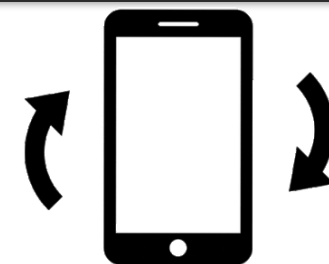




Первый

Международная франшиза по доставке цветов и подарков, основанная на инновационном программно-аппаратном комплексе и уникальной маркетинговой и производственной модели.



КОНФИДЕНЦИАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Меморандум конфиденциальности (NDA)



Данная презентация содержит информацию о принципах и механизмах, составляющих коммерческую тайну. Настоящий меморандум составлен по принципу публичной политики конфиденциальности и не требует взаимного подписания соглашения сторонами, что означает следующее: акцептор понимает и принимает на себя ответственность за неразглашение информации, полученной при получении данной презентации. В случае отсутствия заинтересованности в проекте, применяется требование уничтожить файлы (в электронном и/или бумажном виде).

СУТЬ ПРОЕКТА

КОМПЛЕКСНОЕ РЕШЕНИЕ ИЗ ТРЕХ ЭКОСИСТЕМ, ПРОДВИГАЕМОЕ ПОД ЭГИДОЙ ФРАНШИЗЫ И ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЕ ЭФФЕКТИВНУЮ ЭКСПАНСИЮ НА ЛОКАЛЬНЫЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК УСЛУГ ДОСТАВКИ ЦВЕТОВ И ПОДАРКОВ. ПРОЕКТ – ВЫЖИМКА КОМПЕТЕНЦИЙ ФАУНДЕРОВ, ИМЕЮЩИХ БОЛЕЕ 50 ЛЕТ ОПЫТА РАБОТЫ В НИШЕ НА ДВОИХ. ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ПРОЕКТА – КОНСОЛИДАЦИЯ РЫНКА В РЕГИОНАХ ПРИСУТСТВИЯ И ЭКСПАНСИЯ ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ, ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ И УСТОЙЧИВЫЙ МЕЖКОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ КЭШФЛОУ.



СОФТ

ГИБРИДНЫЙ СОФТ (WEB, APPS, WEB 3.0)
ПО ТРЕМ КЛЮЧЕВЫМ
СОСТАВЛЯЮЩИМ:
КЛИЕНТ; КЛИЕНТ-ФРАНЧАЙЗИ;
ДАШБОРД АДМИНА
B2C, B2B, B2B2C, SaaS



ФРАНШИЗА

СТИЛИЗОВАННЫЙ БРЕНДБУК И
ПРОДУКЦИЯ (БУКЕТЫ, СЛАДОСТИ,
ИГРУШКИ, СУВЕНИРЫ, АТРИБУТИКА)
ВО ФЬЮЖЕН СТИЛИСТИКЕ
РЕТРО И ФУТУРИЗМА



МЕДИА

ЭФФЕКТИВНЫЙ ПРОДАКШЕН
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ВИРУСНОГО
КОНТЕНТА В КАЧЕСТВЕ ОСНОВЫ
МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

СОФТ



КЛИЕНТ

ПРИЛОЖЕНИЕ И САЙТ С ОДНОИМЕННЫМ НАЗВАНИЕМ И ГИБРИДНЫМ ФУНКЦИОНАЛОМ СТАНДАРТНОГО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА (АНАЛОГ СЕРВИСА FLOWWOW, СИЛЬНО УСОВЕРШЕНСТВОВАННЫЙ).

ПРИМЕНЕНИЕ BLOCSCHAIN ТЕХНОЛОГИИ С ИНТЕГРАЦИЕЙ «ХОЛОДНЫХ» И «ГОРЯЧИХ» КРИПТОКОШЕЛЬКОВ, ПО АНАЛОГИИ С NFT-МАРКЕТПЛЕЙСАМИ И ВОЗМОЖНОСТЬЮ ПРИОБРЕТЕНИЯ СОБСТВЕННОЙ МОНЕТЫ ПРОЕКТА (В ПЕРСПЕКТИВЕ)

СПЕЦ. МОДУЛЬ – С ФУНКЦИОНАЛОМ TELEGRAM-КАНАЛА ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ



ФРАНЧАЙЗИ

АНАЛОГ ИЗВЕСТНОЙ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ЦВЕТОЧНОГО БИЗНЕСА POSIFLORA НО СО СПЕЦИФИКАЦИЯМИ (УБРАЛИ НЕНУЖНОЕ, ПРИКРУТИЛИ ВАЖНОЕ, УПРОСТИЛИ РАБОТУ С СИСТЕМОЙ).

