

MY FUTURE



Разработали студенты РИССО 2-3:
Лазинкова Анастасия, Синеок Мария,
Пухова Полина
Научный руководитель: к.пс.н., доц.
Тимохович Александра Николаевна

Описание цифрового продукта



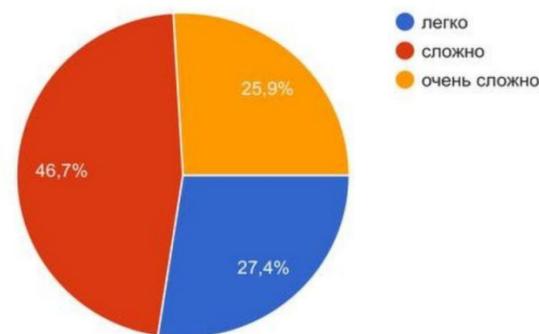
Приложение "My Future" — это мобильное приложение, разработанное для помощи пользователям в профессиональном самоопределении и поиске подходящей профессии. "My Future" представляет собой приложение, основанное на структурированной базе данных о профессиях, образовательных программах, и рыночной востребованности. Приложение имеет удобный пользовательский интерфейс для легкого доступа к информации.

Цель приложения заключается в предоставлении пользователям удобного и эффективного инструмента для профессионального самоопределения, повышения осведомленности о профессиях, подбора подходящих специальностей и успешного поиска работы.

Актуальность проекта

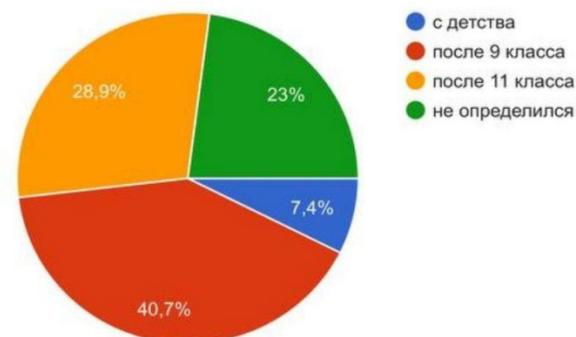
Сложно ли было определиться с профессией?

135 ответов



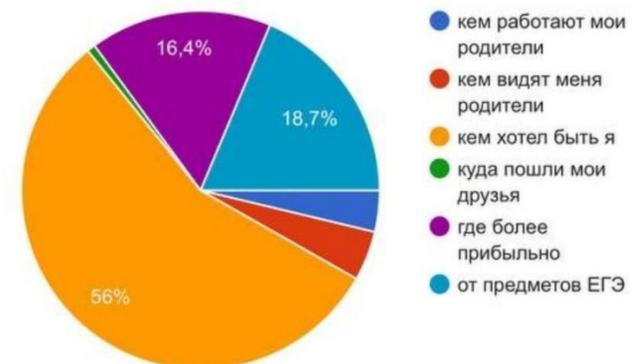
Как давно ты определился с профессией?

135 ответов



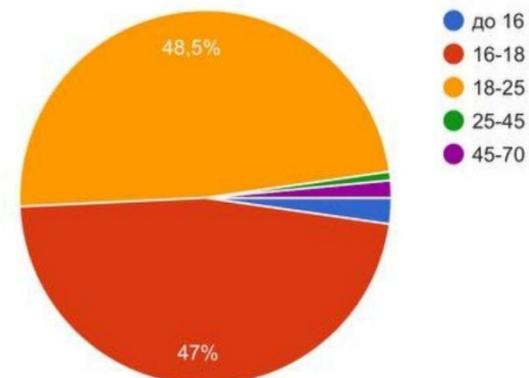
Как ты выбирал профессию?

134 ответа



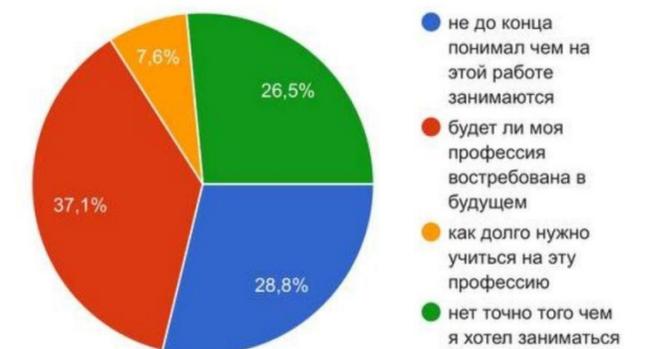
Возраст

134 ответа



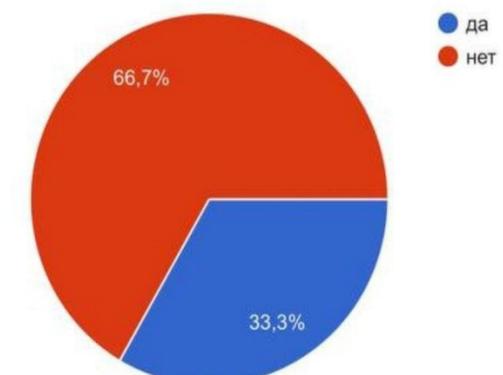
С какими трудностями вы столкнулись при выборе профессии?

132 ответа



Ты уже пробовал работать в своей сфере?

