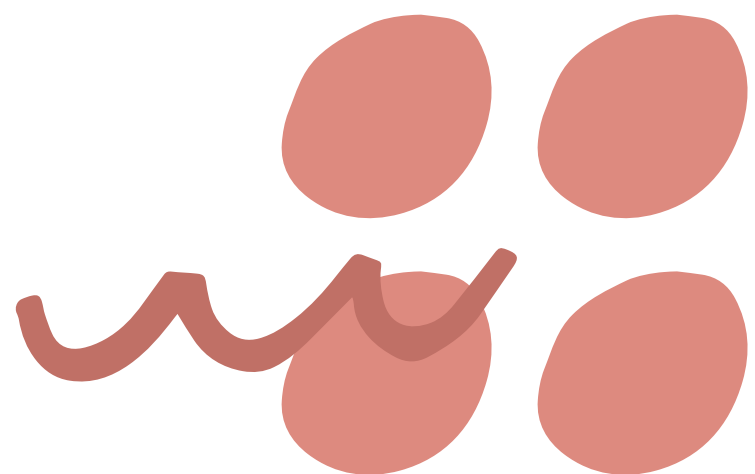
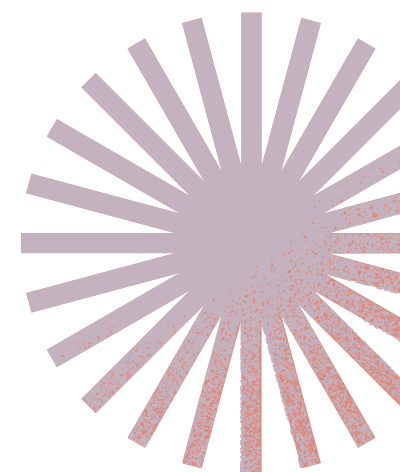




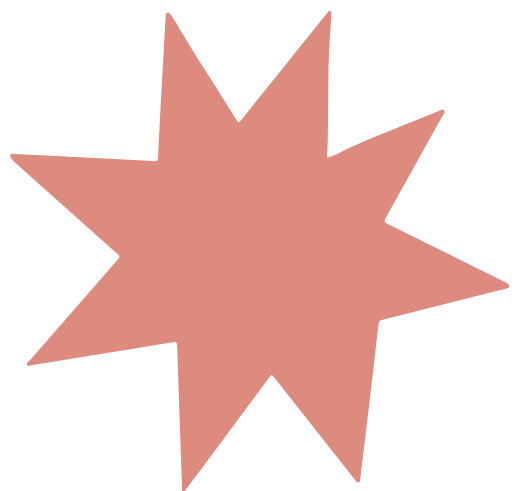
ПРОПОДАРКИ

платформа для выбора интересных подарков



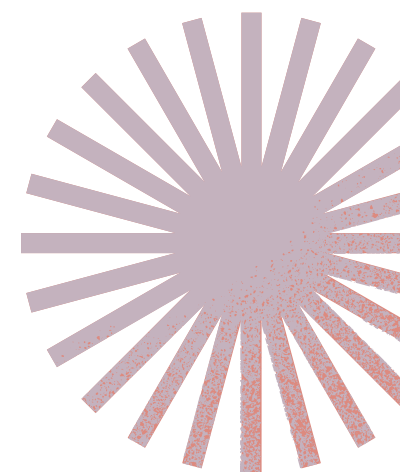
ПРОБЛЕМА

отсутствие идей того, как выбрать уникальный подарок для близкого человека или друга, чтобы он удовлетворял индивидуальным особенностям

