

фрич

Фонд развития
интернет-инициатив

ПЯТЫЙ ВЫПУСК АКСЕЛЕРАТОРА



Содержание

Appfollow.....	4
CERAmarketing.....	6
Dreamroomer.....	8
DriverPack Solution.....	10
Good Trade.....	12
Last.Backend.....	14
NDFLka.ru.....	16
Overboss.....	18
Petshotels.....	20
Promarket.....	22
QuBeQu.....	24
Rentcar.....	26
Scrut.....	28
Teslawatch.....	30
timeviewer.....	32
WebSemantics.ru.....	34
АФК.....	36
БезПыли.....	38
Заказово.....	40
ИИС Элдис.....	42
Инструктор по покупке квартир.....	44
Мой Механик.....	46
ПрессИндекс.....	48
Ю тест.....	50

APPFOLLOW

Следите за приложениями конкурентов

AppFollow — аналитика приложений конкурентов в App Store и Google Play. С помощью сервиса можно эффективно следить за конкурентами, усиливать позиции собственных приложений на основе данных, собранных из магазинов мобильных приложений: отзывы пользователей, рейтинги, ASO, позиции в топах, поисковых выдачах и т. д.

Клиент

- Продакт-менеджеры приложений в средних и крупных компаниях;
- Мобильные стартапы, инди-разработчики и маркетологи приложений и мобильных игр;
- Есть хотя бы одно приложение в App Store или Google Play;
- Или находятся на стадии выбора идеи для приложения или разработки.

Проблема

- Сбор данных по всем конкурентам, странам и магазинам приложений требует постоянных временных затрат и ресурсов;
- Текущие решения от AppAnnie или SensorTour стоят от 30 000 руб. в месяц и не позволяют полноценно следить за конкурентами.

Рынок

- В App Store зарегистрировано более 350

000 разработчиков, которые выпустили 1,3 млн приложений (по данным Apple);

- Количество разработчиков растёт на +26% каждый г.;
- Около 80% всех приложений «зомби» (по данным AdJust);
- Как минимум 20% разработчиков заинтересованы в аналитике конкурентов: 14 000 разработчиков

Решение

- Создание тематических подборок приложений с сегментацией по странам, языкам или платформе;
- Сбор данных по подборкам: отзывы пользователей, рейтинг, новые версии, изменения позиций в топах и поисковых выдачах, отслеживание внешнего трафика (упоминание в СМИ, блогах, медиа, реклама);
- Ежедневные и еженедельные рассылки с ключевыми данными по подборкам;
- Разметка отзывов по статусам («фича», «баг», «отзыв» и т.д.);
- Публикация отзывов в Slack или Trello;
- Отчеты и анализ собранных данных.

Как работает бизнес (use case)

- Пользователь создаёт подборки приложений, за которыми интересно «следить»;
- Каждый день/неделю получает базовые метрики в виде рассылки и реагирует на качественные изменения;
- Настраивает публикации важных отзывов по избранным приложениям в Slack или Trello для удобства работы с ними всей команды;
- Через личный кабинет получает нужные отчёты по общей ситуации в подборке;
- У любого пользователя есть бесплатный период (до 14 дней), после которого он должен оформить подписку на сервис.

Модель монетизации

- Подписная модель, текущие тарифы: 1500 руб. и 3500 руб. в месяц;
- Стартовый срок подписки: 3 или 6 месяцев;
- При добавлении нового функционала — «апсейл» клиентов;
- Основной канал привлечения клиентов — контент-маркетинг (статьи, презентации, публичные выступления, подкасты, видео).

Конкуренты

- Основные конкуренты: AppBot, Metrics-Cat, SensorTour, AppAnnie;
- Наши преимущества:
 - работа с тематическими подборками, а не по отдельности с каждым приложением;
 - сегментация по странам, языкам;
 - эффективная работа с отзывами пользователей;
- Зачастую альтернативой является сбор данных вручную (стартапы), или создание собственных систем аналитики (крупные компании).

План развития: по продукту и по финансам

- До конца 2015 г. мы планируем:
 - выйти на международный рынок (Европа);
 - добавить поддержку новых магазинов приложений (Apple Watch App Store, Mac App Store, Amazon AppStore, Windows Marketplace, ...);
 - расширение функционала сервиса;
- В 2016 году мы планируем дальнейшее расширение по географии (Америка, Азия);
- Планируемая оценка на конец 2016 г. – 10 млн долларов (600 млн руб.)
- Примеры похожих компаний, поглощенных лидерами рынка: Distimo.com, MobileDevHQ.com, AppCrawler.com

Что требуется

Ищем инвестиции в размере от 5 до 10 млн руб. за долю в 10-15% для:

- Усиление команды:
 - разработчики;
 - контент-менеджеры (English);
 - support;
- Создание полноценного международного представительства.

Команда

Анатолий Шарифулин – идеолог и CEO в AppFollow, с 2009 г. занимается мобильными приложениями, работал техническим директором в Точка Кипения и руководителем мобильных продуктов в Ostrovok.ru. В 2013 году выиграл хакатон AngelHack Moscow. Занимается консалтингом для мобильных приложений в AppConsulting.ru;

Павел Власов – СТО в AppFollow, с 2011 г. разрабатывает серверные части для сайтов и приложений, работал в Ostrovok.ru, вместе с Анатолием выиграл хакатон AngelHack Moscow;

Евгений Круглов – СМО в AppFollow, серийный предприниматель и CEO в MobiGear, компания разрабатывает мобильные приложения и решения для мобильных операторов.

Контакты



Анатолий Шарифулин,
CEO в AppFollow
hi@appfollow.ru,
+7 965 120-55-40

CERA – наше решение позволяет анализировать видеозаписи и все действия на кассах в автоматическом режиме, что помогает снижать потери, возникающих из-за воровства и ошибок кассиров.

Клиент

- Продуктовая сеть формата FMCG размером от 5 до 2500 магазинов, с количеством касс от 2 до 14 шт.
- Сети салонов красоты от 2 до 50 шт.
- Супермаркеты формата FMCG

Проблема

- Потери на кассовых узлах из-за воровства кассиров или ошибок составляют до 5% от оборота магазина, физическая охрана не в силах проследить за всеми действиями кассиров и посетителей и просмотреть все видео со всех камер.
- Салонный бизнес не имеет объективной информации о том, какое точно количество Клиентов получили услугу в салоне и какие это были услуги – это зачастую является причиной потери прибыли для бизнеса. Установка камер в 30 салонах проблему не решает, потому что отсмотреть физически все видео невозможно.

Рынок

- В РФ около 500 сетей продуктового типа, работающих по принципу FMCG и около 200 сетей салонов красоты.
- Средняя стоимость интеграции в одну торговую сеть 10 млн руб. и в салоны 1,5 млн руб.
- Общий объем рынка – 5,3 млрд руб.

Решение

- Для продуктового Ритейла – система

автоматического анализа и отбора Событий, которые являются нарушениями или потенциальными нарушениями.

- Возможность поиска и просмотра Событий, чеков, товаров в архиве системы
- Формирование сводных отчетов для сравнения деятельности магазинов в рамках сети
- Для салонов – отчет об эффективности рабочих мест и размер выручки, которая должна быть в кассе на конец дня.

Как работает бизнес (use case)

- С Клиентом подписывается договор на интеграцию системы и поставку оборудования.
- От Клиента приходит оплата.
- Клиенту устанавливается ip камера и сервер.
- Сервер подключается к кассовому узлу.
- ПО на сервере автоматически анализирует все данные с кассового узла и видеозапись и формирует список Событий с нарушениями (потенциальными нарушениями).
- Клиент смотрит События и по выявленным нарушениям принимает административные меры.
- Клиент получает отчет о результатах за период.

Модель монетизации

- Плата за Лицензию – 5 930 руб. с 1 комплекта (1 камера)
- Стоимость обслуживания и обновления системы – 1 050 руб. с 1 комплекта (1 камера)
- Стоимость оборудования в среднем на 1 комплект (камера + сервер) – 26 000 руб.

Конкуренты

- Производители кассового ПО.
- Компании, ориентированные на безопасность и разработку ПО (Трассир, Синезис)
- Компании, разрабатывающие ПО

видеоаналитики.

План развития: по продукту и по финансам

- 2015 г.. Выход на самоокупаемость и получение прибыли. Доработка продукта в части автоматизации текстовой аналитики и отчуждения продукта для минимального участия разработчиков в процессе выкатки. Доработка полуавтоматической видеоаналитики распознавания людей, их движения в пространстве, хендвер от камеры к камере. Выручка по году 30 млн руб., на конец г. ежемесячная выручка от обслуживания - 1,5 млн руб.
- 2016 г. Выход на новые сегменты рынка России: сетевые магазины непродовольственных товаров, контроль движения транспортных средств (автомойки, стоянки).

Выход на новые рынки (СНГ и США)
Выручка по году 300 млн руб., на конец г. целевая ежемесячная выручка 13 млн руб.

Что требуется

10 млн руб. в 2015 году для масштабирования и получения возможности осилить внедрение в федеральных игроках.
Планы: Расширение технической команды (создание отдела тестировки и поддержки системы Клиентов), выделение научной составляющей разработки (разработка алгоритмов – точность). Формирование отдела продаж. Маркетинг.
На Будущее: Выход на новые сегменты и рынки. Освоение новых территорий, поиск сотрудников (представителей) с местным менталитетом.
По условиям готовы к обсуждению.

Команда

6 человек (4 разработчика и 2

коммерсанта).

Захаров Сергей – CEO

Стратегия, операционное управление. Опыт работы в телеком (МегаФон) 7 лет, последняя должность Директор по строительству. Собственный бизнес в архитектурном строительстве и производство окон.

Кац Анатолий – СТО

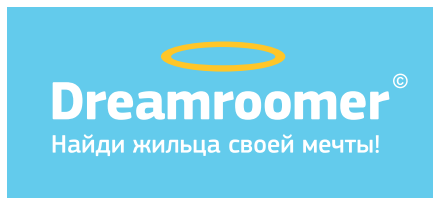
Управление командой разработчиков. Алгоритмист – математик по образованию (Carnegie Mellon).

Контакты



Захаров Сергей, CEO

zaharov.sv@ceramarketing.com
+7 (927) 277-93-00



Дримрумер – онлайн-витрина арендаторов. Жилец оставляет заявку на сайте – какую квартиру он ищет, а агенты и хозяева предлагают ему подходящие варианты.

Клиент

- Арендаторы, готовые снимать квартиру пользуясь услугами агента (или без него)
- Агенты, у которых много предложений по квартирам и мало клиентов, арендаторов
- Агентства недвижимости
- Хозяева, которые ходят сдать квартиру самостоятельно

Проблема

- В последнее время рынок аренды недвижимости «просел», агенты и собственники испытывают сложности со сдачей квартиры и поиском клиентов (арендаторов)
- Жильцы стали притязательнее и разборчивее, желают смотреть несколько вариантов с определенными требованиями. Настаивают, чтобы «съемная квартира сама их находила», потому что они платят деньги, а значит, и диктуют условия

Рынок

- Ежегодно в Москве сдается 500-700 тыс. квартир, по разным данным, в столице одновременно работает примерно 30-50 тыс. риелторов

Решение

- Для арендаторов: съемная квартира сама найдет тебя! Просто размести заявку и получи предложение от агентов и хозяев.
- Для агентов/хозяев: онлайн-витрина арендаторов, готовая база теплых клиентов, которые ждут твоих предложений.