135 ответов



Основные функции цифрового продукта

Функции цифрового решения:

- ✓ составление перечня профессий
- ✓ предоставление пользователю возможность ознакомления с профессиями
- ✓ определение в каких вузах предоставлена возможность обучиться данной специальности
- ✓ возможность пройти профориентацию и получить список подходящих специальностей
- ✓ возможность увидеть список наиболее востребованных профессий на рынке труда

Благодаря этим функциям пользователь повышает свою осведомленность о существующих профессиях, может пройти профориентацию и получить список подходящих ему профессий.



Позиционирование цифрового продукта

MF - это приложение со списком и описанием существующих профессий.

Представляет собой многоуровневое приложение:

- база данных
- приложение бизнес-логики
- интерфейс пользователя

Предназначено для:

- ✓ школьников, которые раздумывают о будущей профессии
- ✓ всех пользователей, которые пока думают о выборе новой профессии
- ✓ для тех, кто ищет себе новую профессию

Прямых конкурентов пока нет. В перспективе можем частично конкурировать с системами профориентации, системами поиска работы.

В результате цифровой продукт помогает пользователям определиться с выбором сферы деятельности или конкретной профессии.



Аудит основных продуктов-конкурентов

	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4
Название цифрового продукта	Как выбрать профессию	Growmon: тест на профориентацию	Skillbox	Testometrika
Фирма-разработчик цифрового продукта	LSS Games	Salmondo CZ, s.r.o.	Дмитрий Круглов	Александр Харламов
Как давно присутствует на рынке	С 2021 года	С 2021 года	С 2016 года	С 2019 года
Кто использует продукт (какая целевая аудитория)	Подростки, старшеклассники	Подростки, старшеклассники	Школьники, взрослые люди, студенты, пенсионеры	Школьники, студенты
Основные функции продукта	Тестирование, направлено на определение будущей профессии пользователя	Тестирование, направленное на выявления сильных и слабых сторон пользователя	Информирование, повышение навыков пользователя, профориентация, обучение	Тестирование, выявление сильных и слабых сторон личности пользователя
Степень удобства использования продукта	Низкая: предоставлено мало вариантов ответа, неясный алгоритм вопросов и ответов, часто не связан даже логически	Средняя: при загрузке возникают неудобства, возникают неудобства при ответе на вопросы теста, мало доступных языков	Высокая: гибкий график в онлайн формате, в любом месте в любое время, где есть интернет	Средняя: постоянные сбои, перекидывающие пользователя на страницы браузера, показывает пустые экраны на середине теста
Используемые способы монетизации продукта	Приложение	Приложение	Приложение	Приложение
Цена продукта для целевой аудитории	0 рублей	0 рублей	В среднем 5000 – 6000 руб./мес. за курс Профориентация – 0 рублей	0 рублей
Преимущества продукта	Определяет область, в которой человеку стоит выбрать профессию	Не монотонная цветовая палитра теста, предоставляет гораздо больший объём информации, чем другие тесты	Помощь в выборе профессии, предоставление обучения на ходу, развития навыков в любом месте и в любое время, персонализированное обучение	Разнообразие результатов тестирования, подробное изложение результатов
Недостатки продукта	Некорректные вопросы, много рекламы	Прохождение теста занимает гораздо больше времени, чем другие приложения	Много «воды», занимает много времени, могут возникнуть проблемы с преподавателем, нет подробного объяснения всех нюансов той и иной работы, которая высветилась после прохождения теста	Временные сбои в приложении, не сохранение пройденных тестов, пустые страницы, нет информации про сами профессии и функционал
Уникальность продукта	Прогнозирование того, кем будет пользователь в 2030 году	Более 80 вопросов в тесте	Персонализированный опыт обучения на удобном уровне от квалифицированных преподавателей	Много различных тестов в одном приложении: на уровень IQ, эрудицию, выбор профессии

Профили целевой аудитории

Выбор профессии 5 октября 2023 г.

Антон Борон

Возраст
17 лет

Род деятельности
ученик 11 класса

Место проживания
г. Владивосток

Цели

- Найти себя и будущую профессию
- Стать успешным и значимым в этой области
- Знакомиться с новыми людьми каждый день
- Развиваться в творческой деятельности

Личность

Экстраверт 86/100
Интроверт 14/100
Интуиция 70/100
Чувства 30/100
Разум 60/100
Эмоции 40/100
Суждение 30/100
Восприятие 70/100

Каналы

Интернет
Социальные сети
Телевидение



Описание
Антон Борон
Школьник 11-й класс. Не работает, проживает во Владивостоке учится в обычном классе. Живёт в квартире с родителями. Антон не может найти подходящую для него профессию, мечтает переехать за границу и развиваться в творческой деятельности. Антон хорошо знает английский язык и с лёгкостью общается с незнакомыми людьми. Ему нравится каждый день встречать новых людей. Он увлекается фотографией и часто смотрит фильмы и сериалы про моду.



КИРИЛЛ ГРАЧЁВ

«НИКОГДА НЕ ПОЗДНО НАЧАТЬ ВСЕ С НАЧАЛА»

ОПИСАНИЕ
Грачёв Кирилл Александрович проживает в двухкомнатной квартире в г. Екатеринбург. Женат, имеет 2 детей подросткового возраста. На данный момент безработный, ищет себе работу, которая была бы позволить ему продолжить заниматься любимым делом - строить дома для людей.

