SWOT-анализ

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
● идея последовательности: результат игры влияет на следующую; ● у RealPlay, Kidivity и Wings адаптация по результату в открытых описаниях не выявлена; ● ребёнок играет без экрана, приложение нужно только родителю; ● узкий фокус на возраст 5–7 лет; ● сокращение выбора до одной подходящей игры; ● использование материалов, которые уже есть дома; ● простая механика из пяти шагов.	● ключевая идея пока остаётся гипотезой и не проверена на пользователях; ● родителю нужно давать обратную связь после игры, а это лишнее действие; ● качество адаптации зависит от субъективной оценки родителя; ● нет готовой базы игр, бренда и аудитории; ● узкий возрастной диапазон ограничивает размер аудитории; ● ограниченные ресурсы учебного проекта.
Возможности (Opportunities)	**Угрозы (Threats)**
● рынок дополнительного детского образования и EdTech растёт; ● спрос на занятия без экрана и осознанное родительство; ● перегруз выбором из-за большого числа бесплатных материалов; ● накопленные данные о результатах позволят улучшать рекомендации; ● расширение на другие возрасты и партнёрства с центрами и детскими садами.	● конкуренты могут добавить адаптацию по результату; ● бесплатные альтернативы (поиск, Pinterest, YouTube, Telegram); ● замедление роста EdTech и усиление конкуренции с бесплатными инструментами; ● усталость родителей от приложений и подписок; ● требования к работе с данными о детях; ● зависимость от магазинов приложений; ● сокращение числа детей 5–7 лет из-за снижения рождаемости.

Выводы из SWOT:

- опираться на главное отличие (сильная сторона) — последовательную траекторию — и использовать спрос на screen-free как возможность;
- снизить нагрузку обратной связи (слабая сторона): оценка результата должна занимать не более минуты;
- на ранних этапах проверять гипотезу на небольшой группе родителей, прежде чем строить большую базу игр;
- чтобы не потерять аудиторию из-за бесплатных альтернатив, делать упор на экономию времени и персональный следующий шаг.