Как работает бизнес (use case)

- Арендатор выставляет на сайте свое объявление с коротким резюме и требование к съемной квартире, агенты и хозяева предлагают ему свои варианты.
- Для агента/хозяина - готовая онлайн-витрина потенциальных арендаторов, которые ждут его предложений.

Модель монетизации

Идею бизнеса можно сравнить с Перевези.рф.
Клиент размещает запрос, агент берется за выполнение заказа.
Основная (агенты): подписка на базу 5000 руб./мес.
Дополнительная (хозяева): 1500 руб./нед.

Есть первые 20 продаж (ручные и через сайт).
Текущие показатели: стабильно 10 - 30 свежих анкет арендаторов в день, (50% текущих клиентов арендаторов приходят по рекомендации друзей и прямым поисковым запросам).

Конкуренты

- Оффлайн-агентства недвижимости
- Большое количество онлайн-ресурсов для поиска/сдачи жилья, группы в соц. сетях плана «сдам-сниму»

Контакты

Илья Васильев,
CEO
+79265757445,
ilya@dreamroomer.com

План развития: по продукту и по финансам

- Создание нового удобного инструмента для работы агента, изменение рынка в рынок арендатора, быстрый, но пассивный поиск съемной квартиры
- Выход на точку безубыточности (100 подписных агентов) в течение 4-6 месяцев, необходимые инвестиции \$100 000
- Выход на оборот 5 млн/мес через 1-2 г. (1000 подписчиков в базе, 3-5% рынка агентов)
- Захват рынка через самую большую базу арендаторов, автоматизации запроса на поиск съемной квартиры, повышение культуры и репутации агентов, создание аналога Перевези.рф для агентов

Что требуется

Инвестиции на содержание команды, проведение нескольких небольших рекламных кампаний в интернете (разработка каналов сбыта) и возможность систематического медиаприсутствия на рынке с целью повышения узнаваемости бренда.

Команда

Илья Васильев,
CEO, со-основатель.

Николай Пере,
арт-директор, со-основатель.



DriverPack Solution[©]

DriverPack Solution – инструмент дистрибуции софта и сервисов:

- **высокого качества трафика;**
- **больших объемов дистрибуции (1 млн установок в месяц);**
- **широкой географии (РФ, СНГ, Европа, Северная и Южная Америки, Азия).**

Клиент

- ИТ-компании с продуктами, требующими больших объемов дистрибуции;
- ИТ-компании, перед которыми стоит задача дистрибуции на широкую географию;

Пользователь:

- системный администратор;
- пользователь со средним+ уровнем ИТ-компетенций;

Проблема

Проблема клиента:

- Сложность привлечения качественного трафика;
- Сегментация на наиболее интернет-активную ЦА;
- Сегментация на ИТ-специалистов и людей с высоким уровнем ИТ-компетенций;

Проблема пользователя:

- установка драйверов (поиск, скачивание по отдельности, установка по отдельности);

- ежедневная рутинная работа;
- установка софта, требуемого на любом компьютере;

Рынок

Текущий трафик сайта с РФ – 1,5+ млн уникальных посетителей в месяц. РФ занимает 2,83% мировой интернет-аудитории.

Мировой трафик – 53+ млн уникальных посетителей в месяц

Решение

DriverPack Solution – программное обеспечение на 44 языках мира для автоматической настройки компьютера любой модели для любой версии Windows с 35+ млн аудиторией.

С помощью DriverPack Solution любой пользователь может

- проверить свой компьютер/ноутбук (диагностика);
- автоматически установить и обновить требуемые драйверы;
- установить софт, необходимый на каждом компьютере (архиваторы, мессенджеры, браузеры, антивирусы и т.д.).

Как работает бизнес (use case)



Модель монетизации

1. Посетитель сайта drp.su скачивает программу;
2. Запускает программу, устанавливает драйверы и софт;
3. Установка партнерского софта;
4. Партнер платит за установку своего софта.

Конкуренты

Drivergenius.ru, driver.ru, ddriver.ru, другие.

Наши конкурентные преимущества:

- бесплатно для пользователя;
- одна из самых больших баз драйверов;
- версия Full, которая работает без доступа в интернет;

План развития: по продукту и по финансам

1. Построение бизнес-процессов;
2. Увеличение конверсии сайта и софта;
3. Нарастивание мирового трафика;
4. Реализация новых продуктов;

Что требуется

Партнеры для выхода на мировые рынки;

Команда

Кузяков Артур,
основатель DriverPack Solution,
организатор нескольких IT-бизнесов;

Козьменко Максим,
опыт руководства отделом и интеграции
САПР на предприятиях, сооснователь

компании системного интегратора;

Мильто Юрий,
10 летний опыт в области драйверов
и софта;

Потапова Валерия,
опыт 10 лет разработки и руководства
разработчиками;

Пахомов Дмитрий,
опыт тестирования, антивирусного
анализа и технической поддержки;

Контакты



Кузяков Артур Вячеславович,
CEO
artx@drp.su
+7 (965) 226-0727



GOOD TRADE
ОНЛАЙН АВТОСАЛОН

Good Trade – онлайн-платформа, которая объединяет официальных автомобильных дилеров и позволяет автовладельцу получить лучшее предложение по выкупу автомобиля. В перспективе выбор новых и подержанных авто, выбор выгодного технического обслуживания, запчастей для ТО, страховок КАСКО и автокредитов.

Клиент

1. Владельцы автомобилей, которые хотят продать авто быстро и за максимальную цену, с помощью любого способа доступного в дилерском центре (комиссия, выкуп, trade in, com trade)
2. Продавцы автомобилей, которые, по различным причинам не хотят продавать авто сами и через стандартные каналы продаж.

Количество подобных сделок на Российском рынке - около 400 000 в г.

Проблема

B2B: Для автодилеров мы обеспечиваем постоянный приток качественных лидов на услуги выкупа автомобилей и Trade-in.

B2C: Для продавцов автомобилей мы помогаем получить максимально возможную цену за срочный выкуп автомобиля путем проведения online-аукциона среди официальных дилеров. Это позволяет увеличить цену выкупа до 20%.

Рынок

По данным Автостат, за 11 месяцев 2014 г. в России было продано 5,5 млн подержанных автомобилей.

Дилерские продажи за 10 месяцев 2014 г. составили 350 - 400 тыс. автомобилей.

Емкость рынка подержанных авто за 2014 г. составила 60 \$ млрд.

Решение

Наша компания организует онлайн-аукцион среди официальных дилеров, с помощью которого поможет продать автомобиль до 20% дороже, без траты времени на объезд разных дилерских центров.

Как работает бизнес (use case)

- Автовладелец приходит на сайт и оставляет заявку с описанием автомобиля
- Информация по автомобилю рассылается дилерам - партнерам проекта, для предварительной оценки.
- После чего клиенту поступает предложение от дилера, предложившего максимальную цену
- Далее клиент едет на диагностику к дилеру и завершает сделку.

Модель монетизации

Оплата взимается с дилера по факту выкупа авто и в среднем составляет 1% от стоимости сделки

Средний чек на платящего клиента = 8 000 руб.

Стоимость привлечения платящего клиента = 3 000 руб.

Прогнозируемый доход на конец 2015 г. 1 600 000 в месяц/200 сделок.

Конкуренты

Нашими конкурентами являются online-площадки для выбора новых автомобилей и онлайн-аукционы по выкупу автомобилей:

carprice.ru
iautobank.ru
autospot.ru
auto.ilsa.ru

Отличие и преимущество проекта Good Trade заключается в том, что мы объединяем в одном ресурсе покупку и продажу автомобиля.

План развития: по продукту и по финансам

До конца 2015 г.
Подключить 100 официальных дилерских центров в Москве и МО.

Разработать и запустить онлайн-платформу для взаимодействия с партнерами и клиентами.

Довести количество продаж до 200 в месяц к концу 2015 г.

Первая половина 2016 г.

Разработать и запустить программу автоматизации бизнес-процессов.

Укрепление на рынке за счет добавления новых услуг:
Помощь в покупке новых автомобилей,
Подбор официального СЦ для проведения ТО.

К концу 2016 г.

Занять 10% от рынка Москвы (выкуп, trade in)

Выйти на рынки Санкт Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода, Краснодарского края

Что требуется

Инвестиции 6 млн руб. за долю 10%.

Деньги необходимы на:

- Масштабирование продаж
- Усиление команды разработчиков

Команда

Руслан Шрамченко,

Chief Marketing Officer, Founder
Опыт b2b продаж в должности директора по продажам в торгово-производственной компании, опыт работы Директором по развитию интернет магазина и стартапа

Альберт Хлуд,

CEO, co-founder
Опыт работы менеджером по продажам в дилерском центре Renault
Опыт работы в российско-немецкой консервной компании Lorado в области бухгалтерии, а также коммерческим директором.

Николай Моженков,

Chief Visionary Officer, co founder
Опыт работы:
Директор по продажам Порше Центр на Таганке входит в холдинг ГК АвтоСпецЦентр
Директор по продажам Ауди Центр на Таганке входит в холдинг ГК АвтоСпецЦентр

Контакты

+7 929 900-64-70
+7 916 390-00-09

6620113@gmail.com
www.goodtrade.me



Last.Backend

Last.Backend – Визуальная SaaS платформа для автоматизации процесса разработки и развертывания серверных приложений

Клиент

B2C: индивидуальные серверные разработчики;

B2B: компании, в которых ведется серверная разработка;

Проблема

- Разработчику приходится регулярно заниматься настройкой серверной инфраструктуры, что отнимает 20% рабочего времени (это равно 1 рабочему дню в неделю)
- недостаточность компетенции администрирования
- дополнительные затраты (найм дорогостоящих специалистов)
- дополнительное время для инфраструктурных задач
- повышен риск допущения ошибок

Рынок

Общий объем мирового рынка:

Рынок B2C сегмента - > 1 млн серверных разработчиков в мире, достижимый объем 25% мирового рынка

Рынок B2B сегмента - > 500к компаний в мире, достижимый объем 10% мирового рынка

Решение

Визуальная платформа, позволяющая

автоматизировать процесс разработки и сделать его максимально простым, понятным и безошибочным.

Для B2C сегмента мы предлагаем:

- Легкое и быстрое автоматическое развертывание
- Быстрая и удобная настройка инфраструктуры
- Интеграция с популярными сервисами для разработки (github, bitbucket)

Для B2B сегмента:

- Автоматическая синхронизация конфигураций инфраструктуры для всех этапов разработки
- Простой и удобный point-and-click интерфейс для построения конфигураций
- Автоматическое развёртывание приложений в процессе разработки
- Лёгкое и быстрое изменение конфигураций с возможностью отката до стабильных версий
- Интеграция с существующими инструментами и сервисами для разработки приложений

Как работает бизнес (use case)

Пользователь строит конфигурацию серверной инфраструктуры, и платформа автоматически настраивает серверное окружение и подключает дополнительные сервисы. Пользователь платит абонентскую плату за автоматическое развёртывание и настройку, а также за необходимые ему дополнительные сервисы.

Модель монетизации

- Подписная модель для B2C: ~ 10\$ + в месяц / 100\$ в г. (ограниченный функционал)
- Подписная модель для B2B: ~ 1 000\$ + в месяц / 10,000\$ в г.

Конкуренты

- tutum, StackDock, ORCHARD - стартапы, не решают проблему целостно, не являются прямыми конкурентами
- альтернатива:
 - трата дополнительного времени на администрирование
 - найм редких и дорогостоящих специалистов
 - создание собственных решений, что занимает также дополнительное время

План развития: по продукту и по финансам

В середине 2015г., к августу, мы планируем привлечь 100 платящих пользователей, что принесёт нам 9000\$, к концу г. планируем иметь уже 5 000 платящих пользователей и зайти в 50 компаний.

