

Репорт: бриф

Сгенерировано: 2026-08-21 16:55

Репорт: сообщество финансовых советников (мультифэмили-офис)

Краткое резюме

Три команды с непересекающимися компетенциями (DeFi/DSF, алготрейдинг+RWA Шмойлова, недвижимость/релокация Елены) хотят объединиться в сообщество с перетоком лидов и единой продуктовой полкой. Продукты сильны по отдельности, но разрозненны, а позиционирование сырое и «скамно» звучит. Рекомендация — стартовать с дешёвого MVP (буклет + аватар клиента), отложив платформу до подтверждения спроса.

Что исследовали

- Состав участников и границы их компетенций (карта ролей).
- Продуктовую линейку: DSF-депозит, индексный крипто-портфель, лицензии на алго, RWA, недвижимость.
- Модели онбординга и путь клиента (число встреч, воронка).
- Проблему позиционирования и триггеры продаж.
- Два формата запуска: буклет (Вариант А) vs. AI-робо-эдвайзер/платформа (Вариант В).

Основные выводы

- Ценность сообщества — в перетоке лидов, а не в общей технологии. Экспертизы дополняют друг друга (DeFi + алго + недвижимость + юр/налог), что закрывает «размазанность компетенций».
- Клиент терпит 2–4 встречи, воронка крайне непредсказуема (200+ контактов → ~5 в сопровождении; от 2 встреч до года). Значит, путь надо максимально сжимать: 2–3 специалиста, риск-контроль зашивается в первые две роли через ИИ+анкету.
- Главный барьер — не продукт, а упаковка. Термины «финансовый консалтинг»/«сбалансированный портфель» дискредитированы; работает позиционирование «от боли» (релокация/ВНЖ, сохранение капитала).
- UX-урок повторяется у всех: показывать «космический корабль» (хэши, MEV) вместо простого human-readable оффера — отпугивает.
- У инструментов короткий срок жизни (~2 года). Регуляторные сдвиги (цифровой евро, белая/серая зона) — одновременно риск и аргумент продаж («окно закрывается»).
- Встреча уже склонилась к Варианту А (буклет, «сначала клиент → позиционирование → продажа»).

Варианты решений

Вариант А: Общий буклет («проспект эмиссии»)

Плюсы:

- Минимальные затраты, быстрый выход.
- Не требует юридической упаковки платформы и облачной юрисдикции.
- Даёт время сначала зафиксировать аватар и позиционирование.
- Легко итерировать при смене рынка (горизонт 2 года).

Минусы:

- Не масштабируется автоматически, ручной матчинг лидов.
- Нет встроенного риск-профилирования и CRM-учёта реферальных комиссий.
- Слабая отстройка от конкурентов на уровне продукта.

Вариант В: AI-робо-эдвайзер + продуктовая полка + CRM

Плюсы:

- Автоматизация онбординга, риск-профилирования и маршрутизации лидов.
- Прозрачность (ожидаемая волатильность/доходность) как способ отстроиться от «чёрных ящиков».
- Масштабируемость и учёт реферальных комиссий.

Минусы:

- Высокие затраты и время до запуска при непроверенном спросе.
- Требуется юр. упаковка некастодиальной модели и облачной юрисдикции (TBD).
- Черновик ТЗ оборван (пункт 5 — TBD); нет зафиксированного аватара — риск строить платформу «в пустоту».
- Дашборд-подход противоречит выявленному UX-уроку («не пугать клиента»).

Риски

- Позиционирование: «скамное» звучание ниш (крипта, роботы, «сбалансированный портфель») в русскоязычном контексте с историей пирамид.
- Регуляторика (2 года): цифровой евро, разделение белая/серая зона, ограничения на снятие — может обесценить часть полки.
- Юридическая упаковка некастодиальной модели / облачного сервиса — не проработана (TBD).
- Оракул для RWA: передача данных Web2→Web3 решается для недвижимости в Дубае, но узкое место для бизнеса и самолётов.
- Непредсказуемость воронки: высокая стоимость привлечения (200+ → 5).
- Организационный риск: нет карты компетенций, модели монетизации и размера реферальных комиссий (всё TBD) — сообщество может «рассыпаться» на этапе дележа.
- Зависимость от контекстных триггеров: страх/жажда работают не на всех; универсален только «безопасность».

Рекомендация + обоснование

Начать с Варианта А (буклет), Вариант В — отложить как этап 2 после подтверждения спроса.

Обоснование:

- На встрече участники сами финализировали порядок «клиент → позиционирование → продажа → буклет, не лендинг».
- Ключевой дефицит сейчас — не технология, а зафиксированный аватар и позиционирование; без них платформа строится вслепую (ТЗ оборвано на п.5).
- Короткий горизонт актуальности (~2 года) делает дорогую платформу рискованной инвестицией до валидации.
- Буклет напрямую отвечает главному UX-уроку: простой human-readable оффер вместо дашбордов.

Вариант В оправдан только после того, как буклет подтвердит конверсию и реальный переток лидов между участниками.

Следующие действия

1. Составить карту компетенций участников с границами ответственности (устранить главный TBD).
2. Зафиксировать аватар клиента и позиционирование «от боли» (релокация/ВНЖ, сохранение капитала) — до любого продукта.
3. Разделить инструменты на «ликвидные» (продаём сейчас) и «возможные» (перспектива).
4. Собрать буклет с карточками в едином формате: доходность / риск / ликвидность / порог входа / дисклеймер.
5. Определить модель монетизации сообщества и размер реферальных комиссий (TBD).
6. Проработать юр. упаковку некастодиальной модели и подключение аккредитованных юристов по локациям (модель «складчины»).
7. Назначить рабочую группу и дату следующего созвона (TBD) — зафиксировать общее видение до распределения ресурсов компаний.