ХОББИ
Свободное время предпочитает проводить за просмотром новостей и фильмов. Любит играть на гитаре

ОБРАЗОВАНИЕ
Имеет среднее общее образование
Окончил высшее учебное заведение по специальности строитель

ОПЫТ РАБОТЫ
С окончания школы работал строителем, последние 15 лет занимал должность прораба, однако в 47 лет по состоянию здоровья (периодические боли в спине и поврежденная лодыжка) был вынужден оставить свою должность.

ХАРАКТЕРИСТИКИ

Цели:
- Стабильная работа и зарплата;
- Обеспечение семьи;

Поведение:
- Экстраверт 76/100
- Интроверт 15/100
- Интуиция 78/100
- Чувства 56/100
- Разум 80/100
- Восприятие 77/100



Наталья Орлова

32 года, г. Екатеринбург

Описание
Наталья – взрослая, уверенная в себе женщина. Живет с мужем в Екатеринбурге и имеет сына 7 лет. Наталья любит открывать для себя что-то новое, учиться чему-то интересному. До недавнего времени была довольна своей работой, однако, посчитав, что ее профессия недостаточно сильно связана с творчеством, как ей хотелось бы, хочет сменить род деятельности. Теперь находится в поиске профессии, подходящей под ее запросы.

Характеристика
Экстраверт - 77/100
Интроверт - 23/100
Интуиция - 88/100
Чувства - 37/100
Разум - 63/100
Суждение - 44/100
Восприятие - 56/100

Опыт работы

- Имеет среднее общее образование
- Имеет высшее образование в сфере связей с общественностью
- Прошрое место работы: занимала должность SMM-менеджера в компании более 6 лет

Цели
Найти новую работу, новую специальность, которая была бы связана с творчеством, но при этом чтобы уровень зарплаты был не ниже, чем на должности SMM-менеджера, чтобы это не отразилось на семье. Также она хочет, чтобы работа была рядом с домом. Желает развиваться в творческой сфере.

Определение сегментов, не относящихся к целевой аудитории



- Те, кому не интересна тема выбора или смены профессии (не заинтересованы в вопросах профессионального самоопределения, выбора профессии или её смены)
- Те, кто не использует мобильные приложения
- Люди младше 16 лет (проблема выбора профессии пока что не актуально для них)
- Люди, не заинтересованные в цифровых инструментах для выбора профессии (предпочит традиционные методы выбора профессии)
- Люди старше 60 лет (часто не заинтересованы в смене профессии из-за накопленного опыта, стабильности текущего положения и ограниченного времени до пенсии)

Бизнес-модель «My Future»

<p>Потребительские сегменты Целевая аудитория: 1. Пользователь не определился с профессией и не знает, кем хочет стать в будущем: ученики и школьники 2. Пользователь ищет варианты для второго высшего образования: студенты 3. Пользователь ищет информацию о возможностях карьерного роста и дополнительном образовании для повышения конкурентоспособности (возрастного ограничения нет) 4. Пользователь хочет попробовать себя в новой сфере деятельности (возрастного ограничения нет)</p>	<p>Каналы поставки AppStore и Google Play</p> <p>Источники доходов 1. Rewarded Video – реклама видеоформата, которую можно просмотреть или пропустить 2. Реклама в виде баннера, размещенная сверху или снизу экрана 3. Нативная реклама 4. Рекламу возможно отменить, приобретя нашу подписку «Без рекламы» за 99 Р/мес 5. Подписка «Премиум» за 199 Р/мес. Пользователь сможет получить доступ к просмотру статистики популярности и востребованности разных профессий в том или ином городе, области.</p>	<p>Ценностные предложения Основную ценность нашего предложения представляет то, что человек может узнать всё об интересующих его профессиях в одном приложении, тем самым повышая его осведомленность о существующих профессиях и расширяя выбор дальнейшего пути. Приложение помогает пользователю определиться, в каком направлении идти, пройдя тест на профориентацию и получить список подходящих ему профессий, а также предлагает помощь в поисках работы</p>
<p>Ключевые ресурсы 1. Разработчики, ответственные за качественный контент приложения 2. Отдел информационных технологий (IT отдел) 3. Штат профессионалов в той или иной профессии, которые будут готовы ответить на вопросы пользователей</p>	<p>Оплата возможна через сервис СБП</p> <p>Взаимоотношения с потребителями Пользователи ожидают: 1. Качественный, продуманный контент 2. Удобный интерфейс 3. Быстрая обратная связь 4. Доступные тарифы</p> <p>Ключевые партнёры 1. Министерство Труда (доступный каждому список профессий) 2. Сервисы поиска работы, которые покажут пользователю доступные на данный момент вакансии</p> <p>Каналы взаимодействия 1. Социальные сети 2. Telegram-канал «My Future Найди свой путь» 3. Само приложение «My Future»</p>	<p>Ключевые затраты 1. Разработка и поддержка приложения 2. Продвижение цифрового сервиса 3. IT отдел и IT-ресурсы 4. Заработная плата профессионалам за предоставление консультаций</p>



Сценарии взаимодействия с цифровым продуктом

Ситуации, при которых пользователь обращается к продукту и задачи, которые решают пользователи при использовании цифрового продукта:

1. Пользователю необходимо выбрать профессию
2. Пользователь ищет возможности трудоустройства
3. Пользователь ищет варианты для второго высшего образования
4. Пользователь ищет информацию о возможностях карьерного роста и дополнительном образовании для повышения конкурентоспособности
5. Пользователь хочет попробовать себя в новой сфере деятельности и желает узнать, что для этого необходимо
6. Повышает осведомленность пользователя о существующих профессиях
7. Помогает пользователю определиться, в каком направлении идти, пройдя тест на профориентацию и получить список подходящих ему профессий
8. Помощь пользователю в поиске работы

