

Цели по SMART:

бизнес

- до 30.04.2025 получить 10 покупок MVP (методички)

маркетинг

- к 25 марта привлечь по 15 подписчиков на каждый канал продвижения - в группу ВК, телеграм-канал и блог на дзене

продуктовая цель

- к 20 марта разработать MVP (методичку с чек-листами, лайфхаками и рекомендациями "Общаться с иностранцами. Как?")
- к 20 марта разработать лендинг, готовый к запуску рекламы

PESTEL

Политические	
Нестабильная международная и внутренняя обстановка, сложно прогнозировать развитие бизнеса	-1
Санкции, сложности с оплатой картами РФ	-1
Блокировка международных сервисов, в которых можно продвигать продукт на международную аудиторию, в том числе создавать коллаборациями с инфлюенсерами (билингвами, полиглотами)	-1
Возможность участия в конкурсах на получение грантов, субсидий от государства	+1
Развитие внешнеполитических связей между государствами, растет интерес к изучению языков	+1
Политика государств, направленная на межкультурный обмен между государствами	+1
Экономические	
Экономический кризис и инфляции	-1
Рост стоимости образовательных услуг (курсов, репетиторов) - в итоге люди склонны искать бесплатные или дешевые альтернативы	+1
Растет рынок изучения иностранных языков: в 2022 году объем мирового рынка онлайн-обучения языков составлял 15,26 млрд долларов США, и 2025 прогнозируется в 25 млрд, а к 2030 году уже 41,63 млрд долларов США	+1

Социокультурные	
Владение иностранным языком большинством считается важным и нужным, вписывается в представления людей об успешном человеке	+1
Интерес к иностранной культуре и как следствие желание изучать язык страны	+1
Тенденция для релокации, люди ищут себе комфортное место для проживания	+1
Люди любят изучать язык в простой и доступной форме, общение с людьми на интересные темы мотивирует людей изучать язык	+1
Глобализация, без знания языка доступ к информации, ресурсам ограничен, владение иностранными языками открывает перед людьми больше возможностей, карьерных перспектив	+1
Технологические	
Усовершенствование и развитие ИИ в области перевода, транскрибировании аудио	+1
Доступность интернета, повсеместное распространение компьютеров и телефонов, не требует каких то специальных приспособлений	+1
Активно развиваются новые технологии, возможности для улучшения пользовательского опыта	+1
Развитие и совершенствование ИИ как собеседника вместо живого человека	-1
Законодательные	
Закон о защите персональных данных и конфиденциальности информации, людям важно, чтобы их данные были под защитой	+1
Экологические	
Экологические факторы в перспективе значимого влияния не оказывают	0

SWOT

Strengths (Сильные стороны):

- 1) Удобство использования: фильтры для подбора подходящего собеседника, расширенный поиск по схожим интересам
- 2) Инструменты для поддержания беседы между собеседниками: тематические карточки (вопросы и темы для бесед по интересам), ИИ который подскажет на основе интересов собеседников возможные темы и вопросы для продолжения разговора

- 3) Ценообразование: самая низкая стоимость подписки на рынке - по цене чашки кофе
- 4) Инновационные функции: мини соцсеть внутри приложения, можно узнать больше о собеседнике
- 5) Расширенные возможности интерфейса: можно создать группы по интересам, общаться с несколькими участниками одновременно (создание бесед по интересам)
- 6) Удобный интерфейс для исправления ошибок - больше не нужно переписывать полностью предложение, оно копируется автоматически, достаточно выделить ошибку и исправить ее

Weaknesses (Слабые стороны):

- 1) Ограниченные финансовые ресурсы на продвижение, разработку
- 2) Нет сформированной команды
- 3) Нет известности, проект в самом начале пути

Opportunities (Возможности)

- 1) Государственная поддержка начинающих предпринимателей, гранты, субсидии на разработку продукта
- 2) Повышение квалификации команды - семинары, лекции, образовательные программы по теме ведения бизнеса, продвижения продукта, разработки цифровых продуктов, управления командой
- 3) Дальнейшее развитие ИИ - усовершенствование системы перевода, рекомендаций
- 4) Поиск инвесторов, заинтересованных во вложении денег в стартапы
- 5) Тренд на использование ИИ
- 6) Растущий спрос на общение с носителями языка
- 7) Тренд на геймификацию в обучении

Threats (Угрозы):

- 1) Сильные конкуренты - есть уже устоявшиеся подобные сервисы, к которым люди уже привыкли, удобство поиска собеседников на альтернативных источниках
- 2) Конкуренты добавляют аналогичные фишки в свои продукты
- 3) Рост стоимости в разработки
- 4) Санкции, нестабильная международная обстановка
- 5) Инфляция, финансовый кризис

