

1. Бенчмаркинг продуктов wellness и habit-сферы

Название	Стратегии и фокус	Что применить для Блимп
Fabulous	Формирует привычки через программы и визуальную мотивацию. Использует элементы психологии и геймификацию. Сильный визуальный стиль и эмоциональные цитаты.	• Добавить визуальные микро-достижения и “эмоциональные” награды (например, «день без давления») • Использовать визуальные трекары прогресса в виде рукописных отметок.
Finch	Self-care через заботу о виртуальном персонаже-питомце. Поддержка, добрый TOV и эмоциональная вовлечённость.	• Маскот Блимпа — циклоп — может “реагировать” на успехи пользователя и мягко поддерживать. • Добавить эмоции и “личность” бота.
Stoic	Микропрактики, основанные на философии стоицизма. Минимализм и ежедневная рефлексия.	• Сделать фокус на коротких, осознанных шагах без перегрузки. • Добавить элемент дневника или заметок.
Intellect	Научный подход к улучшению самочувствия, персональные программы и трекары.	• Интегрировать подбор привычек по научно-подтверждённым эффектам. • Отразить доказательность через визуальный язык и короткие объяснения.
Woebot	Эмпатичный ИИ-бот для эмоциональной поддержки (формат CBT).	• Использовать диалоговую форму и дружелюбный тон, адаптируя под wellness, а не терапию. • Добавить мягкие “эмоциональные чекины”.

2. Идеи для Блимп из анализа

Контент и коммуникация:

- Использовать тёплый, человеческий TOV как у Finch и Woebot.
- Добавить “ритуалы заботы” — утренние и вечерние микро-действия.
- Развить визуальные форматы с “ручным” стилем для Instagram и Telegram.

Партнёрства и развитие:

- Коллаборации с психологами и wellness-экспертами, как делает Intellect.
- Интеграции с Telegram-каналами о self-care и продуктивности.
- Геймифицированные челленджи по принципу Fabulous, но без давления.

Айдентика и UX:

- Минимализм и ощущение “воздуха” как у Stoic.
- Маскот-циклоп — как эмоциональный проводник, похожий на персонажа Finch.
- Плавные анимации и рукописные элементы — ощущение заботы, а не системы.

3. Бенчмаркинг брендов вне wellness

Бренд	Отрасль	Креативные стратегии	Что применить для Блимп
Додо Пицца	Ритейл, сервис	Радикальная прозрачность и доверие. Публикация реальных данных.	• Делать прозрачными принципы рекомендаций и прогресса (“твои данные — твои”).
Яндекс Практикум	EdTech	Образование + комьюнити. Вовлечение через челленджи и реальные истории.	• Формировать сообщество пользователей Блимпа, делиться историями “моей привычки недели”.
Т-Банк	Финтех	Молодёжный tone of voice, квесты, геймификация.	• Добавить “квесты заботы о себе” и игровые микро-награды.
Notion	Productivity SaaS	Простота, кастомизация, визуальные шаблоны.	• Дать пользователю настраивать визуал трекера под себя (цвета, сетку, стиль).

Figma	IT / коллорац ии	Сообщество и гибкость, freemium-модель.	• Применить модель freemium и дать возможность делиться шаблонами привычек с друзьями.
--------------	------------------------	--	--

4. Вывод

Бенчмаркинг показывает, что **ни один из текущих wellness-сервисов не объединяет научный подход, эмоциональную поддержку и ощущение визуальной “тишины”**. **Блимп** может занять уникальную позицию на рынке как **интуитивный, человеческий и персонализированный self-care-помощник**, где пользователь чувствует не давление, а заботу и пространство для себя.