

PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
<p>Проблема, которая на поверхности -- люди хотят знакомиться с людьми противоположного пола, которых они видят в офлайне.</p> <p>Проблема, а вернее потребность, которая лежит в основе -- желание допаминового скачка.</p> <p>В итоге, я предполагаю, что flurr -- это не только и не столько приложение для знакомств, сколько соцсеть. Где показываемые пары -- это люди, которых ты видишь в офлайне: одноклассники, сокурсники, соседи, люди из одного района, из одного бизнес-центра, и тд.</p> <p>То есть глобально это три основные пункта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Место где ты живёшь -- твой район 2. Транспорт 3. Институт/работа 	<p>Дать людям возможность лайкать в онлайн тех, кого они видят в офлайне, но с к которыми не общаются лично и к которым стрёмно подкатить в офлайне.</p>	<p>С чем захожу: "Тиндер с твоими сокурсниками в телеге"</p>	<p>☒</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Студенты, которые видят своих сокурсников, когда заходят из одной и той же локации 2. Люди, живущие в одном районе
EXISTING ALTERNATIVES	KEY METRICS	HIGH-LEVEL CONCEPT	CHANNELS	EARLY ADOPTERS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Zодier. То же самое. 2. Тиндер (начинался с универов, то есть мотивация была та же. В итоге изначальный фокус на студентах ушёл, но остался фокус на людях поблизости. Хотя сейчас они при регистрации предлагают выбрать универ, но в России это пока не зашло: наших вузов там нет) 3. Для студентов первых курсов -- vk, и ПОГОВОРИТЬ С НИМИ! 	<p>На начальном этапе, когда я хочу проверить, насколько это интересно людям, это скорее качественные метрики. Их можно выразить и количественно, но сложно назвать, какие значения "правильные". То есть, при каких значениях можно продолжать развитие, а при каких -- закругляться.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. "User acquisition": соотношение тех, кто увидел рекламу, к тем, кто зарегался. Или, происходит ли виральность -- есть ли органические регистрации спустя день после рекламы? Спустя неделю? Месяц? 2. "Retention": насколько люди продолжают этим пользоваться, а сколько народу банит бота? <p>Дальше надо считать, насколько это выгодно. То есть, зарабатываю ли я или теряю деньги. Метрики</p>	<p>Flurr = Tinder + telegram</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Для студентов первых курсов: Группы в vk а ля "Подслушано Вышка" 2. Профили районов в инсте (если делать упор на локальность) 3. Группы районов в vk <p>фб в этом плане тухляк.</p>	<p>Предполагал, что студенты, но по факту им это не зашло. Так что хз.</p>
COST STRUCTURE			REVENUE STREAMS	
<p>Инфра</p> <p>Реклама для привлечения новых пользователей</p>				