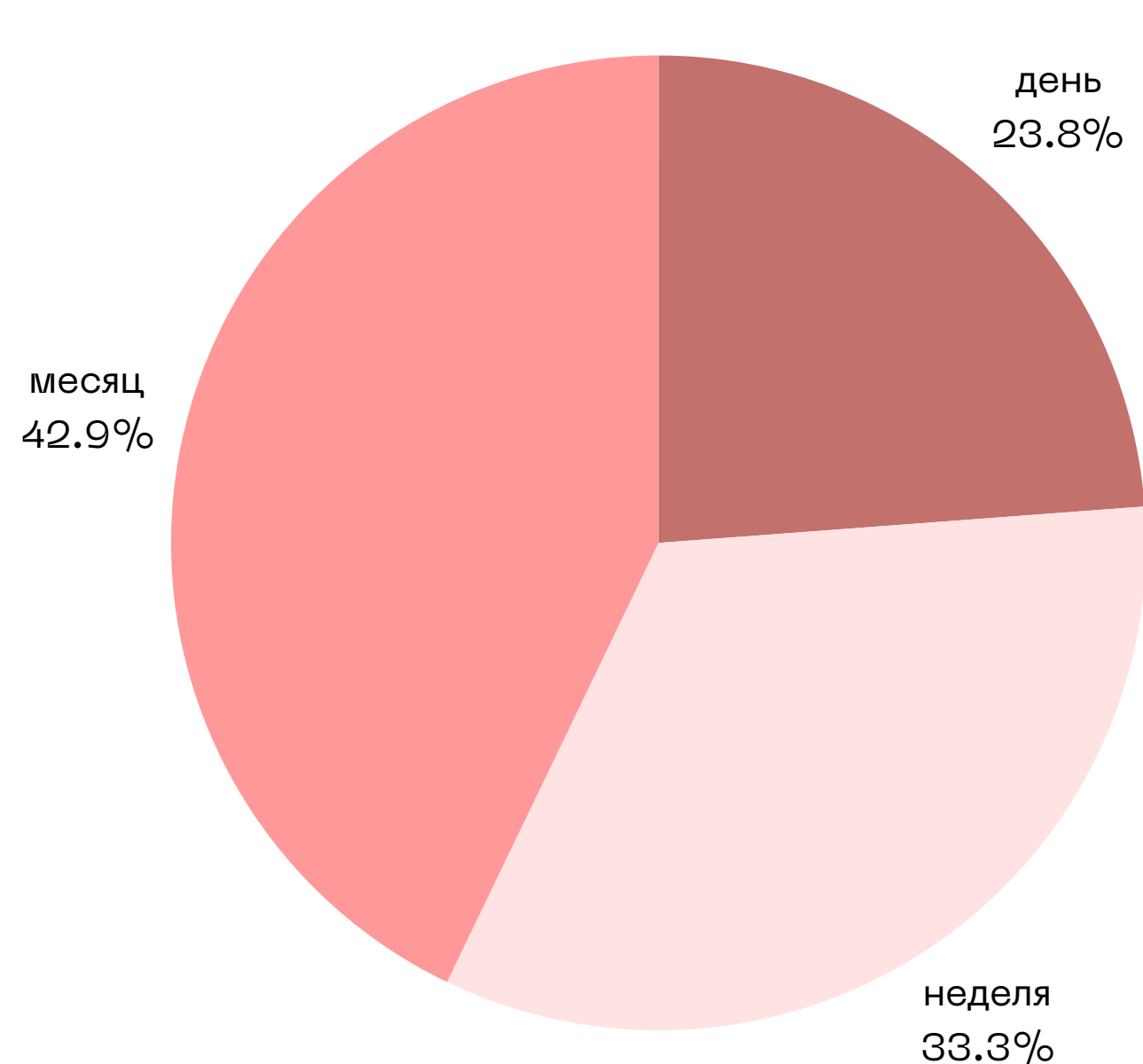


РЕШЕНИЕ

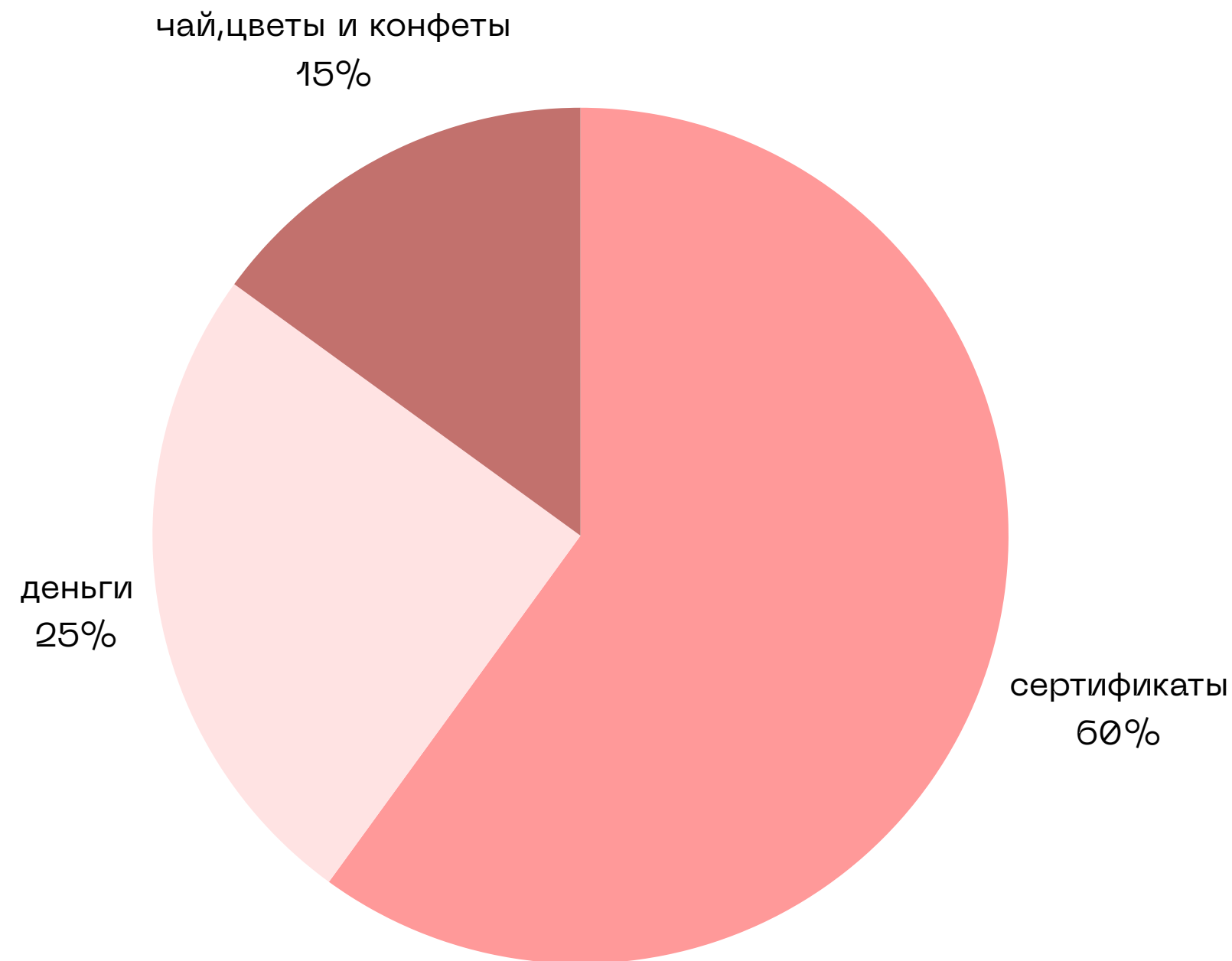
Мы создаём онлайн – платформу, которая представляет из себя персонализированные рекомендации подарков на основе анкетирования по интересам, предпочтениям и индивидуальным особенностям.



АКТУАЛЬНОСТЬ



Количество времени, затрачиваемое
на выбор подарка



Что дарят, когда отсутствуют идеи

ЯДРО ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Молодые парни и девушки от 16 до 25 лет



– учатся в вузе или работают

– стремятся к саморазвитию

– ведут активную жизнь, поэтому нет
свободного времени

– ценят внутренний мир человека

– часто, когда встает вопрос о выборе
подарка, присутствуют
сомнения или вовсе нет идей

CUSTOMER DEVELOPMENT

Мы провели опрос на 100 человек

И ВЫЯСНИЛИ ЧТО:

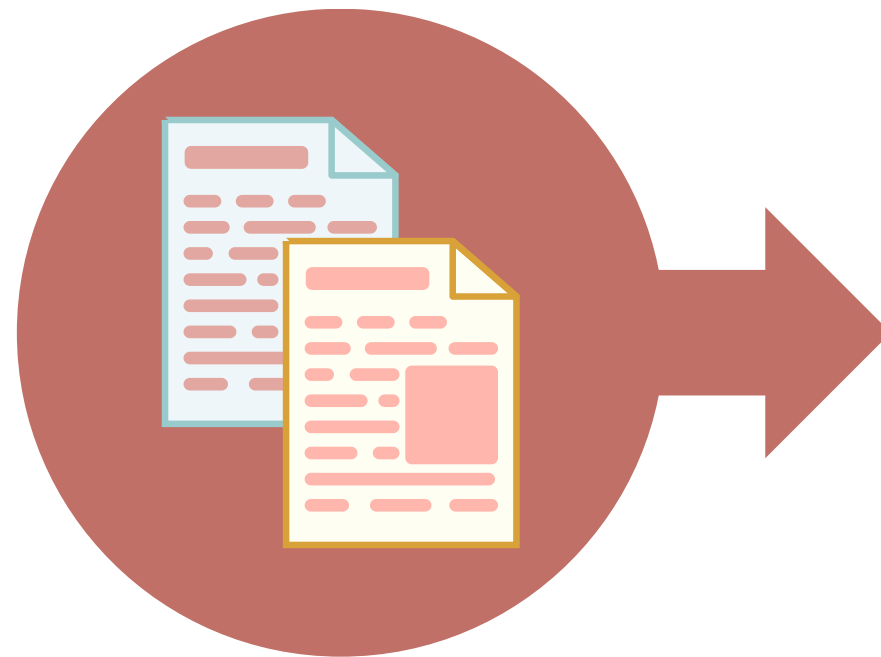
- 92 из 100 опрошенных часто дарят деньги, в следствии нехватки идей и сжатых сроков выбора подарка
- Каждый опрошенный обращается за помощью к интернету, когда не знает, что подарить, но сайты с подарками чаще всего не удовлетворяют их потребность
- 89 из 100 опрашиваемых хотели бы найти инструменты для того, чтобы сократить время на выбор подарка



КАК ЭТО РАБОТАЕТ?



Регистрация



Анкетирование



Вариант подарка

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

	Функциональность сайта	Индивидуальный подход	Обширный выбор	Уникальность подарков
magicmag	+	—	—	—
podarki.ru	—	—	—	—
РгоПодарки	+	+	+	+
dari.gifts	+	+	—	—
pichshop	+	—	+	—

АНАЛИЗ РЫНКА

TAM

Общий
объём рынка

3, 4 млрд.

SAM

Доступный
объём рынка

180+ млн

SOM

Достижимый
объём рынка

1,8 млрд

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ

Расходы

- 1.Реклама в соцсетях
- 2.Налоги

Доходы

- 1.Реклама мелких компаний
- 2.премиум подписки

Точка безубыточности

7 месяцев

Срок окупаемости

12 месяцев

Доход за год

1 621 345 ₽

B2C

299₽/мес – плата за подписку

B2B

от 1000₽ в зависимости от количества пользователей

ДОРОЖНАЯ КАРТА

1.

2.

3.

4.

5.

6.