К началу 2017г.мы хотим вырасти в 14 раз и иметь 100000 платящих пользователей и минимум 500 компаний.

К началу 2018г. г. вырасти до 300 000 пользователей и зайти в 10 000 компаний.

Что требуется

Инвестиции

350к \$ (2 транша на г. с определенным KPI):

- BizDev + Маркетинг + 4 разработчика + 1 тестировщик = ~350к \$ / г.
- Усиление команды позволит доработать продукт и начать его продажи в B2B сегменте.
- Позволит сделать продукт более привлекательным для канала B2C, и сгенерировать больше лидов для продажи в B2B сегмент.
- Это обусловлено спецификой рынка USA, так как там, стартапы на этапе Beta, делают продукт полностью бесплатным

для B2C пользователей. А для создания гарантий стабильности и качества - держат продукт в Beta версии минимум полгода/год.

Команда

Александр Калошин,
CEO

> 8 лет разработки HighLoad решений

Константин Пастор,
разработчик
> 6 лет разработки серверных решений

Николай Снопов,
UI/UX Дизайнер
5 лет проектирования UI & UX

Контакты



Калошин Александр,
CEO
alexander@lastbackend.com,
+7 (921) 777 6005



НДФЛка помогает заполнять и сдавать налоговые декларации, возвращать свои налоги.

Клиент

- Физлица, заполняющие декларации
- Юрлица - клиники, ВУЗы платные, банки и застройщики-риелтеры, брокеры.

Проблема

- «Хочу вернуть или заплатить налог»
- «Хочу сдать декларацию»
- «Хочу повысить лояльность клиента»

Рынок

Объем рынка в РФ – 10 млн деклараций
Достижимый рынок 10% – 1 млн деклараций

Как оценили:
Данные ФНС РОССИИ

Решение

- Удобный мастер создания декларации
- Подтверждение продукта продажами

Как работает бизнес (use case)

1. На сайте отвечает на вопросы
2. Программа формирует декларацию
3. Клиент оплачивает декларацию

Модель монетизации

1. Оплата самостоятельного заполнения декларации - 290-590 р
2. Проверка декларации – 1 200 р
3. Создание декларации за клиента – 2 990 р

Конкуренты

Конкуренты	Минусы	Плюсы
ФНС	Не понятно	Бесплатно
Налогия и др.	Медленно растет	Большая база и выше бренд
Оффлайн	Долго идти	Традиции и лучшая конверсия в продажи

План развития: по продукту и по финансам

Стадия выхода на окупаемость – 2 года.

Нужно 15 млн руб.оборот 2 млн в месяц

Что требуется

Инвестиции:
Сумма: 15 млн руб.

Что сделаем: мобильная версия, рост базы клиентов, улучшение конверсий показателей. Доля: 10%

Команда

Лапушинский Михаил –
разработка продукта и продажи.

Костальгин Дмитрий –
консалтинг и продажи налоговых услуг.

Контакты



Лапушинский Михаил Иванович

Ген. директор

michael.lapushinskiy@gmail.com,

+7(918)445-07-04



OVERBOSS – программное обеспечение для строительных компаний, помогает инженерам оформлять исполнительную документацию строительства быстро и без ошибок.

Клиент

Инженеры ПТО – сотрудники строительных компаний, занимающиеся составлением исполнительной документации.

Подрядные компании – строительные компании, выполняющие работы собственными силами. До 5 человек занимаются оформлением исполнительной документации.

Генподрядные компании – компании, привлекающие для строительства подрядные компании, принимают от подрядчиков исполнительную документацию. Выполняют работы собственными силами, более 5 человек занимаются оформлением исполнительной документации.

Проблема

Исполнительная документация – это тысячи однотипных документов на каждом объекте строительства. Они проверяются Государственным строительным надзором и обязательны для ввода объекта в эксплуатацию. Составление исполнительной документации – трудоемкая и изнурительная работа, занимающая от 20% до 100% времени инженеров. Проверка и исправление исполнительной

документации занимает недели времени, нередко задерживая ввод объекта в эксплуатацию.

Рынок

В России 200 000 строительных компаний, из которых 180 000 – подрядные, 20 000 – генподрядные компании. Стоимость использования OVERBOSS от 11 520 руб. в г. до 240 000 руб. в г.

Объем рынка составляет 6,9 млрд руб. в г.

Решение

OVERBOSS позволяет сократить время на подготовку исполнительной документации в 4 раза, избежать ошибок «человеческого фактора», моментально вносить изменения в тысячи документов одновременно. OVERBOSS повышает качество документации, упрощая ее проверку и сдачу объекта в эксплуатацию.

Как работает бизнес (use case)

За использование OVERBOSS платят директора строительных компаний, покупая системность в работе с исполнительной документацией, или сами сотрудники, со своих банковских карт, упрощая собственную работу.

Модель монетизации

- Модель должны отражать ключевые процессы бизнеса и показывать, как клиенты трансформируются в прибыль.
- Стоимость привлечения пользователя-клиента (для marketplace моделей и со стороны поставщик и со стороны покупателей)
- LTV (ARPU) по каждому сегменту

Конкуренты

Основным конкурентом OVERBOSS являются офисные приложения. Они позволяют составлять исполнительную документацию с помощью копирования документов.

В отличие от них OVERBOSS позволяет автоматически формировать реестры документов, вносить изменения в тыс. и документов одновременно, хранить документацию в виде электронных архивов и легко передавать задачу оформления документации между сотрудниками.

План развития: по продукту и по финансам

На сегодняшний день OVERBOSS позволяет оформить 80% исполнительной документации.

2015 г.: привлечение инвестиции для разработки оформления исполнительной документации по инженерным сетям (слаботочные сети, электрика, вентиляция, трубопроводы). Это позволит оформлять документацию на весь объект в целом, а значит привлекать крупных генподрядчиков для работы с большими объектами, и их подрядчиков по всем видам работ (более 20 на 1 объект строительства).

2016 г.: подключение 2 000 клиентов, выручка 100 млн руб.

2017 г.: планируется заключить партнерские соглашения с крупнейшими СРО, выйти на выручку 300 млн руб. в г.

Что требуется

Мы ищем инвесторов, специализирующихся в строительной отрасли, для решения задач повышения эффективности работы компаний, и последующего вывода решений на рынок.

Команда

Павел Оберюхтин –

8 лет в управлении строительными проектами

Павел Шалагин –

10 лет в разработке

Александр Анкушев –

3 г. в продажах software

Контакты



Павел Оберюхтин

Технический директор OVERBOSS

+7 922 12 0 23 00

pavel.ober@overboss.ru



PETSHOTELS сервис (marketplace), для владельцев домашних животных, помогает найти, сравнить и забронировать за 5-10 минут, временный дом для своего питомца. А также приобрести комплекс сопутствующих услуг.

Клиент

Владельцы собак и кошек, путешествующие или работающие вдали от дома. Жители мегаполисов и городов с развитой PETS сетью.

Клиент B2B - Собственники зоо-отелей и сервисов для животных.

Проблема

Каждый, кто содержит собаку или кошку, задумываясь о поездке, звонит друзьям и родственникам с просьбой покормить, погулять с животным, и, если получает отказ, начинает судорожно искать в интернете варианты временного дома для питомца. Стоимость проблемы – это 2-3 часа потерянного времени. Часто разочарование из-за расхождения фото и состояния в реальности. Причины проблем: Нет отраслевого стандарта услуг: Не работают западные стандарты (нет дефицита животных и законодательной ответственности владельцев).

Рынок

По информации USDA, общая популяция домашних животных в России

оценивается в 60 млн особей. Емкость рынка услуг, 11,13 млн \$ при среднем чеке 7\$ (учитывается только агентское вознаграждение). PETSHOTELS первый начал активную работу на рынке мы рассчитываем на долю 2,65% от потенциального рынка услуг.

Ежемесячно в Yandex 220 тыс. человек ищут услуги для животных.

Решение

- Сервис работает, выполняет роль стандартообразующего интегратора на рынке.
- Готовится расширение перечня услуг и количества точек размещения до 5000.
- Предусматривается введение профессионального рейтинга.

Как работает бизнес (use case)

Выбор на карте ближайших мест размещения->, просмотр описания -> бронирование -> подтверждение -> размещение-> оплата .

Модель монетизации

- Оплата взимается с зоо-гостиницы или поставщика услуг в размере 15%.
- Стоимость привлечения пользователя-клиента 300 руб.
- Размещение: средний размер комиссии – 750 руб.
- Размещение с услугами – 2 310 руб.

Конкуренты

- Специализированные сервисы walkservice.ru, hendlers.ru, zooniani.com, zoospravka.ru, сайты зоо-отелей

Наши конкурентные преимущества:

- географический охват РФ, система бронирования и наличие стандарта услуг.

План развития: по продукту и по финансам

- Первый этап (продолжительность – 12 месяцев): выход проекта на выручку в размере 1,2 млн руб. в месяц (500 бронирований в месяц) и размещение 5 000 предложений.
- Второй этап: расширение услуг (продолжительность - 24 месяца): выход проекта на выручку в размере 3 млн руб. в месяц.
- Третий этап (продолжительность – 36 месяцев): сетевой эффект. Petshotels – стандарт рынка.

Что требуется

Отзывы о сервисе и зоогостиницах.
Требуется интеграция в туристические и MICE сервисы.

Инвестиции:

- Сумма 2,5 млн руб. (30 % - маркетинг; автоматизация на стороне клиента b2b - 70%);
- Цели: масштабирование бизнеса в 2-х наиболее интересных сегментах, разработка 5 новых продуктов для расширения рынка;
- Доля в проекте.

Команда

Гущин Сергей,

консультант, образование высшее, 30-лет работы с животными, судья тестовых испытаний. Владелец зоо-гостиницы.

Новоселов Илья,

генеральный директор

ООО ПетсХотелс.ру, образование высшее, запуск и управление microhotels.ru, korea-cosmetics.ru, 5 лет опыт продаж.

Антонов Руслан,

юридическое сопровождение. образование высшее, Генеральный директор ООО Бизнес-инвест,

Чириков Евгений,

маркетинг и продажи, 2 высших, участвовал в развитии брендов: WBD («Здрайверы»), Nestle, адаптации для российского рынка John Deere, Parker, Yale, Manitou и др.

Контакты



Новоселов Илья,

Ген. директор
partner@petshotels.ru
+7 (495) 532-46-01



Помогает менеджерам по оптовым закупкам найти выгодные торговые предложения, а менеджерам по оптовым продажам увеличить свои обороты.

Клиент

- Специалисты оптовой торговли:
- Менеджер по закупкам
- Менеджер по продажам
- Коммерческие директора, руководители
- Логисты
- Маркетологи

Проблема

- В условиях высокой волатильности товаров классические методы подбора закупок и аналитики рынка не дают гарантию получения лучшей цены на товар как для покупателя, так и для продающей стороны.
- Классические способы поиска контрагентов требуют высоких транзакционных издержек.
- На рынке постоянно появляются новые игроки, есть потребность в рыночной экспертизе.

Рынок

TAM – 20 млн оптовых компаний в мире
SAM – 5 млн оптовых компаний в России
SOM – 350 тыс. компаний продуктового опта в России

Решение

- Promarket – это маркетплейс для оптовых товаров который используют больше 10000 представителей компаний.
- Основная работа с ресурсом происходит на витрине товаров и услуг, торговых чатах и в интерфейсе закупок.
- Promarket доступен в формате web-сервиса, windows-клиента, Android и iOS приложения.