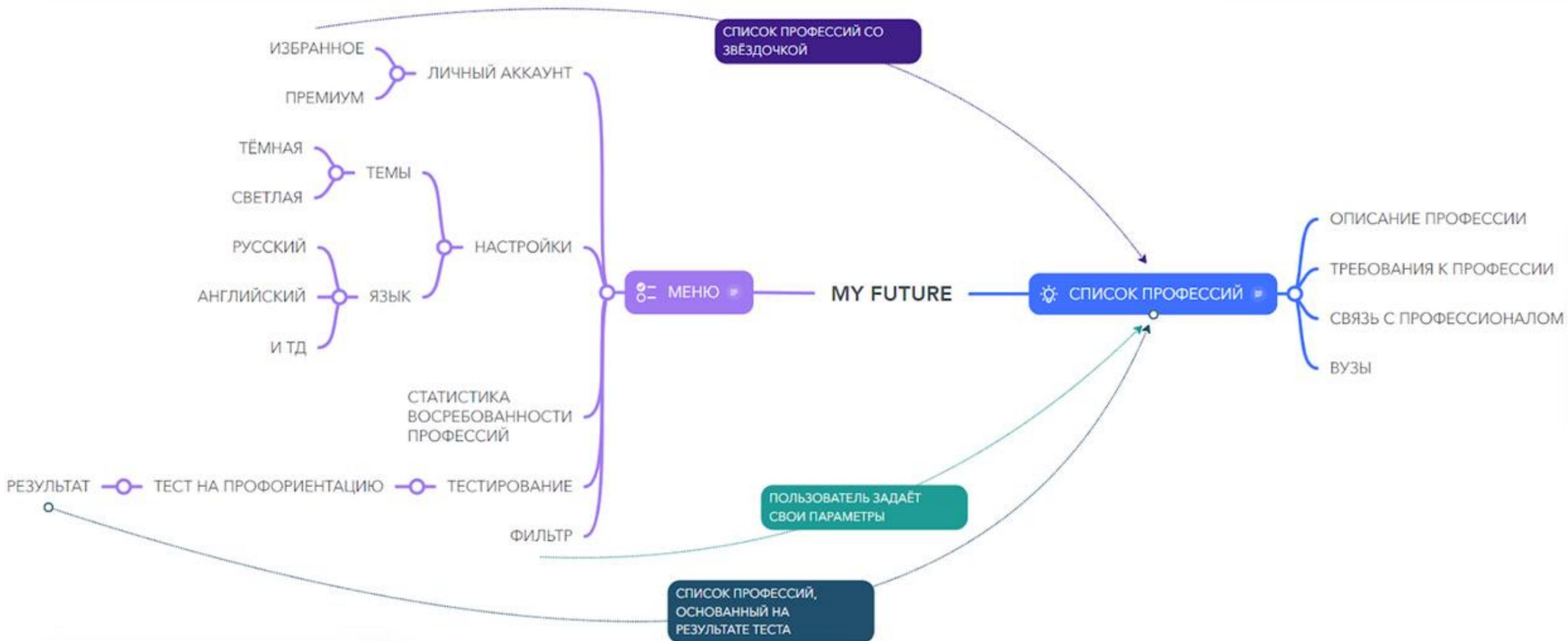


Детализация способов монетизации цифрового продукта

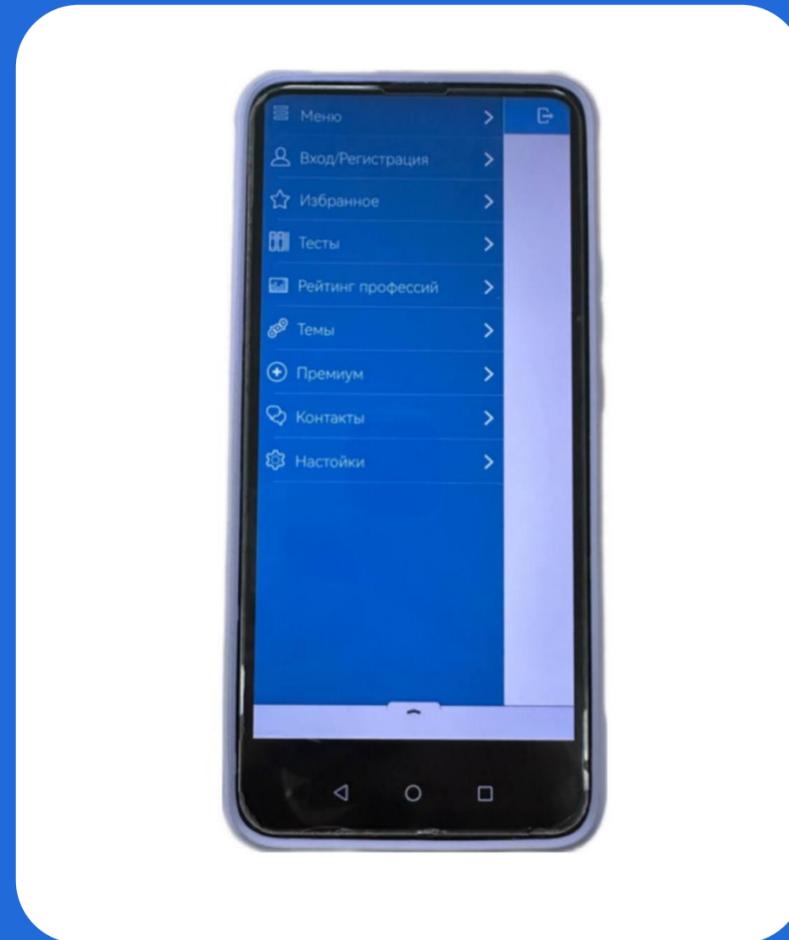


- Rewarded Video - реклама видеоформата, которую можно посмотреть или пропустить;
- Реклама в виде баннера, размещенная сверху или снизу экрана;
- Нативная реклама (эта реклама будет замаскирована под обычный контент, будет нативна не по содержанию, а по дизайну);
- Рекламу возможно отменить, приобретя нашу подписку «Без рекламы» за 99 ₺/мес;
- Подписка «Премиум» за 199 ₺/мес. Пользователь сможет получить доступ к просмотру статистики популярности и востребованности разных профессий в том или ином городе, области;

Визуальная карта-структура цифрового продукта



Визуализация основных экранов цифрового продукта



Программа эмпирического исследования

Цель исследования: определить емкость рынка для цифрового продукта «MF».

Задачи исследования:

1. Разработать анкету для сбора мнений респондентов о цифровом продукте, о готовности к его приобретению.
2. Разместить анкету на электронной платформе (Yandex Forms).
3. Разместить информацию об анкетировании в социальных медиа и форумах (ВКонтакте, Telegram).
4. Обработать результаты анкетирования.
5. Построить диаграммы с отражением результатов анкетирования.
6. Провести интерпретацию результатов анкетирования.
7. Сделать выводы о емкости рынка для цифрового продукта «MF».

Объект исследования: ёмкость рынка для цифрового продукта.

Предмет исследования: востребованность цифрового продукта «MF» на московском рынке.

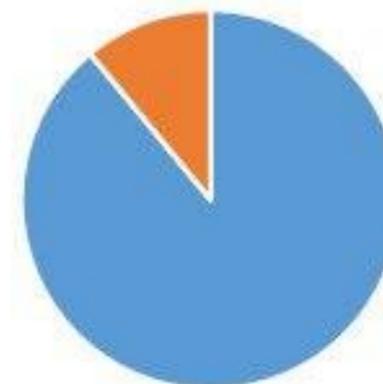
Анализ результатов анкетирования: диаграммы

1. Вам интересна тема выбора или смены профессии?



■ Да ■ Нет

4. Было бы интересно установить приложение?



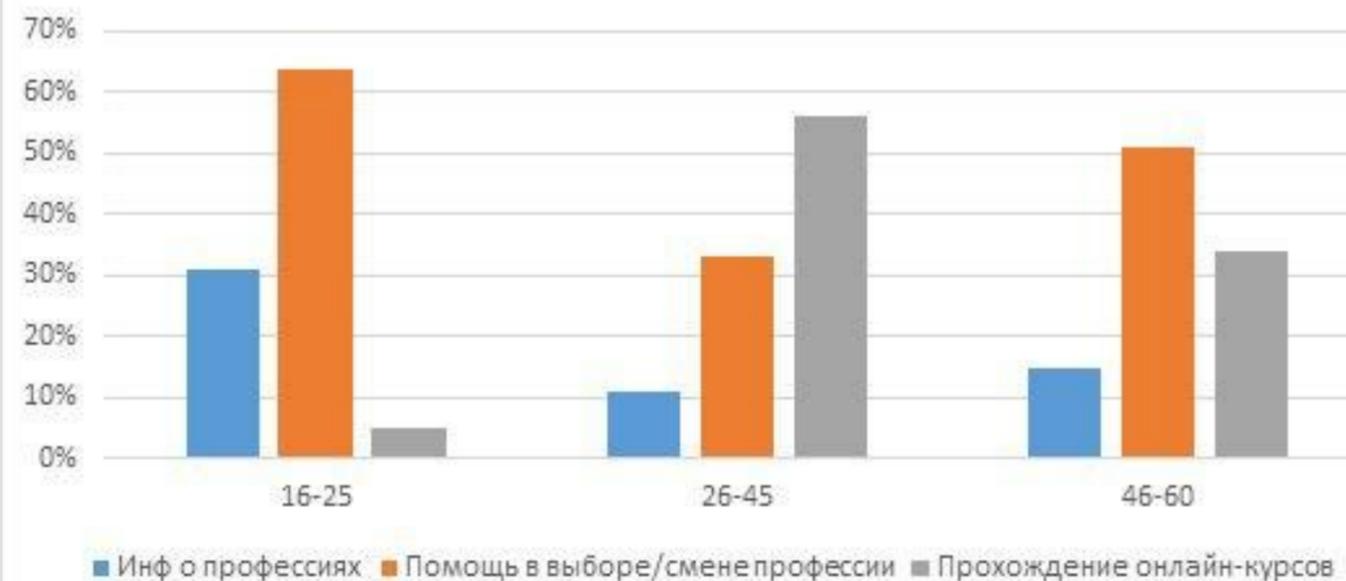
■ Да ■ Нет

3. Сколько Вам лет?