Апр–май

Июнь–июль

Авг–сент

Окт–нояб

Дек–янв

Фев–март

1)создать
анкету
2)создание
маркетинговых
креативов
3)создать чат-
бот

1)запуск чат-
бота
2)создание
базы компаний
3)начало
маркетинговой
кампании

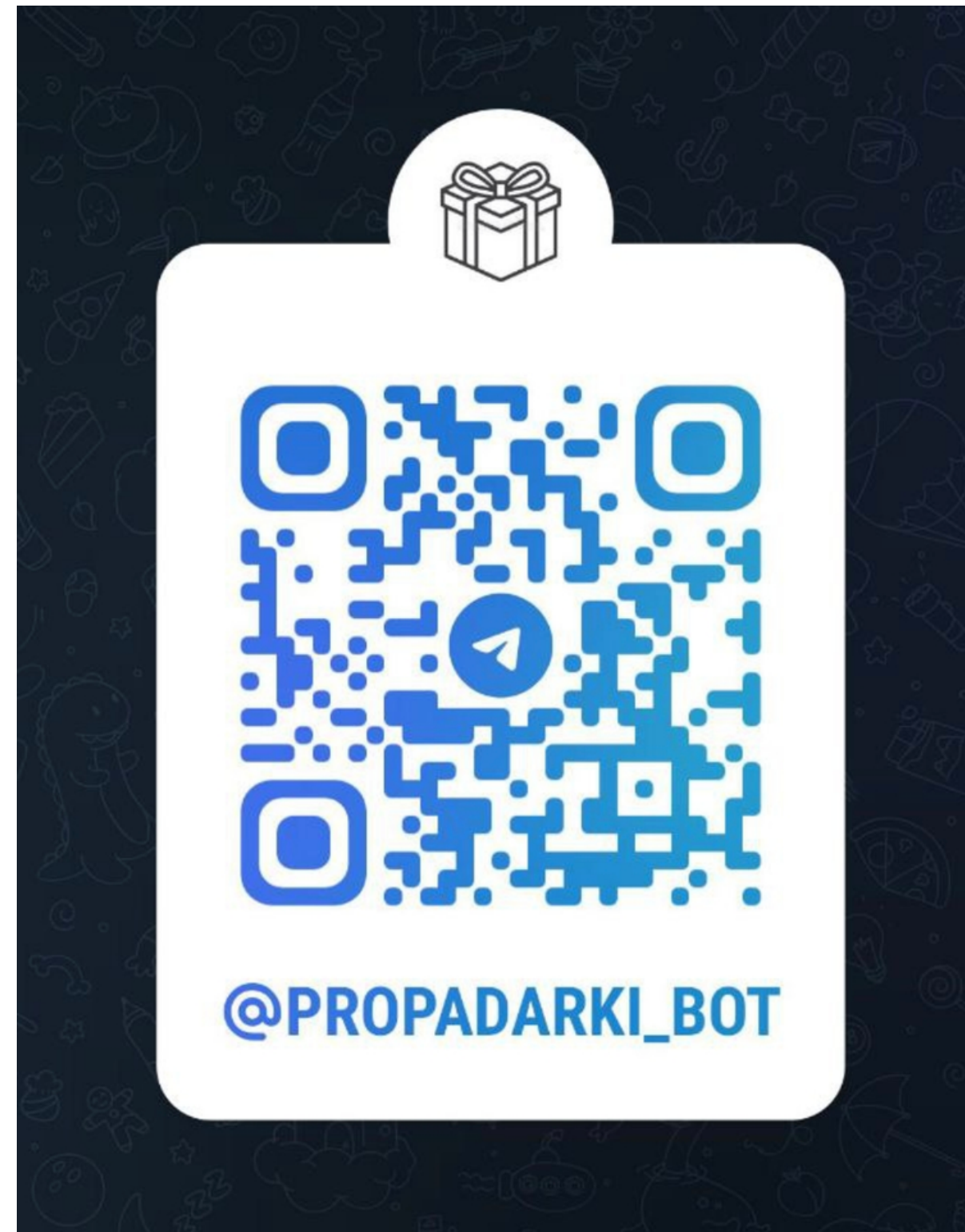
1) тест–запуск
сайта
2)привлечение
100
пользователей
3)привлечение
5
рекламодателей

1)запуск сайта
2)привлечение
150
пользователей
3)привлечение
5
рекламодателей

1)привлечение
10
рекламодателей
2)коммерческое
продвижение
3)привлечение
200
пользователей

1)введение В2С
2)расширение
продвижения
3)привлечение
500
пользователей
и 20
рекламодателей

MVP



НАША КОМАНДА



Милана Шабунина
(руководитель проекта)

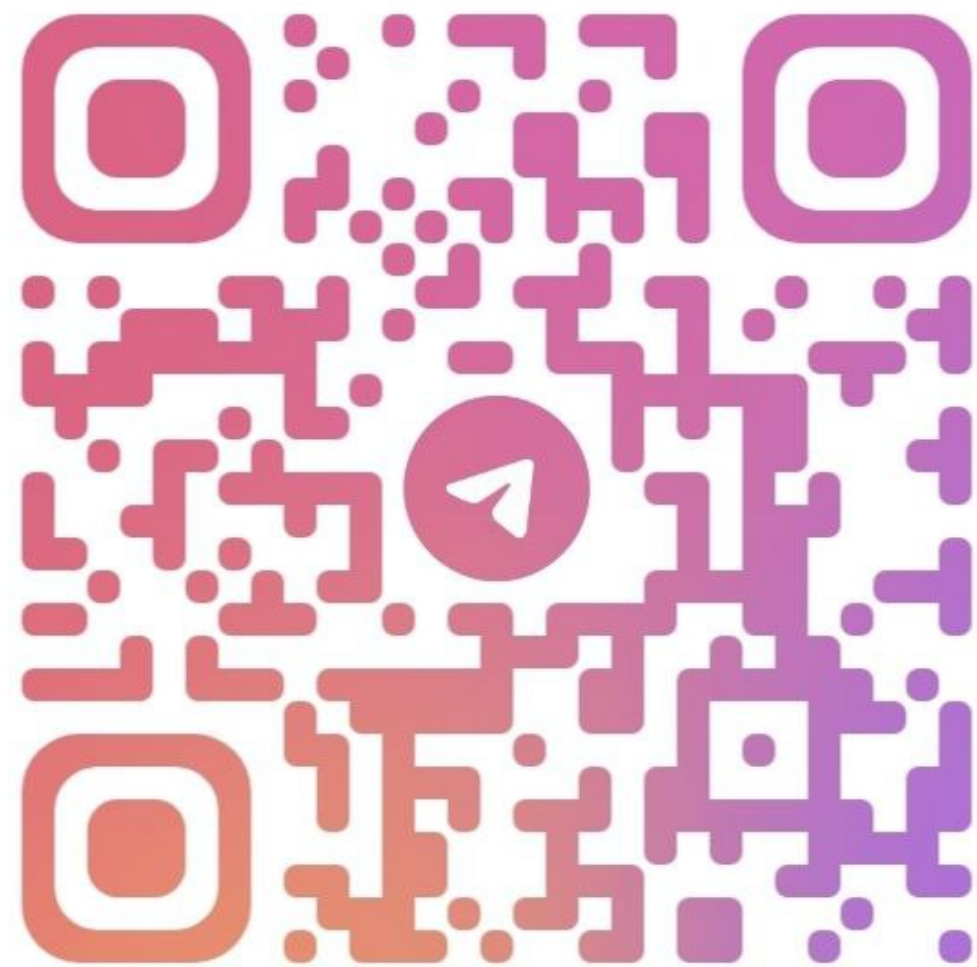
управление командой и
взаимодействие с брендами