Как работает бизнес (use case)

- Менеджер по продажам имеет доступ в систему на платной основе. На площадке он формирует продуктовую витрину своей компании, публикует актуальные торговые предложения, ищет контрагентов и подписывается на рассылки целевых закупок.
- Менеджер по закупкам имеет бесплатный доступ в систему и в любой момент может опубликовать закупку, которую увидят тысячи целевых поставщиков. С ним также активно работает наш call-центр сбора закупок.

Модель монетизации

- Мы продаем доступ в систему для менеджеров по продажам сроком на две недели, три месяца и полг.
- Мы ведем прямые продажи через обзвон.
- CPA – 40 руб.
- LTV – 200 руб.

Конкуренты

- Наши основные конкуренты – отраслевые порталы и доски объявлений. Они не справляются с задачей генерации продаж для менеджеров по продажам, т.к. не дают достаточного количества актуальных в данный момент покупателей

и поставщиков, ограничивают возможности коммуникаций и являются технически и морально устаревшими проектами.

- Наш косвенный конкурент – это классический обзвон сотрудником компании папок с наработанной базой контрагентов. Такой способ требует уйму ресурсов и не дает гарантию «словить» момент с правильным товаром и ценой, важный на рынке высоко-волатильных товаров.

План развития: по продукту и по финансам

- Лето 2015 – устояться в процессе закупок в рыбной и мясной отрасли. Выручка – 15 млн руб. в г.
- Январь 2015 – монополизировать процесс закупок рыбной и мясной отрасли, устояться в закупках остального продуктового опта. Выручка – 100 млн руб. в г.
- 2016 г. – предоставление финансово-юридических услуг компаниям, проведение сделок через площадку. Выход в другие отрасли оптовой торговли, масштабирование на рынки ближнего зарубежья – 300 млн руб. в г.

Что требуется

- Мы ищем стратегического инвестора для помощи в реализации наших планов и выхода на новые рынки.

Команда

Вадим Ермолаев,
CEO

20 лет занимался предпринимательством в реальных секторах экономики

Никита Цуканов,
СТО

5 лет проектировал системы повышенной

сложности, embedded системы и кросс-платформенные приложения, биллинги, руководил и проектировал проекты на разной стадии развития, работал в различных digital-агентствах

Контакты



Вадим Ермолаев,
CEO
pro@promarket.pro
8 (915) 327-38-05
www.promarket.pro

QuBeQu

QuBeQu - сервис анализа и визуализации данных компании, который помогает принимать управленческие решения с помощью оперативной отчетности и дашбордов. Руководитель имеет доступ ко всем актуальным показателям и возможность контролировать бизнес с планшета из любого места.

Клиент

Малый и средний бизнес (15-500 человек), где есть несколько ИТ-систем (1С, CRM,...) и используется Excel. Руководителю нужны регулярные отчеты о продажах, мониторинг ключевых показателей, анализ и прогнозы.

Проблема

1. Данные о продажах, поставках, клиентах, счетах, и т.п. ведутся в разных системах и файлах. Чтобы объединить эту информацию в отчет, нужно потратить время и силы, а данные успевают устареть. В результате управленческие решения принимаются интуитивно, а не на основе фактов. При этом на сведение данных и подготовку отчетности все равно тратятся деньги, но у руководства нет доступа к информации “здесь и сейчас”.

2. Неэффективно расходуются маркетинговые бюджеты - информация о результатах кампаний (например, о продажах) тяжело собирается с продавцов, итоговый отчет предоставляется с большой задержкой. Новые кампании планируются на основе

неактуальных данных.

3. Данные в отчетах берутся из разных источников, копируются и вводятся вручную. Неизбежно возникает дублирование и несогласованность информации, ошибки, преднамеренные искажения.

Рынок

Облачный сервис (SaaS) QuBeQu:

Малый бизнес в РФ (за исключением микро): 100 000 предприятий.

Конверсия в клиента 1% = 1000 клиентов.
 $1000 * 5000 \text{ руб. в месяц} = 5 \text{ млн в месяц} = 60 \text{ млн в год.}$

Коробочное решение QuBeQu:

Средний бизнес в РФ: 25 тысяч предприятий.

Конверсия в клиента 1% = 250 клиентов.
Стоимость коробки 300 тыс. руб.
 $250 * 300 \text{ тыс. руб.} = 75 \text{ млн руб.}$

Решение

QuBeQu предлагает два варианта - облачный SaaS-сервис и коробочное решение, которое компания ставит на свой сервер.

1. QuBeQu подключается к системам клиента и автоматически забирает данные. Если данные собираются с сотрудников, то они могут вводить их вручную в QuBeQu или импортировать Excel.

2. Вся актуальная информация доступна для анализа и визуализации. Данные хранятся не в разрозненных таблицах, а в единой структуре, позволяющей не только видеть текущие цифры, но и смотреть по периодам, категориям и другим разрезам. Можно быстро крутить данные, легко строить графики или просто регулярно смотреть настроенные дашборды.

3. Модель вычислений “на лету” позволяет мгновенно получать агрегированные и расчётные значения, строить аналитические отчеты и проводить анализ накопленных

данных без привлечения разработчика. Кроме того, обеспечивается полная прослеживаемость расчётных значений и раскрытие до исходных данных. Настройка системы занимает от нескольких дней до месяца, силами клиента или с помощью нас / партнеров.

Как работает бизнес (use case)

Клиент указывает из каких систем нужно загружать данные, мы (или сам клиент или наши партнеры) настраиваем подключение к ним, настраиваем отчеты и дашборды.

Затем данные из систем обновляются в QuBeQu автоматически, отчитывающиеся вводят цифры в веб-интерфейс, аналитики быстро строят сложные отчеты, руководство всегда видит актуальные дашборды на планшете.

Модель монетизации

Облачный сервис: подписная модель с оплатой за пользователя в месяц.

Коробочное решение: единоразовый платеж за продукт и регулярная оплата технической поддержки.

При необходимости: услуги по внедрению и настройке системы (до 1 месяца).

Конкуренты

Мы конкурируем с легко внедряемыми зарубежными системами для среднего бизнеса - QlikView и Tableau.

- У Qlikview высокая цена, нет ручного ввода данных, требуется программирование для внедрения и внесения изменений.
- У Tableau нет ручного ввода данных, отсутствует конструктор отчетов и вычислений, то есть нельзя получить любой отчет за минуту, в отличие от QuBeQu.

План развития: по продукту и по финансам

- Готовые решения для разных бизнесов с преднастроенными коннекторами к системам, набором отчетов и ключевых показателей. Чтобы клиент мог за несколько кликов подключить QuBeQu ко всем своим системам и сразу получить объединенные данные, набор отчетов и рекомендации.
- Больше разнообразие визуализаций, инструментов прогнозирования и моделирования.
- Внедрение через партнеров-бизнес-консультантов.

Команда

Команда – выпускники мехмата МГУ.

Василий Федоров,
генеральный директор (CEO)

Константин Лопухин,
технический директор (CIO)

Алексей Федоров,
аналитик

Мария Федорова,
аналитик

Контакты



Василий Федоров,
CEO
+79262531537,
vasiliy.fedorov@qubequ.com
8-800-555-92-54

ClubRentCar.com

Clubrentcar.com — агрегатор долгосрочной и краткосрочной аренды автомобилей, где каждый может подобрать себе подходящую модель. Сервис агрегирует предложения региональных прокатных компаний, и даже автомобили от частных лиц, а также автомобили в аренду под такси.

Клиент

B2B: Прокатные компании и таксопарки с количеством от 100 автомобилей и со стоимостью от 500 тыс.руб. одного авто.

B2C: Частное лицо, желающее взять автомобиль в аренду дешевле, чем в международной сетевой компании автопроката.

Проблема

B2B: поставляем лидов региональным компаниям.

B2C:

1. Предлагаем цену до 2 раз ниже, чем у международных сетевых компаний.
2. Предлагаем такую же простую процедуру оформления документов, как у международных сетевых компаний.

Рынок

- РАМ (потенциальный объем рынка) Согласно данным «АВТОСТАТ» по состоянию на середину 2014 г., в России насчитывалось более 48 млн транспортных средств (из них 40,2 млн легковых автомобилей). Российский рынок проката по итогам 2014 г. оценивается в более чем 21 млрд. руб.

- TAM Total Available Market (Общий объем целевого рынка) Мировой рынок проката автомобилей по итогам 2014 г. оценивается в 46 млрд. долларов
- SAM Served Available Market SAM (доступный объем рынка) 30 % рынка Потенциальный рынок – 2 млн автовладелец или 4.2 млрд. руб.
- SOM Serviceable & Obtainable Market SOM (реально достижимый объем рынка) 10% рынка 2 млрд. руб.

Решение

- Сервис, позволяющий подобрать необходимый автомобиль для аренды дешевле международных компаний.
- Сервис выполняет роль интегратора на рынке
- Сервис объединяет автомобили компаний и частных лиц для аренды

Как работает бизнес (use case)

- Клиент заходит на сайт (или сайт партнера, например, Avisales.ru, где встроена наша система поиска аренды авто)
- Клиент выбирает автомобиль и бронирует автомобиль на сайте. На платежной карте клиента блокируется сумма бронирования.
- С клиентом связывается представитель прокатной компании, подбирает автомобиль, обсуждает условия и оформляет бронирование.
- Клиент получает автомобиль в удобном для него месте. Деньги списываются со счета. После удержания комиссии Clubrentcar.com сумма бронирования перечисляется партнеру.

Модель монетизации

- Оплата взимается с размера суммы аренды поставщика услуг в размере 10 %
- Стоимость привлечения платящего пользователя 1 652 руб.
- Средний чек 20 000 руб.

- Средний доход с платящего 2000 руб.

Конкуренты

Крупные агрегаторы международных компаний www.eavtoprokat.ru
Региональные проекты www.riderent.ru

План развития: по продукту и по финансам

- на 2015 г. достижение показателей выручки до 3 млн руб. за счет завершения процесса сегментации, снижения расходов на привлечение пользователей, повышение конверсии в покупку, а также увеличения количества партнеров.
- на 2016 г. расширение географии присутствия бизнеса в других городах РФ, расширение партнеров в регионах. Партнерство с интернет-площадками букинга и покупки авиабилетов (встройка сервиса в поисковые системы партнеров, например, в Aviasales). Достижение оборота до 100 млн руб.
- к 2017 г. выход проекта на Европейский (или Азиатский) рынок и увеличение географии присутствия. Выход на показатель ежемесячной аудитории в 4 млн человек.
- на 2018 г. расширение предоставляемых услуг проекта, рост капитализации компании до 1 млрд. руб.

Что требуется

- Инвестиции от 10 млн до 15 млн руб. за долю 15%.
- Деньги необходимы на:
 - 4 000 000 на ФОТ на 2015 г.;
 - 6 000 000 на маркетинг на 2015 г.;
 - 2 000 000 разработка мобильного приложения
 - 3 000 000 интеграция с глобальной системой бронирования авиабилетов и гостиниц

Команда

Александр Кулинич,
CEO

Алексей Чупин,
Design and Communications

Владислав Прищепов,
СТО

Дмитрий Кулаков,
analyst

Сергей Суханцов,
account manager

Контакты



+7 985 288-44-43
+7 (499) 3500-754
ceo@clubrentcar.com
www.clubrentcar.com



Моя компания SCRUT предоставляет сервис по работе с отзывами, чтобы помочь компаниям SMB сферы услуг решить проблему управления репутацией при помощи виджетов на сайт и мониторинга сети.

Клиент

- HoReCa, хостелы, салоны красоты, клиники, ...
- Компании сферы услуг, заботящиеся о своем бренде.

