

# LEAN CANVAS: HEALTHY WIN

## ПРОБЛЕМА КОРИСТУВАЧІВ, ЯКУ ВИРІШУЄМО:



Проблеми зі здоров'ям через неправильне харчування, погане самопочуття через нестачу часу на фізичні активності, швидкий темп життя та велику кількість роботи, низька мотивація до здорового образу життя, роздратованість та втрата концентрації.

## ХТО ВЖЕ ВИРІШУЄ ПРОБЛЕМУ?



### Застосунки-конкуренти:

Nike run club  
Better me  
Home Workout  
30 Day Fitness at Home  
Trigger point – Body  
Modern Essentials Plus  
Streaks  
Fitness 365  
WowBody – тренування вдома

## ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ:



Завдяки додатку HealthyWin користувачі можуть виконувати спеціальні челенджі для свого фізичного та ментального здоров'я. Застосунок має велику кількість тренувань до 10 хв без спеціального спортивного обладнання, рецепти простих та здорових страв за 15 хв, рекомендації експертів, індивідуальні консультації, програми медитацій тощо.

## КЛЮЧОВІ МЕТРИКИ:



- Retention rate
- MAU
- LTV
- CAC
- North Star metric – кількість платних підписок на платформі.

## УНІКАЛЬНА ЦІННІСТЬ:

Дотримання здорового образу життя за рахунок щоденних челенджей та гейміфікації. Покрокове досягнення результатів. Платформа-соціальна мережа для здорового способу життя. Наявність на платформі великої кількості відео та статей про харчування, сон, питний режим тощо.



## НЕРИНКОВА ПЕРЕВАГА:



Тренування, рецепти та курси медитацій від відомих блогерів, можливість ставати здоровішим за рахунок проходження звичайних квестів та челенджів.

## КАНАЛИ ПРОСУВАННЯ:



- За допомогою лідерів думок / блогерів у сфері здорового образу життя
- Профільні онлайн-ЗМІ
- Канали та групи в соціальних мережах (Instagram, Fb, YouTube)
- Таргетинг, SEO та Email-маркетинг

## СЕГМЕНТИ КОРИСТУВАЧІВ (ЦА):



### Сегмент 1:

Жінки віком 20-45 років, жителі великих міст (350 000+). Достаток середній та вище середнього. Активно слідкують за собою, ведуть здоровий образ життя, турбуються про ментальне здоров'я. Підписані на хелсі-блогерів в Інстаграмі, Тік-тоці та Ютубі. Користуються смартфонами та планшетами для спілкування.

### Сегмент 2:

Чоловіки 25-50 років, жителі великих міст (350 000+). Достаток середній та вище середнього, працюють на віддаленій роботі. Мають потребу в плануванні свого раціону, займаються спортом 1-2 рази на тиждень. Для роботи використовують ноутбуки, для особистого життя – смартфони. В більшості випадків спілкується з друзями та колегами в соціальних мережах та чатах.

## ПЕРШІ КОРИСТУВАЧІ:



### Сегмент 3:

Чоловіки та жінки 25-45 років, мають 1-2 дітей, жителі великих міст (350 000+). Заробіток середній та вище середнього, офісні працівники. Не мають багато часу на приготування їжі та спорт, однак хочуть слідкувати за собою. Застосунками користуються переважно на смартфонах, люблять соціальні мережі. Легко приймають челенджі, люблять грати в ігри, вміють готувати прості та швидкі страви.

## СТРУКТУРА ВИТРАТ:

- Заробітна плата працівників – 20% (60 співробітників)
- Маркетинг продукту – 40%
- Розробка контенту – 10%
- Адміністративні витрати – 25% (Офіс, CRM, юридичні послуги)
- Інше – 5%



## ПРИБУТОК:

Монетизація шляхом внутрішніх покупок (платні тренування / рецепти), підписки або змішаної моделі (покупки + підписки).

Маржинальність – 40%