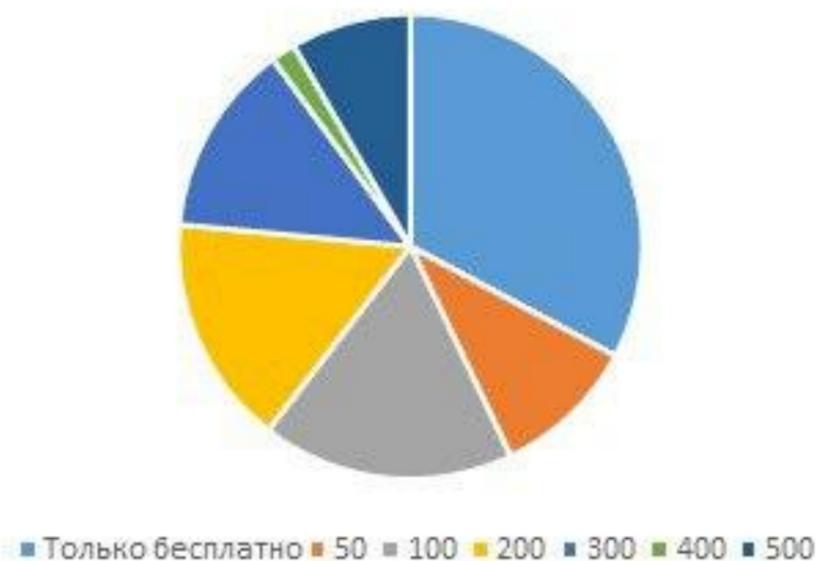
■ 16-25 ■ 26-45 ■ Меньше 16 ■ 46-60

5. Какие выгоды продукта Вам интересны?

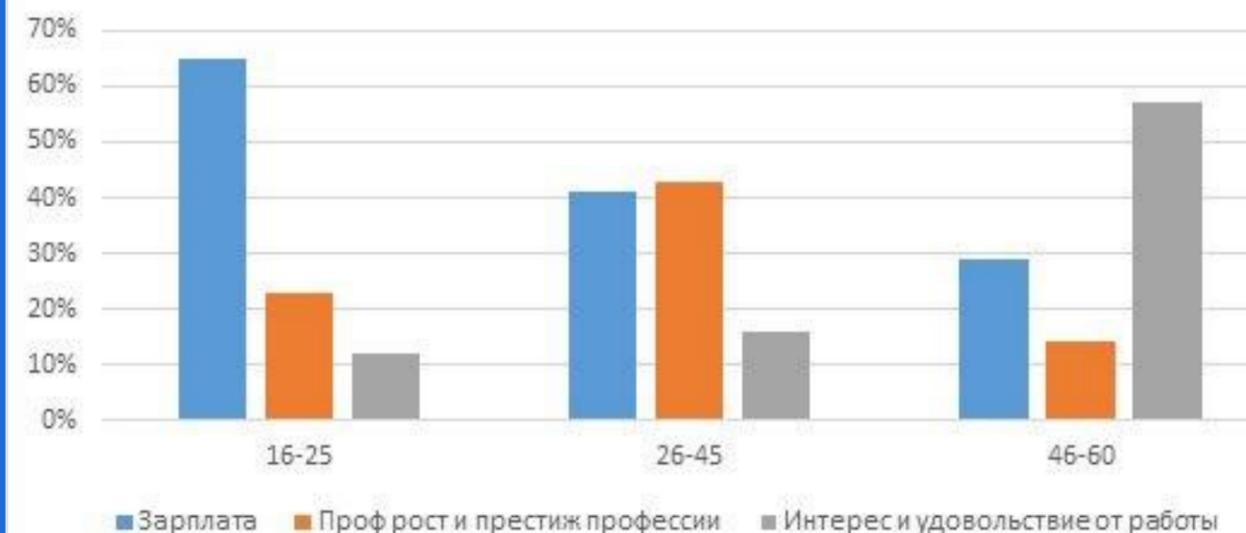


Анализ результатов анкетирования: диаграммы

6. Сколько бы заплатили?



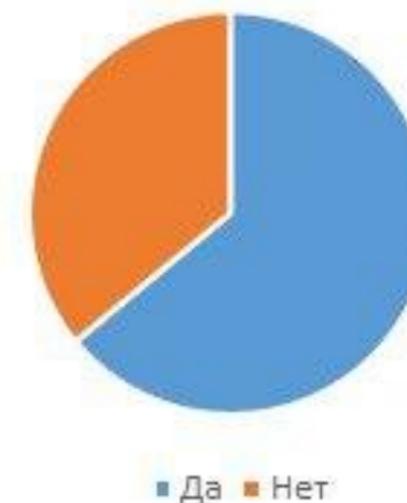
9. Что для Вас наиболее важно при выборе профессии?



8. Вас устраивает Ваша профессия или специальность?

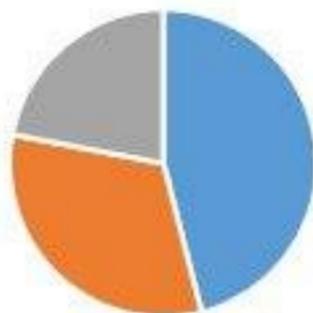


10. Задумываетесь ли Вы о смене профессии?