Проблема

- много времени необходимо для поиска отзывов о себе или конкурентах на сотнях площадках.
- даже один негативный отзыв может уменьшить поток клиентов.
- негативные отзывы без реакции на них, имеют свойство разрастаться.
- для доверия клиентов, необходимо показывать на сайте отзывы живых людей с разных источников.

Рынок

- 1,2млн компаний в РФ работает в сферах, где потребители учитывают отзывы. (из 2млн малых предприятий)
- 60млн запросов об отзывах в месяц в РФ в Яндекс и Google

Решение

- сервис по работе с отзывами, помогающий компаниям SMB сферы услуг решить проблему управления репутацией при помощи виджетов на сайт и мониторинга сети.
- Мониторинг сети, виджеты на сайт.
- Стадия – первые клиенты

Как работает бизнес (use case)

- Мониторинг – 1500р/мес. (личный кабинет, отчеты).
- Виджет – 200р/мес. (на сайте клиента)

Модель монетизации

- Мониторинг – 1500р/мес. (личный кабинет, отчеты).
- Виджет – 200р/мес. (на сайте клиента)
- Стоимость привлечения пользователя-клиента
- LTV 4500р, ARPU 543р

Конкуренты

- TrustYou – для гостиниц. 200EUR/г. Нет мониторинга русскоязычных площадок.
- Wobot – мониторинг соц сетей. Дорого и необходимо уметь пользоваться.
- Google.Alerts – сложность использования и настройки для работы с отзывами.

План развития: по продукту и по финансам

Продукт и сервис:

- Выпуск Android версии продукта (март);
- Новые функции для водителей.

Финансы:

- Выручка 500 000 руб. (операционная окупаемость) – май 2015 г.;
- Выручка 3 000 000 руб. – конец 2015 г.

Стратегическая цель:
Покрытие 70% целевого рынка в России
к первому кварталу 2017 г.

Что требуется

Требуется экспертиза/ инвестиции/
ключевой сотрудник

Если инвестиции, то

- Рассмотрение аналогичных cruch base
- Сумма (диапазон)
- Цели (3-4 ключевых направления)
- Доля в компании (тоже диапазон)

Команда

Леонид Елисеев,
CEO

Алексей Филиппов,
CTO

Александр Сапрыкин,
маркетинг

Контакты



Елисеев Леонид,
CEO
L@scrut.me 89265730809



Компания Teslawatch занимается разработкой и производством Умного браслета\фитнес-трекера, который помогает людям вести здоровый образ жизни, считает, сколько шагов человек проходит ежедневно, сколько и как человек спит, помогает просыпаться по утрам с помощью функции «Умный будильник», сообщает о входящем звонке на ваш мобильный телефон, а также напоминает подвигаться, если вы засиделись, например, за компьютером, напоминает регулярно пить воду и принимать витамины или лекарства. В результате люди худеют, лучше выглядят, ставят новые рекорды!

Клиент

- Мы ориентировались на широкую аудиторию в возрасте 21-45 лет.
- Люди ведущие активный образ жизни
- Люди, которые хотят похудеть
- Корпоративные клиенты, приобретающие браслеты для своих сотрудников
- Проектные заказы (совместный проект с Альфа-банком по оснащению браслетов платежной функцией для оплаты покупок до 1000 руб. и проезда в транспорте)

Проблема

- Клиент хочет знать, что ему нужно сделать, чтобы лучше себя чувствовать,

лучше спать, худеть и прекрасно выглядеть

- Клиент хочет иметь фитнес-помощника, который поможет ставить цели и достигать их!
- Клиент не хочет тратить деньги на абонемент в фитнес-клуб, которым не будет пользоваться, а хочет иметь решение, которое всегда под рукой!

Рынок

- 11 000 000 – 16 000 000 устройств будет продано в ближайшие 2 г. только в России.
- Задача Teslawatch занять 10% российского рынка

Решение

Компания Teslawatch вышла на рынок в декабре 2014 г. и выпустила свой первый умный браслет\фитнес трекеруб. На текущий момент продано уже более 1000 устройств.

С помощью браслета и приложения Teslawatch клиенты могут получать статистические данные о своем состоянии: сколько они двигаются ежедневно, сколько калорий сжигают во время движения, как спят. В соответствии с этим они могут ставить четкие цели, мониторить их достижение и ставить новые рекорды.

Как работает бизнес (use case)

Продажа браслетов на текущий момент производится через собственный интернет-магазин, а также через магазины-партнеров.

Кроме того, мы получаем заказы на продажу наших браслетов в качестве сувенирной продукции.

Модель монетизации

- Продажа B2C через собственный интернет-магазин. Стоимость

привлечения клиента: 600 руб.

ARPU 1820 руб.

- Продажа через партнеров – сторонние интернет-магазины и оффлайн-магазины. Стоимость привлечения клиента:

200 руб. ARPU 6100 руб.

- Продажа корпоративным клиентам в качестве бизнес-сувенира. Стоимость привлечения клиента: 5000 руб. ARPU 45 500 руб.

- Продажа для использования в сторонних проектах

Конкуренты

Нашими основными конкурентами являются зарубежные аналоги: Fitbit, Jawbone

План развития: по продукту и по финансам

Продажа текущей модели Teslawatch на российском рынке и выход на зарубежные рынки: Европа, Латинская Америка. Объем планируемой реализации в России до конца 2015 г.: 30 000 устройств. Объем продаж за границей: 20 000 устройств.

Разработка новой модели и выпуск ее на рынок в конце 2015 г. Плановый объем продаж в 2016 г.у: 50 000 устройств в России, 50 000 устройств за руб.ежом.

Что требуется

- Экспертиза по выводу на европейский и другие зарубежные рынки
- Инвестиции для развития R&D
- Доля в компании (до 20%)

Команда

Руководитель проекта

Сергей Дулин:

Опыт работы руководителем двух

компаний по ИТ-аутсорсингу и сервису оргтехники с 2007 по 2011 г.: получил навыки подбора персонала, управления командой, стратегическому планированию, формированию бюджета и его соблюдению, опыт работы с документами и отчетностью.

Опыт работы руководителем группы продаж в компании Первый БИТ на протяжении 1 г.: развил навыки продаж, в том числе крупных проектов, формирования отдела продаж (подбор, мотивация, коучинг, создание планов продаж).

Опыт работы руководителем по закупкам в Китае: получил навыки закупок и импорта товаров, а также взаимодействия с китайскими компаниями.

Директор по маркетингу

Ксения Матвеева

Опыт работы руководителя отдела маркетинга в компании Veeam Software в период 2011-2014 гг: руководство командой, разработка стратегии по выходу компании на сегмент Enterprise; организация комплексного взаимодействия отдела маркетинга и продаж

Контакты



Дулин Сергей,

руководитель проекта

sales@teslawatch.ru

+7 911 923 6770

timeviewer

timeviewer – это облачная система учета рабочего времени сотрудников. Сотрудник отмечает свой приход в офис с помощью терминала, либо через мобильную страницу компании. Далее данные о пришедших, опоздавших, прогуливающих сотрудников поступают в облако, обрабатываются и в режиме реального времени доступны начальнику, либо любому другому лицу, ответственному за посещаемость.

Клиент

B2B

Компании, которые хотят ввести контроль за сотрудниками, либо автоматизировать его.

B2C

отсутствуют

Проблема

- Сотрудники опаздывают, не выходят на работу, подделывают данные.
- У владельцев компаний нет «простого» инструмента, который позволит автоматизировать процесс учета рабочего времени.

Рынок

В РУБ.Ф. 5 000 000 компаний, из них ~ 2 500 000 можно подключить к сервису.

Стоимость общего подключения ~ 5 000 000 000\$

В мире 60 000 подключений оборудования Anviz в г.

Стоимость подключенных клиентов через Anviz в г.: 120 000 000 \$

Решение

- Сервис получает данные с терминалов Anviz или через веб-интерфейс, обрабатывает, предоставляет отчет о посещениях в реальном времени
- Сервис хранит в базе данных информацию о посещаемости сотрудников, на основании данных можно строить отчеты о посещениях в различные единицы времени.

Директор или лицо ответственное за посещаемость может следить за посещаемостью, не выходя из кабинета и просматривать отчеты за различные отрезки времени.

Как работает бизнес (use case)

В офисе устанавливается терминал, через который сотрудники отмечают свое нахождение в офисе, либо для организации создается специальная веб-страница -> сотрудники отмечают через терминал или через веб-страницу -> данные поступают на сервер, обрабатываются -> директор видит посещаемость на странице своей компании в сервисе и может строить отчеты.

Модель монетизации

- Стоимость подключения до 50 сотрудников: 9 900 руб. в месяц
- Стоимость подключения до 300 сотрудников: 15 590 руб. в месяц
- Стоимость подключения от 300 сотрудников: 24 590 руб. в месяц

Конкуренты

РФ:

Bio Time, TimeControl, BioSmart – долго и сложно внедрять, нет удаленного доступа, нет единой платформы для больших предприятий.

Мир:

uAttend – только США и Англия, работают на OEM оборудовании, нет 100 дистрибьютеров в мире

План развития: по продукту и по финансам

- 6 000 компаний за 3 г.,
12 000 000\$

Мир

- 12 000 компаний за 2 г.,
24 000 000\$

Что требуется

- Стратегический партнер для разработки стратегии;
- Деньги для реализации стратегии;
- Менеджмент с экспертизой для работы по «взрослому»

Команда

Владимир Ковалев –
генеральный директор / seo

Евгений Сергеев –
co-founder

Дмитрий Ушаков –
co-founder

Константин Забелинский –
co-founder

Игорь Рабинович –
head of R&D & co-founder

Дарья Шевченко –
исполнительный директор

Александр Колгин –
специалист технической поддержки

Даниил Павлюченко –
специалист по e-commerce

Контакты



Ковалев Владимир
Ген. Директор
kovalev@timeviewer.ru
+7 (499) 753-65-40

WebSemantics.ru

<http://vtarget.ru>

ВебСемантикс – это сервис, позволяющий бизнесу найти свою целевую аудиторию в социальных сетях на основе поведенческих факторов и показать им рекламу

Клиент

Рекламодатели в социальной сети ВКонтакте:

- SMB по сегментам b2c
- Стартапы
- Фрилансеры
- Рекламные агентства
- Инфобизнес
- Блогеры

Проблема

Параметры таргетинга в социальной сети ВКонтакте позволяют выявить целевую аудиторию на основании статических параметров: пол, возраст, интересы и т.д.; и не позволяют определить, чем человек интересуется в данный конкретный момент времени, что существенно снижает эффективность таргетированной рекламы вплоть до полного отказа от канала продаж.

Рынок

Рынок решения составляет 300 млн руб. в г.

Решение

Онлайн-сервис, позволяющий отслеживать вновь вступивших в сообщества ВКонтакте пользователей и автоматически показывать им рекламу сразу, по факту вступления. Сайт проекта:

Как работает бизнес (use case)

Рекламодатель заходит на сайт, авторизуется через API ВКонтакте, вводит список сообществ и указывает объявление, которое хочет открывать по новым пользователям этих сообществ. Наслаждается крутым таргетингом, экономией бюджета и растущими продажами!

Модель монетизации

- Подписка на сервис, ARPPU = 600 руб.
- Услуги по настройке таргетированной рекламы в ВК «под ключ» с подпиской на сопровождение LTV = 45 000 руб.

