

Бизнес-модель

Продукт

Потребности клиентов, ощущаемая ценность

- Существенное сокращение расходов (временных, психологических) на достижение цели
- уникальная методика, новизна подхода
- мотивация и поддержка группы единомышленниц

Источники и компоненты продукта

- знание целевой аудитории и ее потребностей
- необходимые компетенции
- Опыт разработки

Нерыночное конкурентное преимущество

- уникальная методика и новизна подхода
- поддержка и мотивация от единомышленниц

Рынок

Механизмы привлечения клиентов

- Контекстная реклама
- SMM
- Партнерские программы с женскими сайтами, форумами, группами в соц.сетях
- прямая реклама в интернете
- Женские журналы

Портреты и пирамида зрелости клиентов

Женщина, 28-30 лет, достаток выше среднего, замужем, ребенок (дети), в декрете или после декрета. Хочет глубже понять себя, хочет найти работу или дело по душе, хочет стать женственнее, хочет гармонии в семье (научиться совмещать работа+дом+муж+дети), хочет внести хорошие и яркие перемены в свою жизнь, не хватает общения и поддержки.

Женщина 30-33 года, не замужем или в раннем браке, активная жизненная позиция, достаток выше среднего, увлекается самопознанием (читала статьи по психологии, коучингу и т.д.), хочет внести перемены в личную жизнь (выйти замуж, родить ребенка) или карьерного роста.

Продукт и упаковка

- сайт
- группы в социальных сетях
- регистрация на сайте
- личный профиль с системой отслеживания своей продуктивности
- система расчета времени достижения цели
- методика ежедневных заданий на месяц работы над достижением цели

Рыночная стратегия

- Через год 10 000+ участниц и начало стратегии по выходу на международный рынок. При стоимости участия в год \$180 годовой доход составит более \$2M

Действия клиентов

- платят за участие в марафонах
- платят за использование сервиса и его инструментов вне марафонов.
- могут наблюдать за участниками по бесплатной подписке.