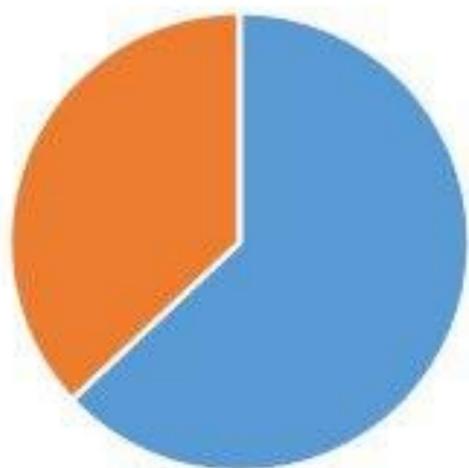
Анализ результатов анкетирования: диаграммы

11. Проходили тесты на профориентацию?



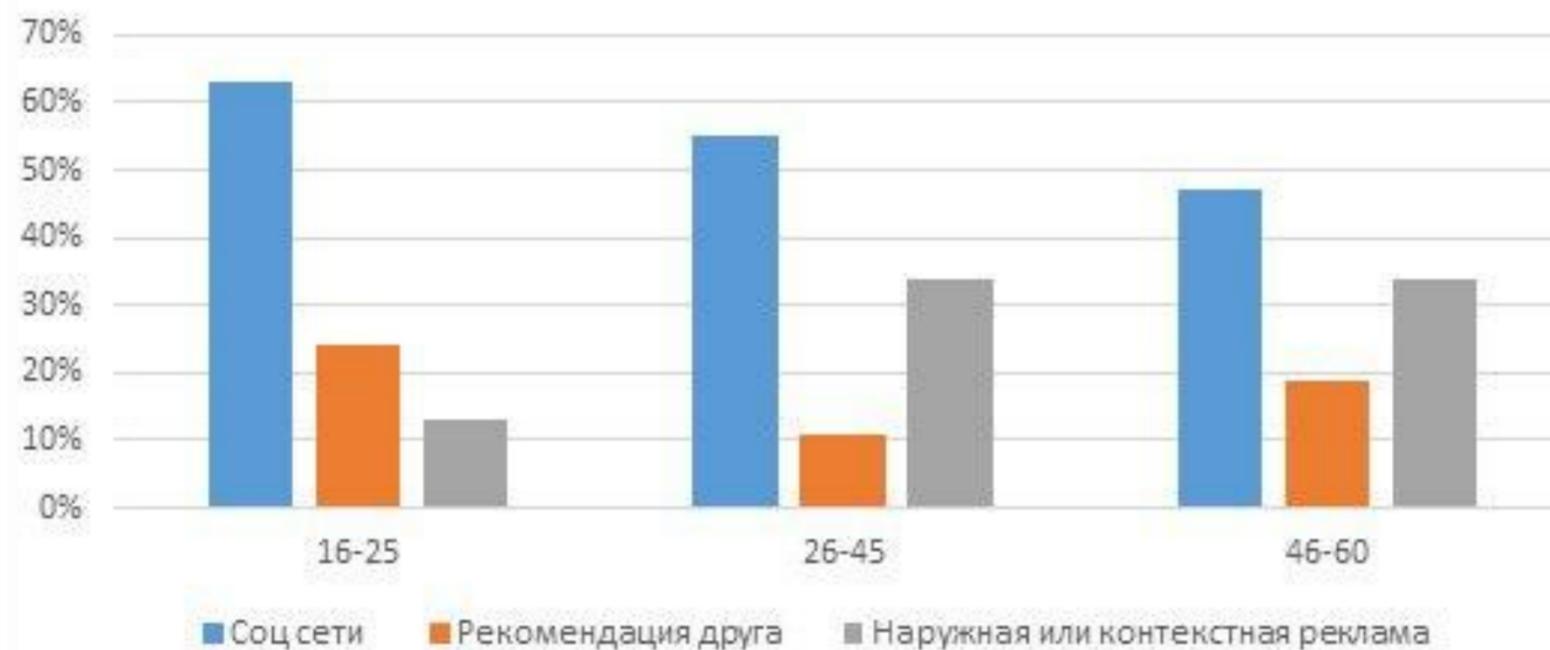
- Да, несколько раз
- Нет, не пробовал(а)
- Да, один раз

13. Ваш пол?



- Женский
- Мужской

12. Каким образом вы узнаете о новых цифровых продуктах?



Построение воронки 1

Опрошено 123 человека, 100%

Интересна тема выбора или смены профессии, 118 чел, 96%

Фильтр 1, не интересна тема выбора или смены профессии, 5 чел, 4%

Используют мобильные приложения, 111 чел, 90,2%

Фильтр 2, не используют мобильные приложения, 7 чел, 5,8%

От 16 до 60 лет, 103 чел, 83,7%

Фильтр 3, младше 16 лет, 8 чел, 6,5%



Построение воронки 2

Выборка: 103 человека, соответствующих требованиям, 100%

Интересно приложение, 90 чел, 87,4%

Не интересно приложение, 13 чел, 12,6%

Готовы платить за приложение, 66 чел, 64,1%

Не готовы платить за приложение, 24 чел, 23,3%



Расчёт потенциальной ёмкости рынка

7 140 343 людей - трудоспособное население Москвы
(16-60 лет)

Измерение количества потенциальных покупателей:

Объём (люди) = численность населения Москвы * доля
ЦА * доля готовых платить

Объём = $7\,140\,343 \times 83,7\% \times 64,1\% = \mathbf{3\,830\,915}$ чел.