Конкуренты

- cerebrum.pf
- gettarget.ru

В отличие от конкурентов, в сервисе vtarget.ru реализован автоматический экспорт целевой аудитории в рекламный кабинет и постоянное отслеживание новых участников сообществ, что позволяет показывать рекламу пользователям в момент, когда она для них актуальна, а не когда рекламодатель выгрузит списки пользователей вручную.

План развития: по продукту и по финансам

Доработка продукта для того, чтобы:

- к концу 2015 г. довести продажи до 7 тыс. подписок в г. со средним чеком 7000 руб.;
- к концу 2016 г. довести продажи до 21 тыс. подписок в г., с прибылью по году в 100 млн руб.;
- в 2016-2017 г. масштабировать продукт на соц.сети FB и ОК;

- к 2018 г. выйти на оборот 300 млн руб. в год.

Что требуется

- Инвестиции 10 млн руб. за долю 15%.
- Деньги необходимы на:
 - 5 000 000 на ФОТ в 2015 г.;
 - 4 программиста
 - 1 дизайнер
 - 1 PR-менеджер
 - 1 интернет-маркетолог
 - 1 аккаунт-менеджер
 - 2 инженера тех.поддержки
 - 5 000 000 на маркетинг в 2015 г.;

Команда

Александр Васильев,

руководитель, выпускник РЭУ им. Г.В. Плеханова, 9 лет на управляющих позициях, из них 3 года на позиции управляющего компанией на рынке SMM.

Александр Зуев,

интернет-маркетолог, опыт работы 8 лет

Ашот Мурадян,

.Net-программист, опыт работы 6 лет

Дмитрий Шумилов,

веб-программист, опыт работы 5 лет

Контакты



Александр Васильев,

сооснователь
ceo@websemantics.ru
+7 (915) 039-7383



Компания АФК предоставляет полный цикл услуг для микрофинансовых организаций и банков, который позволяет существенно снизить проблемную задолженность по кредитам, расходы на персонал, стоимость привлечения клиента при помощи перевода бизнеса в интернет и автоматизации всех процессов кредитования.

Клиент

- МФО, КПК, Банки, операторы Р2Р кредитования.
- Организации, активно кредитующие физических лиц, желающие перенести часть бизнеса в онлайн.

Проблема

- Большая доля просроченной задолженности по кредитам.
- Большие затраты на персонал
- Недостаток и дороговизна качественных клиентов.
- Потери на этих проблемах до 100% прибыли компании.

Рынок

21 млрд. руб. (без учета тех. поддержки)
(6300 МФО + 3500 КПК + 400 Банков + 50 Р2Р)*1,5млн = 21 млрд. руб.

Решение

- Полный цикл сервисов, для перевода бизнеса кредитования в онлайн:

производство сайта, автоматизация привлечения клиентов, скоринг клиентов, выдача денег, гашение, сбор

- Продукт готов, продажи идут.

Как работает бизнес (use case)

- Новая или существующая организация, занимающаяся кредитованием физических лиц, имеет планы выхода в онлайн-сегмент.
- Мы внедряем наше облачное/серверное решение в течение двух недель и более.
- Организация получает решение с проблемами качественной оценки клиентов, платежами, учетом, существенно снижаются расходы.

Модель монетизации

- Клиенты приобретают лицензию, далее платят ежемесячно за техническую поддержку. Стоимость привлечения одного клиента: ~100 тыс. руб.
- Выручка на клиента – 1,5 млн руб. разово + 0,05 млн в месяц

Конкуренты

HIENDsys, Terrasoft, Спутник.

Конкуренты закрывают отдельные задачи или часть потребностей. Наш продукт решает все проблемы комплексно.

План развития: по продукту и по финансам

- 1 стадия. До 01.05.2015 г. Накопленная выручка компании 2 млн руб.
- 2 стадия До 01.11.2015г. Накопленная выручка компании за полугодие 20 млн руб. Выход на рынки СНГ.
- 3 стадия. До 01.05.2016г. Накопленная выручка компании за полугодие 100 млн руб. Выход в Юго-восточную Азию.
- 4 стадия. До 01.05.2017г. Накопленная выручка компании за г. 1 млрд. руб.

Что требуется

Инвестиции:

- Объем: 10 млн руб.
- Цель: Масштабирование, стать стандартом в нише.
- Доля: 10-15%

Экспертиза в финтех, big data, scoring, безопасность.

Команда

Иванов Максим,

директор.

Создал собственное МФО, работающее полностью онлайн.

Ковалев Евгений,

руководить маркетингового отдела.

15 летний опыт управления в Банках и банковских продажах.

Василий Нестеров,

руководитель программного отдела.

9 лет разработок сложных технологичных продуктов.

Контакты



Иванов Максим Андреевич

89090086578,
mi@afcom.ru



БезПыли помогает заказать уборку квартиры/дома в один клик и получить чистоту от лучших специалистов на рынке быстрее, качественнее и дешевле любого клинингового агентства

Клиент

- Основная аудитория – женщины 25-55 лет с доходом от 100 000 руб. на семью и пользующиеся Интернет (400 тыс. квартир в Москве)
- Чувствительна к рекомендациям знакомых
- Часто озабочена безопасностью
- Мужчины – ЦА для подарочных сертификатов

Проблема

- Экономия 3-6 часов времени и сил на уборке за небольшие (1500-4000 руб.) деньги
- Поддержание чистоты в квартире на регулярно-й основе (абонемент)
- Освобождение жены/девушки/мамы от домашних хлопот, «подари выходной и хорошее настроение»

Рынок

В Москве официально более 350 000 квартир, где проживают женщины 25-45 с доходом семьи более 100 000 руб./мес. При ARPU 500-1000р адресуемый рынок составляет 2-5 млрд руб. в г. Имея преимущества marketplace-модели в скорости и качестве можно по аналогии с Uber/GetTaxi/Yandex занять не менее 25%+ рынка в течение 4 лет.

38

Решение

БезПыли — сервис по заказу профессиональной и быстрой уборки жилых помещений по доступным ценам. Обращаясь к нам для приведения в порядок своей квартиры, клиент может быть уверен, что за чистоту в его доме будет отвечать обученный и компетентный сотрудник. Он поможет вам освободить время и силы для более приятных занятий, чем уборка.

Как работает бизнес (use case)

- Каждый сотрудник перед тем, как выехать к клиенту, проходит тщательный многоэтапный отбор и обучение.
- Наша служба по обеспечению качества контролирует выполнение каждого заказа и тут же отключит специалиста от сервиса при получении плохого отзыва, поэтому все наши специалисты по уборке заинтересованы в качественном оказании услуги.
- Клиент платит специалисту по уборке, мы забираем 30% стоимости от каждого заказа

Модель монетизации

Все термины должны быть на русском языке!

- Клиент платит уборщику, мы забираем 30% стоимости от каждого заказа
- Доход с платящего клиента – 1 300 руб. при среднем чеке 700 руб.
- Среднее число заказов – 1,8
- Доля клиентов, совершающих повторный заказ – 50%

Конкуренты

- Клининговые агентства – фокус на коммерческой уборке
- Домработницы – не могут гарантировать постоянную уборку в течение длительного

времени

- Сервисы по заказу уборки (Qlean, uLite) – рынок находится в стадии формирования

План развития: по продукту и по финансам

- Текущее положение: 20 заказов в день, выручка – 600 тыс. руб. в месяц
- План на 6-12 месяцев: выход в регионы, 100 заказов в день, выручка – 3 млн руб. в месяц / 36 млн руб. в год.
- План на 1-2 г.: оказание услуг во всех городах-миллионниках РФ, 300 заказов в день, выручка – 9 млн руб. в месяц / 108 млн руб. в год.
- План на 3-5 лет: 1000 заказов в день, выручка – 30 млн руб. в месяц / 360 млн руб. в год.

Что требуется

Вышли на самоокупаемость. Есть инвестиции на первый этап развития. Начиная со второго этапа (>100 заказов в день), потребуются инвестиции в размере 20 млн руб. на:

- Развитие и поддержка системы
- Выход в регионы
- Фонд оплаты труда
- Маркетинговые расходы

Команда

Калинин Александр

CEO

7 лет опыта продаж и развития бизнеса в компаниях Microsoft, Parallels и Вымпелком

Калинина Ирина

Технический Руководитель и идейный вдохновитель проекта.

Руководила проектами в таких компаниях, как Adwizard Interactive и IBS для заказчиков Jaguar – Land Rover, Центробанк РФ, Росатом и друг. Имеет опыт запуска своих проектов.

Киселева Дарья

Операционный Директор

Специалист в области анализа, оптимизации и реинжиниринга бизнес-процессов. Принимала участие в проектах по разработке и построению системы внутренних контролей для крупнейших компаний ТЭК, таких как «ТНК-ВР» и «Башнефть».

Имеет опыт запуска своих проектов.

Береснева Екатерина

Директор по работе с партнерами

Главный специалист управления международного бизнеса, БИНБАНК
Специалист по организации сложных бизнес-процессов и ВЭД. Опыт работы с крупнейшими российскими и международными компаниями

Громова Анна

Главный бухгалтер и юрист

Ведет консультационную практику по оказанию бухгалтерских и юридических услуг. Специализируется на клиентах из IT-отрасли. Владеет собственным туристическим агентством.

Береснев Дмитрий

Ментор

Microsoft, Руководитель отдела по продвижению лицензионного программного обеспечения

Контакты

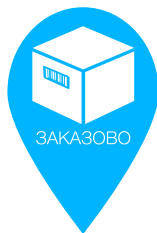


Калинин Александр,

CEO

+7 (968) 642-01-56

ak@bezpili.com



Заказово – сервис для простого управления доставкой интернет-магазина. С помощью Заказово интернет-магазины могут управлять всеми службами доставки в одном окне, рассчитывать стоимость доставки, печатать бланки, отслеживать посылки, информировать своих покупателей о состоянии их заказа, собирать отзывы. Наши виджеты позволяют вернуть покупателей на сайт магазина, повысить конверсию в покупку и тд.

Клиент

- Интернет-магазины с числом заказов от 1500 в месяц (руководитель клиентской службы, руководитель логистики, тот кто отвечает за показатели конверсии, повторных визитов и тд.)
- Интернет-магазины с числом заказов до 1500 в месяц (собственник, руководитель магазина)

Проблема

- Много разных служб доставки, много форматов данных, сложные взаиморасчеты. Чтобы этим управлять нужен логист.
- Ряд показателей интернет-магазинов (возвраты товаров, конверсия в покупку,

брошенные корзины, повторные визиты и т.д.) невозможно улучшить без тесной работы с доставкой.

Рынок

- Интернет-магазины с числом заказов от 1500 в месяц – около 900 штук. При среднем чеке в 50000 руб. рынок этого сегмента составляет 540 млн руб. в год.
 - Интернет-магазины до 1500 заказов в месяц – 15000. При среднем чеке в 2600 руб. рынок этого сегмента составляет 468 млн руб. в год.
- Общий рынок автоматизации доставки в e-commerce в России составляет около 1 млрд руб. в г.

