

10. Задача:				
2. Проблемы клиента:	4. Наше решение:	3. Уникальное торговое предложение:	9. Нечестное конкурентное преимущество:	1. Сегменты клиентов:
2.1 Существующие альтернативы:	8. Ключевые метрики:	3.1 Высокоуровневый концепт:	5. Каналы выхода на клиентов:	1.1 Ранние последователи:
7. Описание компании, адреса сайтов, аккаунтов в социальных сетях:			6. Описание конкурентов, ссылки, любая информация раскрывающая информацию о ваших конкурентах:	
№	Группа рисков	Описание рисков		
1	Проблемы пользователей			
2	Каналы			
3	Доходы и расходы			
4	Размер потребительских сегментов			
5	Техническая возможность решения			

Отправьте заполненный бриф на эл. почту – [info@morsfera.com](mailto:info@morsfera.com)

## Комментарии к заполнению

1. **Сегменты клиентов/покупателей**  
Какие группы пользователей должны стать нашими клиентами?
  - 1.1. **Ранние последователи**  
Самые первые категории клиентов которым мы будем продавать свое решение, кто наш первый идеальный клиент?
2. **Проблемы клиента**  
Топ 3-5 болей клиента.
  - 2.1. **Существующие альтернативы**  
Если клиенты уже решают проблему опишите как.
3. **УТП**  
Просто, четко и ясно чем мы лучше конкурентов, почему нашим сервисом нужно пользоваться? Зачем клиенту в нас вкладывать деньги и время?  
«Горячая свежая пицца у вас за 30 минут, не успеет — достанется вам бесплатно.»
  - 3.1. **Высокоуровневый концепт**  
Это максимально короткое описание вашего продукта, понятное любому человеку. Формулировка в рамках существующих продуктов как пример: ВКонтакте — это Facebook, но для русскоязычных пользователей.
4. **Наше решение**  
3 самые главные фишки нашего решения. Что-то хорошее, что есть у нас / что-то устаревшее, от чего мы избавились или помогаем избавиться. В рамках MVP только!
5. **Каналы выхода на клиентов online/offline**  
Каким способом о нас будут узнавать наши клиенты? Как выйти на первых ранних последователей? Кто наши ключевые партнеры? Возможен ли вирусный эффект?
6. **Описание конкурентов**
7. **Описание компании**
8. **Ключевые метрики**
9. **Нечестное конкурентное преимущество**  
Что-то такое, что другие команды/конкуренты не смогут купить/скопировать, инсайдерская инфа, личный авторитет, команда мечты, понимание как обеспечить вирусный эффект.
10. **Задача**  
Опишите задачу, которую необходимо решить в рамках вашего проекта.