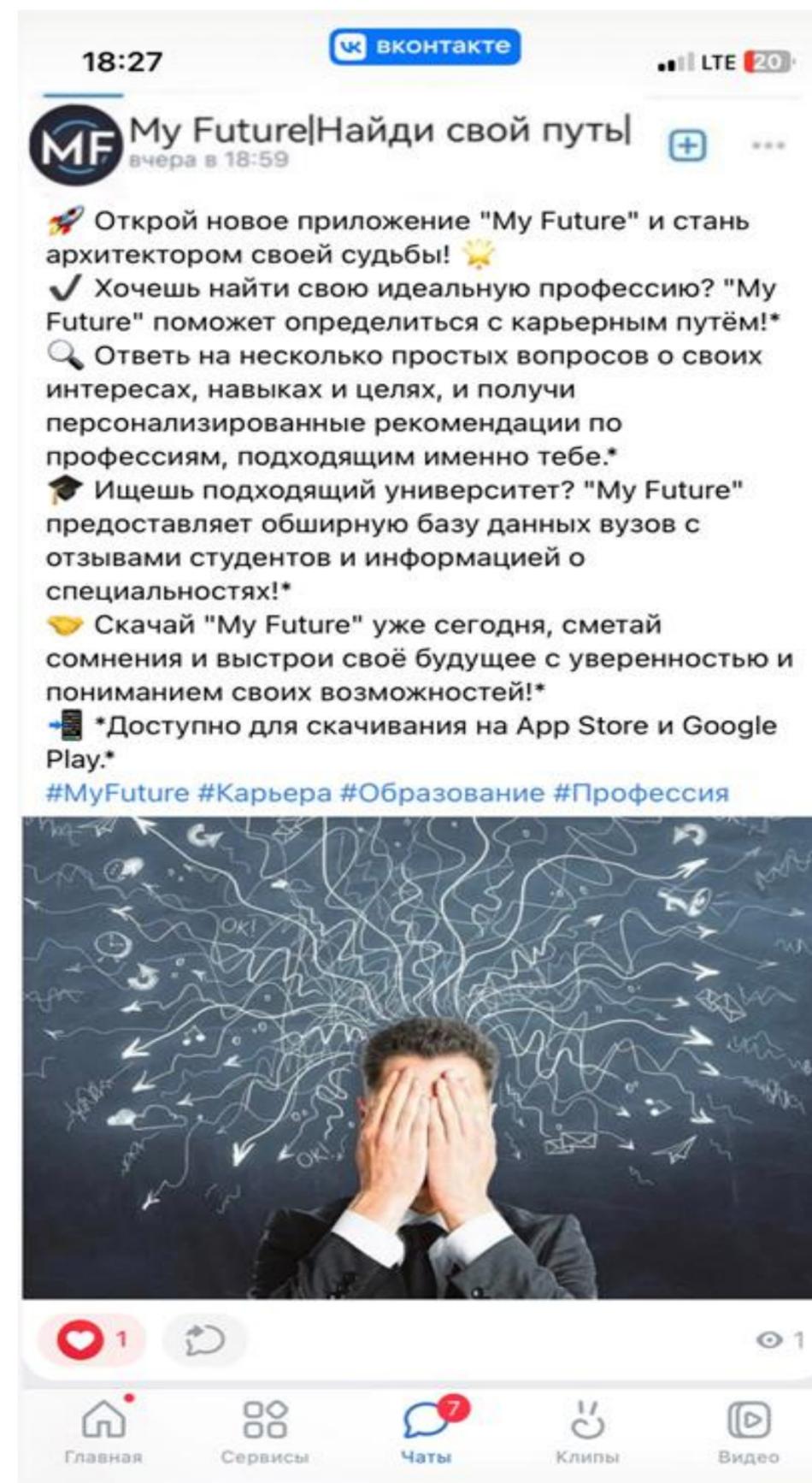
Объём(рубли) = численность населения Москвы * доля
ЦА * доля готовых платить * средний чек

Объём = $7\,140\,343 \times 83,7\% \times 64,1\% \times 190 = \mathbf{727\,873\,927}$ руб.



Инструменты и подходы к продвижению цифрового продукта «My Future»

- Пресс-релиз цифрового продукта «My Future» на сайте rb.ru и на сайте VC.ru.
- Скачать приложение можно в App Store и Google Play.
- Для размещения в разделе новости, в социальной сети «ВКонтакте»



Выводы

Подводя итог, мы провели объемную работу. Нам удалось оценить актуальность нашего цифрового продукта, разработать цифровой продукт, который поможет нашей целевой аудитории в выборе профессии. Мы смогли продумать уникальный функционал, благодаря чему мы являемся ведущим проектом в этой области на конкурентном рынке.



С помощью специально разработанного нашей командой опроса мы подтвердили актуальность, востребованность и интерес к нашему цифровому продукту среди респондентов. Таким образом, собрав достаточное количество респондентов, подходящих по вопросам-фильтрам, и просчитав потенциальную емкость рынка, наша команда выяснила, что данный проект будет успешен в реализации.

Команда проекта



Полина Пухова

Креативный директор

Разработчик

Дизайнер, разработка опроса,
распространение опроса среди
респондентов, художественное
оформление



Лазинкова Анастасия

Организатор

Разработчик, маркетолог

Разработка прототипа приложения,
разработка дизайна приложения,
оформление проекта, продвижение
приложения



Мария Синеок

Координатор

Разработчик

Дизайнер, разработка логотипа,
художественное оформление,
оформление продукта и проекта,
создание лендинга