SO (Strengths-Opportunities):

- 1) Разработать систему геймификации: поощрения пользователей, внутреннюю валюту сервиса, возможность зарабатывать определенные достижения, которые позволят сохранять мотивацию пользоваться продуктом
- 2) Разработать и внедрить механики ИИ для улучшения пользовательского опыта (улучшенный перевод, автосубтитры, помощь в понимании культурных различий)
- 3) Предложить коллаборацию университетам для привлечения студентов по обмену, которые приехали в Россию

ST (Strengths-Threats):

- 1) Преодолеть недостаток известности с помощью коллаборации с инфлюенсерами
- 2) Создать сильный личный бренд, привлекательного маскота для того чтобы выделяться на фоне конкурентов, конкурировать за счет бренда, а не функций
- 3) Использовать в продвижении акцент на фиши продукта, которых нет у конкурентов, для привлечения пользователей

WT (Weaknesses-Threats):

- 1) Активное ведение соцсетей, коллаборации с инфлюенсерами, преподавателями иностранных языков, продуманная коммуникационная стратегия
- 2) Поиск грантов, участие в конкурсах, монетизация за счет дополнительных ресурсов

WO (Weaknesses-Opportunities):

- 1) Пройти курсы повышения квалификации по командообразованию для формирования команды
- 2) Участвовать в семинарах для стартаперов, предпринимателей для нетворкинга, рекрутинга кадров в команду
- 3) Получить господдержку для начинающих предпринимателей, участвовать в конкурсах на гранты, найти инвесторов для продвижения продукта и разработки фиш проекта
- 4) Внедрять актуальные возможности ИИ в работу сервиса (отслеживать развитие возможностей ИИ)

Просчеты внутри

- Продукт: сервис для поиска собеседников для взаимного языкового обмена.
- Ценность для клиента – закрыть потребность в тренировке разговорных навыков, делегировать необходимость бегать по разным ресурсам с иностранцами и искать того, кто готов поговорить, а также снизить денежные затраты на обучение с репетиторами
- Конкуренты и аналоги: такие же сервисы по поиску собеседников, международные и внутренние (национальные) соцсети, репетиторы и платные собеседники на сторонних ресурсах (сервисов с объявлениями вроде Авито), международные сайты знакомств
- Контент: поиск по фильтрам собеседников, карточки для старта беседы, группы по интересам, мини-соцсеть

Рынок продукта

- Отрасль: международный онлайн рынок изучения иностранных языков
- Конечный потребитель: изучающие иностранный язык
- География – весь мир. Бесплатные и платные(+премиум) опции по тарифам подписки.
- Конечный продукт: Сервис с мессенджерами и видео-аудиозвонками
- Название рынка: рынок онлайн образовательных услуг во всем мире, уже - онлайн услуг в сфере изучения иностранных языков. Ниша (часть рынка), которая наиболее близка по форме к продукту – это онлайн сервисы.

Оценка рынка

1. Сверху вниз

В 2022 году объем мирового рынка онлайн-обучения языков составлял 15,26 млрд долларов США. Возьмем за предположение, что 60% изучающим необходимы разговорные навыки

PAM/TAM $15,26 \times 0.6 = 9.1$ млрд долларов США

Так как рынок изначально международный, поэтому PAM он же и TAM в данном случае.

SAM. Возьмем за предположение, что наиболее проактивная часть примерно 20 % (не все готовы дополнительно тренировать разговорные навыки с помощью языкового обмена, кому-то хватает аудиторных занятий или с репетитором или общения вживую)

SAM $= 0,2 \times 9,1$ млрд $= 1.8$ млрд долларов США

SOM. Гугл плей показывает около 6 подобных приложений с количеством скачиваний более 5-10 млн

SOM $= 300$ млн долларов США

2. Снизу-вверх

Население развивающихся стран - 1 млрд 450 По данным гугла 17% активно изучают иностранные языки.

Заложим в качестве УТП стоимость стандартной подписки как чашки кофе - 259 р, которая подойдет большинству пользователей (предположим, что большинство людей не сильно готово вкладывать большие суммы на дополнительные сервисы для обучения помимо основных)

TAM = 259 руб x 246 млн чел = 63.7 млрд рублей

SAM. Предположим, что 10% из изучающих язык используют различные онлайн сервисы для обучения

SAM = 259 руб x 24.6 млн чел = 6.3 млрд рублей

Предположим, что только 2% изучающих онлайн практикуют говорение с иностранцами онлайн

SOM = 259 x (0.493X12) = 1.5 млрд руб/год