Після цього відбудеться менеджером проекту і командою ревізія функціоналу та/або дизайну, потім повторюватимуться етапи 1, 2, 3. Вони повторюватимуться, поки кількість помилок і недоліків не буде мінімізовано до близького до нуля і після цього буде випущена Перша версія.

Планування та цикли розробки

Надалі таку ж процедуру проходитимуть і наступні версії. Але різниця полягає в тому, що спочатку розроблятиметься командою новий функціонал (дизайнуватися), після цього починають працювати дизайнери, якщо такі потрібні, і знову по колу, просто тут додається нові розробки, які вже придумані не мною, або відбуватиметься, що конкретно з того, що я придумав, буде розробка для певної версії, наприклад для безкоштовної та платної версії, але це вже узгоджуватиметься з фінансовим відділом (або просто фінансистом, який стежить за фінансовими показниками, і якщо ті впали, але конверсія з маркетингу продажів» висока, але необхідно природно змінити схему монетизації або змінити версії додатків так, щоб підлаштувати під монетизацію).

MVP

- **1) Одне вікно**Все відбувається в одному вікні, жодних переходів, тому Завдання спрощується в рази.
- **2) Головний елемент - замітка**Потрібно створити цей об'єкт. У нього буде в якості елементів: текст, текст буде форматування, дата і час, певні "теги"-значення та інше. Їх можна буде видаляти, копіювати, змінювати тощо.*Також можна вже у МЖП зробити можливість із нотаток робити повідомлення, гадаю, це складно не буде.*
- **3) 5 частин/блоків/елементів вікна**Вікно складатиметься або, швидше, "мати" 5 частин:
- **3.1)**Один блок буде використовуватися длястворення нотаток та форматуваннятексту у них;
- **3.2)**Другий блок, де будутьрозташовувати нотатки(я вже бачу, як ти представляєш додаток для нотаток на своєму телефоні;ні, et Nota кардинально відрізняється), і він теж зі своїми особливостями;
- **3.3)**Останні три блоки пов'язані знавігацією за нотатками, наприклад **Пошук**.
- **4) Форматування**тексту нотаток є два, на даний момент (уMVP та ПВ), виду форматування:
- **4.1) Задане**Відступ першого рядка в абзаці, шрифт, розмір шрифту, відстань між рядками тощо.
- **4.2) Задається**Три таких:**1. Виділення**(ймовірно, жирним);**2. Закреслення**(антивиділення, По суті);**3. Перетворення**абзацу/-їв на нумерований список, **абонумерація абзаців**.
- **5) Все**ось це, очевидно,**пов'язано**між собою, а не просто окремі блоки та функції.

"Перша версія"

- **5) Back-end**Бек-енд у значенні **акаунт**, який буде використовуватися для **синхронізації**, для зберігання ньому даних (нотаток, наприклад, і для виконання деяких **функцій**, які будуть у майбутньому (наприклад, "розумний" пошук або STT). У першою версії це можна зробити максимально просто, головне щоб працювало.
 - **5.1) AI**У бекенд необхідно відразу починати розробляти мовні моделі у тому, щоб поступово всі види орієнтації переорієнтувати на штучний інтелект.
- **6) Monetization**Монетизація пов'язана з бек-енд, тому, якщо вирішиться одне – зважиться й інше. Оплата буде від **Google**.

Як видно, щоб отримати першу версію, потрібно лише підключити «фон», щоб додаток не був самим собою, тут же автоматично підключається II, а також монетизація.

Також у якомусь сенсі можна вважати MVP – тією безкоштовною версією, а першу версію – першою версією вже платною звичайно.

Back-end

Декілька слів про бек-енд.

Він є дуже важливою частиною. Він необхідний для зберігання нотаток, а найголовніше деяких файлів нотаток, типу аудіо, фото, на сервері, щоб розвантажити телефон (по суті, як у телеграмах), на цьому ж сервері вони повинні максимально стиснуті в розмірі та захищені. І треба зробити таким чином, щоб, коли людина хотіла подивитися на нотатки у певній даті, вони з'являлися, це чудово реалізовано у Телеграм.

Далі йде II, які працює з аудіо – STT – та текстом, а саме розумний пошук та патернове форматування та пошук. Ці два (три) способи

орієнтування за нотатками - фішки 33 (крім інших фішок), і вони повністю побудовані на машинному навчанні і це може відбуватися тільки на сервері. Буде пророблено дуже серйозну роботу над цим функціоналом, проаналізовано, як люди використовують мову, як вони використовують для цього клавіатуру, як вони кажуть, які є патерни тощо, благо це все засноване на одному II.