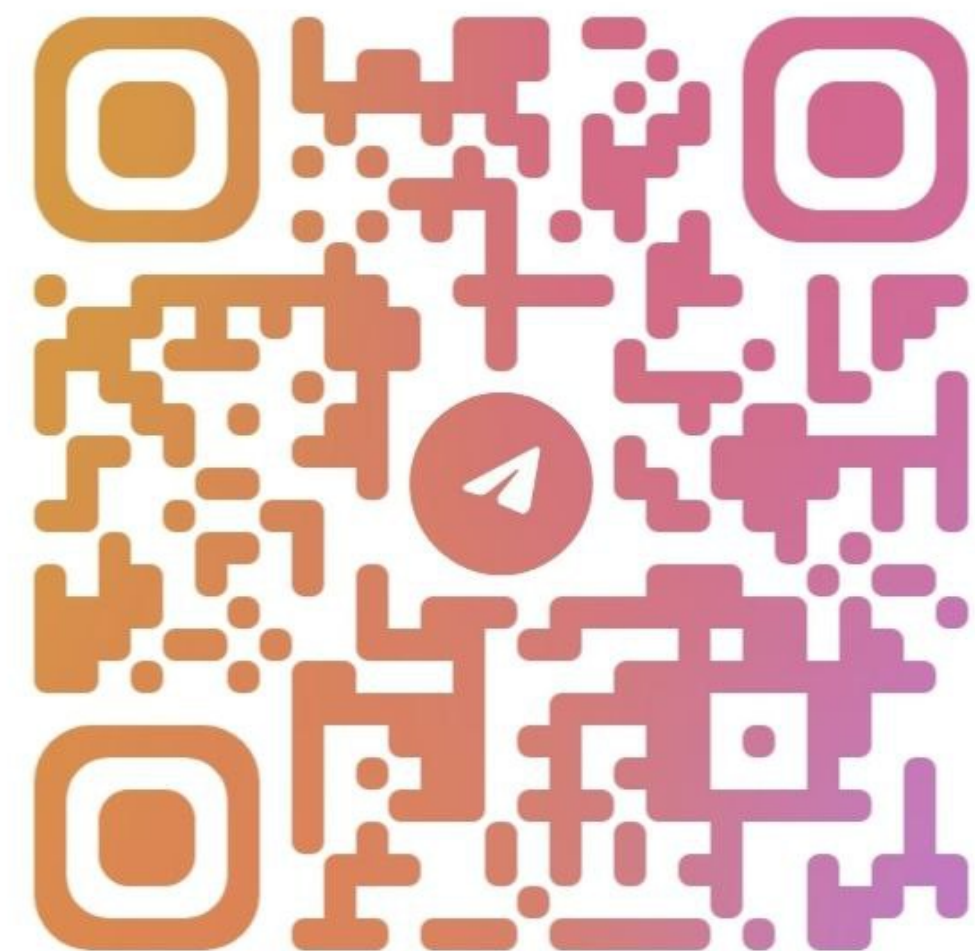
Ангелина Томильченко
(программист и дизайнер)

разработка сайта и
визуальная упаковка бренда

НАШИ КОНТАКТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



@FUVMIL



@PROORROPODARKY