Решение

- SAAS-сервис, который интегрирован со службами доставки.
- Простая интеграция в интернет-магазин позволяет снизить затраты на подключение каждой службы доставки
- Конкретные сценарии повышения ряда показателей интернет-магазинов (конверсия в покупку, повторные визиты на сайт, процент возвратов) позволяют сделать доставку прибыльной

Как работает бизнес (use case)

- Интернет-магазин подключает сервис Заказово 1 кликом мыши
- В личном кабинете Заказово магазин подключает необходимые службы доставки 1 кликом мыши
- На сайте магазина размещаются виджет отслеживания посылок, виджет калькуляции и лента отзывов
- Виджет калькуляции позволяет в реальном времени в карточке товара рассчитывать стоимость доставки до города покупателя
- Сервис отслеживает все посылки интернет-магазина и автоматически информирует покупателей через смс и email

- На следующий день после доставки Заказово отправляет письмо покупателю с просьбой оставить отзыв о товаре

Модель монетизации

За каждого клиента автосервис платит Магазины оплачивают ежемесячную абонентскую плату и отдельно оплачивают смс-уведомления. Основной канал привлечения клиентов – маркетплейсы платформ для интернет-магазинов, вебинары и личные продажи

Конкуренты

- агрегаторы доставки, которые пропускают через себя весь поток денег и товаров. Это увеличивает сроки доставки и получения денег магазинами. Такая модель плохо масштабируется.
- Сервисы отслеживания посылок и печати бланков, это сервисы автоматизации, которые снижают издержки, а мы повышаем продажи.
- Собственная разработка в магазинах. Это актуально для самых крупных, а вот среднему сегменту уже слишком дорого.

План развития: по продукту и по финансам

- До конца 2015 г. мы планируем:
 - подключить 250 клиентов
 - достичь 10 млн руб. оборота за 2015 г.
 - расширение функционала сервиса;
- По итогам 2017 г. мы планируем занять 10% доли рынка автоматизации доставки с выручкой в 100 млн руб.;
- Примером похожего сервиса может служить английская компания MetaPack. Это лидер автоматизации доставок в e-commerce в Европе

Что требуется

- Ищем инвестиции в размере от 5 до 10 млн руб. за долю в 10-15% для:
- Масштабирования продаж

- Усиления команды разработчиков;

Данные инвестиции не являются критичными для выживания нашего проекта: мы выходим на точку безубыточности в мае 2015.

Команда

Дмитрий Масленников, CEO, РАНХиГС, 15 лет продаж b2b, успешный опыт построения бизнеса в реальном секторе (прибыльный бизнес с оборотом более 25 млн руб., 1-е место по региональной доле рынка, крупный партнер 1С)

Евгений Гончаров, СТО

Наталья Масленникова, директор по развитию

Контакты



Дмитрий Масленников, CEO Заказово
contact@zakazovo.ru,
+79228283333



Компания Элдис – предоставляет сервис для управляющих компаний, поставщиков энергоресурсов и сервисных компаний, который позволяет без капитальных затрат за 1-2 дня организовать мониторинг счетчиков энергоресурсов при помощи онлайн- платформы, поддерживающей более 120 моделей приборов учета.

Клиент

- Сервисные компании, обслуживающие от 50 до 350 приборов учета.
- Управляющие компании, на балансе которых более 100 жилых домов.
- Поставщики энергоресурсов (тепла, горячей и холодной воды), на балансе которых более 200 потребителей.

Проблема

- У клиентов разнородное оборудование: В РФ более 200 производителей счетчиков, у каждого до 5 -7 модификаций со своим протоколом. Более 40 производителей устройств сбора и передачи данных, у каждого свой протокол
- ФЗ 261 обязывает всех поставить счетчики и вести взаиморасчеты по ним. Кол-во установленных постоянно растет.
- Отчет по потреблению нужно сдавать ежемесячно в один день.
- При нерабочем счетчике оплата по завышенному нормативу.

Рынок

- В РФ более 1,5 млн объектов, потребляющих энергоресурсы.
- Из них на конец 2014 г. счетчиками тепла, горячей и холодной воду оснащено около 30%. Ежегодный рост установки 10%.
- При стоимости услуг диспетчеризации в 150 руб. за счетчик в мес. – общий объем рынка минимум 900 млн руб. в г.

Решение

- Личный кабинет с персональным поддоменом, в котором клиент управляет приборами, отчетами, предоставляет доступ пользователям.
- Более 120 моделей счетчиков.
- Более 20 моделей устройств сбора и передачи данных (включая популярные АССВ, КСПД, Барс, МПД и обычные CSD модемы).
- Перерасчет показаний теплосчетчика согласно правил теплоснабжения (в случае выхода его строя) с учетом температуры наружного воздуха.
- Анализ внештатных ситуаций, информирование.
- Более 30 готовых форм отчетов.
- Общедомовой и квартирный учет.

Как работает бизнес (use case)

- Клиент подключает свои приборы учета к системе.
- Система осуществляет автоматический мониторинг узлов учета клиента, в случае необходимости информирует о внештатной ситуации и по расписанию готовит необходимые отчеты.
- После отчетного периода клиент оплачивает абонентскую плату исходя из кол-ва своих счетчиков в системе

Модель монетизации

- Абонентская плата за сервис 100 руб. с прибора учета. Маржа в пределах

1 500 руб. с проданного контроллера собственного производства

- Стоимость привлечения от 400 до 10 000 руб. в зависимости от канала и величины клиента
- Средний чек по сервису 15 000 руб. Период жизни минимум 8 месяцев. Средний чек по контроллерам 45 000. Количество повторных покупок – минимум 3

Конкуренты

- Системы от производителей счетчиков. (в первую очередь нацелены на работу со своим оборудованием).
 - Коробочные решения (только одна компания сопоставимы с нами по кол-ву поддерживаемых счетчиков и устройств сбора и передачи данных).
 - Самописные системы крупных региональных сервисных компаний (не сертифицированы, зависимость от сотрудников).
- Общее для всех конкурентов наше отличие: мы предлагаем готовое решение под ключ и работаем с клиентом весь жизненный цикл, а не продаем конструктор Лего, который клиент должен освоить сам.

План развития: по продукту и по финансам

- 2015 г.. Выход на самоокупаемость. Доработка продукта в части поддерживаемых приборов. Разработка модуля для сервисных компаний. Разработка автономного счетчика импульсов (АСИ) для учета холодной воды. Целевая выручка по г.у 20 млн руб., на конец г. целевая ежемесячная выручка 2,5-3 млн
- 2016 г.. Вывод на рынок АСИ. Интеграция с ГИС ЖКХ. Разработка модуля для Управляющих компаний. Выход на рынок Беларуси и Казахстана. Целевая выручка по г.у 50 млн руб., на конец г. целевая ежемесячная выручка 6-7млн

- 2017 г.. Стать «де-факто» стандартом в диспетчеризации энергоучета. Целевая выручка по г.у 110 млн руб., на конец г. целевая ежемесячная выручка 12 млн

Что требуется

- 4 млн руб. в 2015 году для ускорения выхода на самоокупаемость. Задачи: Фокусировка команды на одном проекте. Формирование отдела продаж и выход в регионы.
- 10 млн руб. в 2016 году: Задачи: Вывод на рынок Автономного счетчика импульсов. Выход с сервисом и оборудованием на рынок Беларуси и Казахстана.
- По условиям готовы к обсуждению.

Команда

14 человек – все выходцы с приборостроительного предприятия.

Власов Роман,
CEO

Степанов Алексей,
project manager

Власов Евгений,
product manager

Контакты



Власов Роман,
CEO
vra@eldis24.ru
+7 (963) 333-35-33



«Инструктор по покупке квартиры» помогает покупателям квартир не переплачивать риэлтору за то, что несложно сделать самому

Клиент

- Покупатели квартир на вторичном рынке
- Наймут риэлтора, но хотят не переплачивать

Проблема

- Хочу купить квартиру без юридических рисков, приходится платить «лишние деньги» риэлтору
- Хочу понять алгоритм покупки, и как на каждом шаге не переплатить риэлтору за то, что я могу сделать сам. Сколько займет времени и сколько могу сэкономить?

Рынок

- Объем рынка в миллионниках РФ 72 млрд руб.
- Объем сегмента целевого 28 млрд руб.
- Достижимый рынок 10% 2,8 млрд руб.

Как оценили:
В Москве 100 т. сделок в г. Желающих купить в 10 раз больше.
С миллионниками РФ в 3 раза больше.
И умножаем на средний чек.

Решение

- Составляем индивидуальный алгоритм покупки с поддержкой по телефону на каждом этапе. Проверяем квартиру. Оформляем документы. Выезжаем на сделку в сложных случаях.
- Подтверждение продукта продажами

Как работает бизнес (use case)

1. В базах по недвижимости пользователь видит рекламу
2. Регистрируется на вебинар
3. После вебинара оплачивает 12 500 руб. в течение недели
4. В течение 6-ти месяцев 25% выходят на сделку с риэлтором за 60 000 руб., 25% выходят на сделку с инструктором за 20 000 руб.

Модель монетизации

1. В базах по недвижимости пользователь видит рекламу
2. Регистрируется на вебинар
3. После вебинара оплачивает 12 500 руб. в течение недели
4. В течение 6ти месяцев 25% выходят на сделку с риэлтором за 60 000 руб., 25% выходят на сделку с инструктором за 20 000 руб.

- Стоимость привлечения пользователя-клиента 8 000 руб.
- LTV(потраченные за время жизни клиента деньги) 12 500 + 60 000

Конкуренты

Конкуренты	Минусы	Плюсы
Риэлторы	Дороже в 2 раза	Экономия времени
Самостоятельная покупка	Юридические риски	Затраты нулевые

План развития: по продукту и по финансам

- Стадия выхода на окупаемость – 1 г.
Нужно 4.5 млн руб. Оборот 2 млн в месяц
- Стадия масштабирования на Москву.
Нужно 15 млн Оборот в месяц 8 млн
- Стадия масштабирования на регионы.
Нужно 25 млн руб. Оборот 65 млн в мес.

Что требуется

Требуется операционный директоруб.

Директор по продажам.

Инвестиции:

- Сумма: 8-12 млн руб.
- Что сделаем: Автоматизация консультаций пользователей, Переход на другую CRM, автоматизация продаж, переупаковка бизнеса
- Доля: 10-15%

Команда

Бутенко Иван.

Разработка продукта и продажи. – 4-й бизнес, 8 лет опыта проведения сделок, опыт автоматизации процессов, создание с cian.ru сервиса по подготовке документов для сделки за 15 минут.

Перекицей Дмитрий.

Продажи. 5 лет телефонных продаж дорогих услуг. 5 лет опыта проведения сделок.

Скрынник Эви.

Продвижение. В прошлом директор по маркетингу cian.ru. Опыт проведения сделок и организации агентства недвижимости

Контакты



Бутенко Иван Александрович,

Ген. директор

Ivan_butenko@rambler.ru,

+7(926)803-50-12

mymechanic.ru



Мой Механик - это сервисное обслуживание автомобилей при помощи мобильных мастеров. Автомастера приезжают к клиенту с запчастями и выполняют плановое техобслуживание, несложный ремонт, диагностику и установку дополнительного оборудования. Оформить выезд мастера можно не отходя от компьютера на сайте.

Клиент

Автовладельцы иностранных легковых автомобилей от 3-х до 10 лет, со стоимостью от 400 тыс. до 3 млн руб. С нехваткой времени на поездки в автосервис, например: «белые воротнички» или женщины без мужчины ответственного за автомобиль.

Проблема

- Тотальная нехватка времени на поездку в сервис
- Недостаток квалификации и времени на поиск и покупку запчастей
- Дорогое обслуживание у официальных дилеров
- Обман, невыполненные или накрученные работы в сервисе

Рынок

- В Москве и области 5.5 млн и 3 млн легковых автомобилей соответственно, в России 41 млн
- Плановое обслуживание минимум 1 раз в г.
- Порядка 25% автомобилей на гарантии
- 17% пользуются официальным и 55% неофициальным сервисом
- Итого: по Москве и МО 4.8 млн покупок в г.

Решение

Онлайн сервис, позволяющий подобрать лучшего выездного специалиста по требуемой марке автомобиля.