І звичайно ж бек-енд пов'язаний із монетизацією. Версія програми у маркеті і просто для скачування буде одна і безкоштовна. Розширені можливості будуть підключенні віддалено за рахунок бек-енду, як це робиться у всіх інших додатках (Telegram, Duolingo, Office і т. д.).

Продуктивність (інвестиції в людей, крива навчання тощо)

Люди – це найважливіша складова нашої компанії, оскільки наш проект загалом і зокрема є трудомістким. Як відомо, саме люди є основним джерелом тієї самої додаткової вартості, яку ми називаємо прибутком.

Відповідно, велика частина інвестицій йтиме саме у людський капітал – у людей.

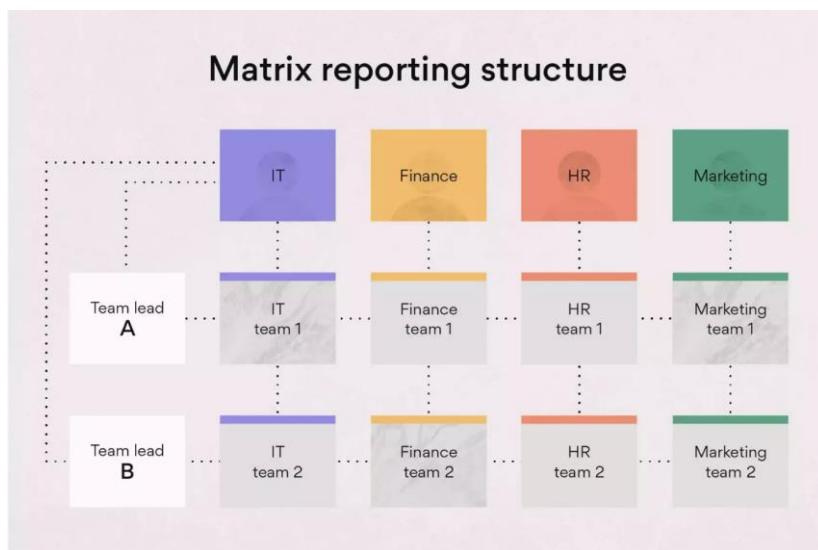
Конкретно, як відбудуватиметься процес найму, навчання тощо сказано у відділі [Оргструктура](#).

Ми не маємо віддачі від масштабу, оскільки продукт один, але працює так звана крива навчання. Кожен новий співробітник спочатку може мати низький ККД, але з часом він зростатиме.

4. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

Управління

В основі на першому етапі розвитку (абстракції) буде використовуватися матрична структура. Вона ідеально підходить, коли йдеться про величезну кількість несхожих між собою, але, можливо, пов'язаних проектів. У et Human їх реально багато.



Але на початковому етапі структура спочатку буде базовою лінійною через роботу лише над одним проектом невеликою командою, а потім пройде поступову трансформацію через функціональну оргструктуру до матричної.

Деякі проекти, типу [книжковий світ] (пробна назва – Гармонія) вимагатиме окрему оргструктуру, оскільки ці проекти надто комплексні, наприклад ця сама Гармонія вимагатиме командної гнучкої структури, за прикладом Netflix.

З приводу Управління, фінансів, виробництва та маркетингу Це є центральні складові et Human. Управління та фінанси – це особливість будь-якої компанії (включаючи бізнес-процеси), а виробництво та маркетинг можуть бути так само будь-який, але зазвичай це лише одне з них і рідко чиста комбінація, для et Human, як і для Apple, маркетинг і бренд

- Це рівноправна частина компанії, не менш важлива, що розробка та виробництво.

Управлінням і фінансами спочатку займатимуся я, а для маркетингу і, поки що, розробки будуть найматися таланти, ну а поки що лише залучатимуться студенти.

Накладки

1.Команда:

a.**Рекрутментта** HR (навіть НН). Буде відбуватися спеціальна процедура набору геніїв у нашу команду, хоча звісно ці генії шукатимуться не лише за наявністю самого таланту, а ще й щодо дотримання цінностей. Хоч би як це звучало нереально, але наша компанія намагатиметься монополізувати ринок праці талантів з боку попиту (стати монопсонією), таким як Google або Майкрософт, але ширше. Наш перший проект – Тріада знання – це проект про сприяння продукуванню знання, насамперед геніїв це й стосується, що призводить до того, що вони ставатимуть такими завдяки нам і, природно, захочуть потрапити до нашої компанії (говорячи про тих фахівців, які нам необхідні).

b.**Мотивація.** Вона буде підтримуватися різними способами, але найголовнішими і центральними стосуватимуться самої компанії ії розвитку та майбутнього і того, як це пов'язано з людьми, потрібно передати кожному співробітнику, що вони роблять

майбутнє, наближаючи щось неймовірне. Не буде ні хвилини спокою, після кожного успішного проекту буде анонсовано новий і так доки не пройдуть всі етапи розвитку et Human. Необхідно чітко прив'язати розвитку та досягнення компанії зі своїми бажаннями, зі своїми цілями, зі своїми сенсом.

c. **OKR, KPI.** Природно буде використано системи контролю за продуктивністю праці.

d. Крім того, все необхідне буде надаватися робітникам (не рахуючи початкової команди поки що):

- i. Відпустки
- ii. Івенти;
- iii. Страхування;
- iv. Пенсійний фонд;
- v. Інші виплати (бонуси), фічі і плюшки;

2. **Інфраструктура:**

a. **Онлайн:** CRM, загальна корпоративна мережа, чати і т. д.
– все це буде влаштовано для зручності роботи,
природно це все буде делеговано на аутсорсинг, крім
конфіденційно важливих елементів.

b. **Офлайн:** оренда **офісу**, Купівля все для нього необхідного,
сервера, їх налагодження (відповідно сісадмін), інтернет,
світло тощо. Безперечне офіс, комп'ютери, півночі
необхідно охороняти як фізично, так і віртуально, цим
займатимуться охоронці та кібербезпека. Буде
делеговано практично все, але з упором на
конфіденційність.

3. У майбутньому, звичайно, торкаючись питання **самостійності**, всі
необхідні включаючи **інфраструктуру і адміністрацію** будуть
у середині нашої компанії, оскільки компанія стане занадто великою,

щоб цими елементами керував хтось чужий і певно маленький.*Але спочатку все буде делеговано, крім виробництва та маркетингу, що є центральним, а також управління та фінансів, що є важливим для будь-якої фірми.*

4. Адміністрація:

- a. Бухгалтерія. Необхідно найняти бухгалтерів тощо. Але ймовірно це буде делегуватися поза, оскільки це не є нашою спеціалізацією.
- b. Юридичний відділ. По суті, те саме стосується і юридичного відділу.

5. Бізнес-процеси. Спочатку їх не буде (оскільки це стартап), але поступово в міру розвитку та перетворення на компанію всі стихійні процеси будуть замінюватися впорядкованими процесами, які ще й самі себе шліфують, тобто бізнес-процесами. Процеси розробки, пошуку команди, взаємодії з клієнтами на постійній основі, управління, маркетингу тощо буде утворюватися. (До речі, особисто моя думка, що компанія – це і є про бізнес-процеси і є самі ці бізнес-процеси. Без них компанія не компанія.)

6. Маркетинг. У маркетингу буде зайнято фахівці і буде використано спеціальні системи для стеження за всіма показниками, коротко:

- a. **Маркетолог** головний і маркетологи нішеві, типу SMM-менеджера, SEO-оптимізатора і т. д. (я особисто їх приплітаю до маркетингу. Головний маркетолог в першу чергу займатиметься брендом et Human.
- b. **Дизайнери**, які працюватимуть над брендом, логотипом, а також необхідними елементами бренду (типу шрифтів, кольорів тощо), вони ж повинні на постійній основі

поступово трансформувати це для безперервного відчуття новизни.

с. Різні системи, типу CRM, бази даних, Canva тощо буде надано для маркетологів та дизайнерів, щоб їм нічого не заважало працювати над маркетингом et Human.

d. Маркетинг – це така сама сфера виробництва Human,

як і сама технологія продуктів. Дуже важливе місце має бренд, великі маркетингові кампанії і т. д. Це буде призводити до того, що ціни можна буде завищувати вище за їхню вартість (насправді це буде відбуватися, оскільки буде додаткова вартість у вигляді витрат на маркетинг і додаткова вартість, створена маркетингом) , Тим самим прибуток можна багаторазово збільшити.

7. Фінанси. Зрозуміло, потрібно буде управляти фінансами. Саме на основі фінансових показників змінюватиметься і коригуватиметься все інше: управління, маркетинг, розробка, бренд, дизайн і т. д. Спочатку фінансами, як і управлінням, займатимуся я особисто, можливо, залучаючи необхідних консультантів, але тому вони делегуватимуться професіоналам у цій сфері. Усі необхідні фінансові документи, показники тощо будуть формуватися, як і в будь-якій іншій компанії. Як і в будь-якій іншій компанії, крім операційної діяльності, може відбуватися і фінансова, з інвестиціями у цінні папери. ЧПС тощо. буд. Також відбуватиметься через фінанси розрахунок необхідності поглинання сторонньої компанії, створення нової замість розширення поточної тощо.