- Проведение планового ТО и несложного ремонта на парковке у дома или офиса. Без потерь времени.
- Поиск, покупка и доставка запчастей полностью на сервисе. Никаких хлопот.
- Запчасти по цене интернет магазина, до 30% ниже, чем у дилера

Как работает бизнес (use case)

Автовладелец, которому необходимо пройти плановое техобслуживание, заходит на сайт, оставляет заявку, указывает информацию о своем автомобиле и необходимых услугах. Выбирает удобное время и место для проведения работ, механика по отзывам других клиентов. Оплачивает картой онлайн или механику по факту выполнения работ.

Модель монетизации

Автовладелец оплачивает работы и запчасти. Автомеханику за выполненные работы выплачивается комиссия до 70%. Запчасти закупаются с оптовыми

скидками и продаются клиенту по розничным ценам.

На текущий момент средний чек 4400 руб. и средний доход с платящего 1300 руб.

Конкуренты

Официальные дилеры, автосервисы, автомеханики в гаражах, службы экстренной помощи и автосервисы, предлагающие выездные услуги.

План развития: по продукту и по финансам

Доработка продукта для того, чтобы:

- к концу 2015 г. довести продажи до 35 тыс. штук в г., с прибылью по году в 50 млн руб.;
- к концу 2016 г. довести продажи до 150 тыс. штук в г., с прибылью по году в 250 млн руб.;
- в 2016-2017 гг. доработать продукт до полного автоматического поиска запчастей для техобслуживания любого автомобиля;
- к 2018 г. довести капитализацию бизнеса до \$100 млн

Что требуется

- Инвестиции от 5 млн до 10 млн руб. за долю от 7% до 15%.
- Деньги необходимы на:
 - 3 000 000 на ФОТ на 2015 г.;
 - 5 000 000 на маркетинг на 2015 г.;
 - 2 000 000 разработка мобильного приложения

Команда

Андрей Валиев,
управление, партнеры и разработка системы, топ-гуру управления с опытом более 10 лет (Microsoft, Mars и другие)

Полина Безнос,
управление производством, продажи b2b, финансы, мастер b2b продаж со стажем 7 лет

Андрей Заруднев,
маркетинг, продажи b2c, гуру привлечения пользователей не только на рынке России

Контакты



Валиев Андрей Викторович,
со-основатель
andrey.valiev@mymechanic.ru
+79163180728



ПрессИндекс

Мы предоставляем комплексный продукт по мониторингу прессы и социальных сетей, помогающий руководителям и PR-службам компаний оперативно реагировать на важные сообщения в информационном поле о бренде, действиях конкурентов и изменении рыночной ситуации.

Клиент

- Государственные организации с крайне высоким уровнем медиаактивности
- Компании с высокой медиаактивностью (более 5 тыс. сообщений в месяц)
- Компании со средней медиаактивностью (от 1 до 5 тыс. сообщений в месяц)
- Компании со малой медиаактивностью (до 1 тыс. сообщений в месяц)

Проблема

- PR-служба компании с крупной медиаактивностью обязана моментально реагировать на негатив в любых источниках (печатные СМИ, онлайн СМИ, социальные сети)
- Руководитель компании должен иметь оперативный доступ к релевантным новостям, касающимся персонально его или его компании
- Существующие на рынке инструменты мониторинга прессы стоят очень дорого и недоступны для малого и среднего бизнеса

Рынок

- Число государственных структур с крайне высоким уровнем медиаактивности: 20, средний чек проекта: 15 млнруб. в год. (300 млн руб.)
- Компании с высокой медиаактивностью: 500, средний чек: 2 млнруб. в год. (1 000 млн руб.)
- Компании со средней медиаактивностью: 900, средний чек: 500 тыс. руб. в год. (450 млнруб.)
- Компании с низкой медиаактивностью: более 2000, средний чек: 100 тыс. руб. в год. (200 млн руб.)
- Итого общий рынок порядка 1,9 млрд. руб. в год. Реально достижим: 150-250 млн в год.

Решение

- Предоставление руководителю компании высококачественного мобильного приложения, которое инициирует прямое указание сверху на покупку всей системы
- Предоставление доступа по запросу на ограниченное время (отсутствует у конкурентов и требуется многим)
- Низкая цена для более простых отчетов (массовый продукт)

Как работает бизнес (use case)

- Мы предоставляем высокопоставленному руководителю бесплатный iPad или плазменную панель с постоянным доступом к мониторингу новостей, настроенным персонально под него. Руководитель крайне быстро оценивает полезность данного решения и дает приказ о закупке системы на всю организацию.

- Мы предоставляем доступ по запросу сотрудникам PR- и маркетинговых отделов, стоимость которого находится в рамках бюджетов, которыми они распоряжаются.

- Самые дешевые отчеты могут покупать рядовые сотрудники за свой счет, чтобы сэкономить время и силы на подготовку рутинных отчетов.

Модель монетизации

- Крупные клиенты: стандартная схема B2B-продажи решения. Выручка со сделки в 10-20 раз превышает затраты на продажу.

- Мелкие клиенты: холодные звонки и B2B-продажа. Выручка со сделки в 3-5 раз превышает затраты на продажу.

Конкуренты

- Медиалогия. Наше преимущество: более низкая цена и высококласное мобильное приложение
- Интегрум. Наше преимущество: более низкая цена и высококласное мобильное приложение
- Медиа-агентства. Наше преимущество: скорость подготовки отчета.
- Альтернативные решения: составление отчета вручную крайне трудоемко и медленно, к тому же требует частого повторения.

План развития: по продукту и по финансам

- Проверка всех каналов продаж и продуктовых гипотез. Выход на оборот 40 млн в год. Инвестиции не требуются.

- Фокус на более эффективных продуктах с оптимизацией затрат на производство. Увеличение оборота до 200 млн в год. до 2018 г.

Что требуется

Руководитель направления, который посвятит 100% времени на отладку бизнес-процессов компании.

Команда

Генеральный директор:
Антон Довбня

Коммерческий директор:
Николай Кологойда

Технический директор:
Павел Борин

Команда имеет успешный опыт организации бизнеса в B2G-секторе: Сайтсофт (www.sitesoft.ru) - Лидер в разработке сайтов и мобильных приложений для государственных органов.

Контакты

Антон Довбня
Генеральный директор
Телефон: +7 965-152-4444
E-mail: anton@pressindex.ru



Продукты ЛАБОРАТОРИИ ЛИЧНОСТИ помогают:

- детям и взрослым определить для себя профессию мечты;
 - небольшим компаниям построить идеальную команду.
- Мы делаем это с помощью собственной технологии точной экспресс-психодиагностики Ю ТЕСТ, основанной на видеоинтервью со специалистом.

Клиент

B2C

- Старшеклассники (9-11 классы), которые выбирают для себя дальнейшее высшее или специальное образование
- Родители старшеклассников (9-11 классы), которые выбирают подходящее образование для своего ребенка
- Люди в возрасте от 24-45 лет, которые хотят от работы большего, но не знают, чего именно и как это получить

B2B

- Микропредприятия и стартапы численностью до 15 человек, без HRa в штате компании, для которых эффективная команда - критически важное условие для успеха в бизнесе

Проблема

B2C

- 70-75% студентов старших курсов ВУЗов разочаровывается в выбранной специальности.
- По данным опросов, 45% работающих людей минимум 1 раз в жизни кардинально меняли профессию.

B2B

- Качественная психологическая оценка сотрудников и команды в целом помогает повысить эффективность работы, и снизить убытки от незапланированных ротации кадров.

Рынок

B2C

- Старшеклассники (и их родители) – 294 000 000 руб. в г.
- Люди в возрасте 20-45 лет кардинально меняющие профессию – 29 979 375 000 руб.

B2B

- Микропредприятия и стартапы – 4 539 048 150 руб. в г.

Решение

B2C

- клиент отвечает на 48 вопросов онлайн-теста (15 минут)
 - клиент проходит видеоинтервью со специалистом (15 минут)
 - специалист подготавливает и передает клиенту профиль личности, содержащий описание его природных качеств, и карту профессий, где указана совместимость клиента с требованиями для 2000 современных профессий (до 5 часов)
 - клиент изучает профиль и карту профессий, выбирает время для онлайн консультации
 - на консультации специалист отвечает на вопросы клиента и дает действенные рекомендации (30 минут)
- При желании, родители могут участвовать в консультации (до 3-х человек). Клиенты могут купить дополнительные консультации.

B2B

- сотрудник отвечает на 48 вопросов онлайн-теста (15 минут)
- сотрудник проходит видеоинтервью со специалистом (15 минут)
- специалист подготавливает и передает

заказчику индивидуальные профили личности и командные отчеты (до 48 часов)

- клиент изучает профили и отчеты, выбирает время для консультации
 - на консультации специалист отвечает на вопросы заказчика и дает действенные рекомендации
- Заказчик может купить дополнительные консультации.

Модель монетизации

B2C

- Цена услуги для физических лиц составляет 3500 руб. / чел., дополнительные консультации - 2500 руб. в час

B2B

- Цена услуги для юридических лиц составляет 3500 руб. / чел., дополнительные консультации - 2500 руб. в час, командный отчет - от 10500 руб. в зависимости от количества сотрудников и вида отчета.

Конкуренты

B2C/B2B

- Тест Профориентатор – 2700 руб. / чел.
- Официальный MBTI – 12000 руб. / чел.
- Соционическое тестирование – 3000 руб. / чел.

Наше преимущество – точная и удобная для пользователя технология онлайн экспресс-психодиагностики личности.

План развития: по продукту и по финансам

Q4 15 - пройдена точка безубыточности, компания вышла на самоокупаемость

Q1 16 - релиз версии продукта с подписной моделью по цене 3500руб./ г.

Q4 18 - годовой оборот компании превысил 300 млн руб.

Что требуется

Инвестиции в размере 5 млн руб.:

Расширение производства (найм и обучение специалистов) - 2 млн руб.

Маркетинг - 2 млн руб.

Развитие продукта - 1 млн руб.

За 10% компании.

Команда

Антон Болотов,

основатель, директор
по развитию

Анна Гаан,

PR директор, SMM

Екатерина Полищук,

сооснователь, директор по продуктам

Даниил Титков,

директор по исследованиям

Контакты



Болотов Антон Александрович,

директор по развитию, основатель.
ab@plab.su

8 926 823 35 65

Начался приём заявок в 7-й – осенний – Акселератор ФРИИ – заявки принимаются до 8 июня

8 июня завершается приём заявок в 7й Акселератор ФРИИ, программа стартует 24 сентября. Акселератор ФРИИ — это интенсивная программа развития бизнеса, нацеленная на помощь интернет-предпринимателям ранних стадий.

Что предприниматели получают от Акселератора?

- Ускорение: за 3 месяца акселерации основатели делают для своего стартапа то, на что обычно уходит 1-2 года;
- Помощь экспертов: более 160 профессионалов из различных направлений помогают стартапам Акселератора с маркетингом, продажами, юридическими вопросами, защитой интеллектуальной собственности, командой, продуктом, экономикой, презентационными навыками;
- Готовые приёмы и практики: вы сможете применять методики, отработанные на 150 проектах, ранее рошедших акселерацию;
- Сеть контактов: присоединяйтесь к сообществу ФРИИ — выпускники, партнёры, бизнес-ангелы и венчурные фонды, СМИ, потенциальные клиенты;
- Рабочее место: вы будете работать в отличном офисе в Москве;
- Инвестиции 1,4 млн руб.: стартапы Акселератора получают pre-seed от ФРИИ.

Подать заявку и узнать больше вы можете на сайте www.iidf.ru