5. РИЗИКИ

Технічні ризики

Вони можуть статися на виробництві, наприклад пожежа в офісі, але найважливіше та ризиковане – це сервери. Якщо з ними щось станеться, це дуже сильно вдарить по компанії, відповідно їх потрібно захистити: від пожежі, від неполадок, від застою, від недостачі, від вимкнення електрики.

Це робитиметься рахунок диверсифікації серверів та його дублювання як резервного копіювання даних із центральних серверів на додаткові.

Крім цього, кожен набір серверів буде підтримуватися групою фахівців та систем, таких як сисадмін, охорона, клінінг спеціаліст, пожежна система безпеки, резервні акумулятори, генератори та інші джерела енергії тощо, для безперебійного функціонування серверів.

Як варіант робота з серверами делегуватиметься іншим службам, але тут у справу входить проблема з конфіденційністю клієнтів.

Кіберриски

Сюди входить можливість злому серверів та витік даних клієнтів. Для вирішення цієї проблеми буде найнято фахівців з кібербезпеки, а у разі вдалого злому будуть підключені спеціальні протоколи для мінімізації витоку та виявлення місцезнаходження хакера, з відповідною взаємодією з поліцією.

Юридичні ризики

1. Пов'язані з неправильним функціонуванням чи відповідністю **оргструктури**. Щоб цього уникнути, Статут та юридична форма бізнесу мають бути обрані відповідно до фактичних особливостей компанії. Так як спочатку компанії буде IT, то у відповідність до цього повинні бути обрані всі юридичні норми. Але надалі відбудуватиметься розвиток та доповнення у спеціалізації, що відповідно має позначитися на тому, як необхідно оформити цей розвиток: зміною статут та юр форми,

створенням дочірньої компанії, створенням іншої компанії, і це дві компанії підпорядковувати холдингу і т.д.

2. Стосуємо авторських прав компанії. Додатки, сайти, дизайни, функціонали і т. д. – тобто власність et Human повинні бути повинні або захищенні авторським правом (у випадку сайту або коду), або патентовані (у разі унікального дизайну, наприклад).

3. Права клієнтів можуть бути порушені через невирішене або неправильне використання їх особистих даних (які будуть неминуче збиратися), а також через можливий витік даних, наприклад через хакерів. Таким чином необхідно чітко опрацювати ряд юридичних документів (Угода про використання додатка; Політика конфіденційності; Умови використання; Ліцензійна угода; Угода про гарантію; Угода про повернення грошей та багато іншого), з одного боку, а з іншого боку – не допустити порушення прав клієнтів (нами) та захистити їх дані від потрапляння в ті руки.

а. З цим же пов'язаний **ризик втрати довіри клієнтів** тому не потрібно просто юридично себе захищати від будь-яких провалів, а потрібно не допускати будь-яких порушень.

4. Дотримання законів материнської держави та інших держав, де продається продукція підприємства. Повинні бути вивчені та опрацювані все законодавство, яке стосується нашого бізнесу та його спеціалізація в материнській країні та інших країнах, щоб не допустити порушення законів і тим самим штрафів, кримінальних переслідувань та втрати ринку.

Фінансові ризики

Нестача капіталу

У якийсь момент часу може настати успіх і потрібно буде розширюватися. І цей момент можна зіткнутися із відсутністю

відповідних грошей, тому необхідно буде зайнятися залученням інвестицій, що робитиметься у різний спосіб: IPO або випуск нових акцій, випуск облігацій, кредит у банках під вигідний відсоток тощо.

Касові розриви

Природна проблема будь-якого бізнесу – касові розриви. Лікуватиметься базовими способами, наприклад короткостроковим припливом готівка за рахунок короткострокових кредитів, але найголовніший метод боротьби з розривами – це їх недопущення.

Неправильно побудована модель продажів

Може так статися, що аудиторія відмовлятиметься від платної версії програми, незважаючи на те, що їм подобається програма в цілому. Це часто проблема у різних IT-продуктів підписки з безкоштовною версією, наприклад Telegram, Duolingo.

Для вирішення цієї проблеми необхідно буде коригувати ціну звичайних і розширених версій, а також функціонал усіх версій, щоб створити ситуація, щоб клієнти почали рухатися від безкоштовної як мінімум до звичайної, а краще і до розширеної.

Економічно, політичні та інші ризики

Економічні та політичні кризи, тероризм тощо. Деякі повністю неминучі, інші уникають змін дислокації з однієї держави на іншу.

Спочатку розташування буде в Україні, але надалі відразу шукатиметься можливість знайти стабільні економічні райони, типу Дубая, Данії тощо з більш вигідними умовами та найнижчими ризиками цього плану.