ОСНОВНАЯ ФУНКЦИЯ – СИСТЕМА CRM И УЧЕТ ПО СКЛАДУ, ФИНАНСАМ И СОТРУДНИКАМ, С АВТОМАТИЗАЦИЕЙ УДЕРЖАНИЯ РОЯЛТИ С КАЖДОГО ЗАКАЗА СФОРМИРОВАННОГО ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ. ВОЗМОЖНОСТЬ РЕАЛИЗОВЫВАТЬ РЕГИОНАЛЬНЫЕ АКЦИИ ЧЕРЕЗ PUSH-УВЕДОМЛЕНИЯ В РАДИУСЕ ПОДКОНТРОЛЬНОГО РЕГИОНА (РАЙОН, ГОРОД, СТРАНА) И ЧЕРЕЗ РАЗДЕЛ «АКЦИИ» В ИНТЕРФЕЙСЕ КЛИЕНТА



АДМИН-ПАНЕЛЬ

СВЯЗУЮЩЕЕ ЗВЕНО ВО ВСЕЙ СИСТЕМЕ, УПРАВЛЯЕТ ВСЕМИ СОСТАВНЫМИ ЧАСТЯМИ СИСТЕМЫ . ИМЕЕТ НЕСКОЛЬКО УРОВНЕЙ ДОПУСКА: СУПЕР-АДМИН, АДМИН, МАРКЕТИНГ. BIG DATA И АНАЛИТИКА

МАРКЕТИНГ ПРОДАКШЕН



МАРКЕТИНГ

ЛАБОРАТОРИЯ МАРКЕТИНГА РЕАЛИЗУЕТ
ИННОВАЦИОННУЮ СТРАТЕГИЮ БЛАГОДАРЯ СВЯЗКЕ
СОФТ : КОНТЕНТ-ЛАБОРАТОРИЯ : ТАРГЕТ И
КОНТЕКСТ.

РАСХОДЫ НА ПЛАТНЫЕ СЕРВИСЫ РЕКЛАМЫ
(GOOGLE ADS, YANDEX, TARGET INSTAGRAM И ТИК-
ТОК) МАКСИМАЛЬНО ОПТИМИЗИРОВАНЫ ПО
ПРИНЦИПУ 1 ДЛЯ ВСЕХ И ВСЕ ДЛЯ ОДНОГО



PRODUCTION

ЛАБОРАТОРИЯ КОНТЕНТА РЕАЛИЗУЕТ СТРАТЕГИЮ
ОМНИКАНАЛЬНОГО И МУЛЬТИВЕКТОРНОГО
РАЗВИТИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА,
ПОСРЕДСТВОМ ПОЛИ-ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ И
ВШИТОЙ В КЛИЕНТСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ
ФУНКЦИОНАЛА ТЕХНОЛОГИИ TELEGRAM-КАНАЛА,
КОТОРАЯ СТИМУЛИРУЕТ УСТАНОВКИ ПРИЛОЖЕНИЯ
И ЕГО ЕЖЕДНЕВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.

ВАЖНО: РАЗВИТИЕ ПРОДАКШЕН-ЦЕНТРА
ГАРАНТИРУЕТ ПРОСТУЮ, МОЛНИЕНОСНУЮ И
БЕЗОПАСНУЮ ДИВЕРСИФИКАЦИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТИТУЛЬНЫЙ МАГАЗИН И ПВЗ



ДНК ПРОЕКТА

ТОВАРНАЯ СЕТКА, ВЫСТРОЕННАЯ С УЧЕТОМ МНОЖЕСТВА КРИТЕРИЕВ И СЕЗОННЫЕ КОЛЛЕКЦИИ – ЭТО ДНК ПРОЕКТА. ТАКОЙ ПОДХОД СОЗДАЕТ:

- А) ФОКУС НА БРЕНДЕ У ПОТРЕБИТЕЛЯ:
- Б) УПРОЩАЕТ ВЫБОР, СОКРАЩАЯ ВРЕМЯ
- В) СОКРАЩАЕТ НАГРУЗКУ НА СЕРВЕР
- Г) СИСТЕМАТИЗИРУЕТ РАБОТУ СЕТИ И ОБЛЕГЧАЕТ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИ



КАДРЫ И ОБУЧЕНИЕ

ТОЛЬКО ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИ ПРОЕКТА ПОСРЕДСТВОМ ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯ ПРЕДУСМОТРЕН КОМПЛЕКС СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ (ЛОКАЦИЯ, ВНУТРЕННЕЕ И НАРУЖНЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ, ЗАКУП), АВТОМАТИЗАЦИЯ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕСА, КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ, РАМОЧНАЯ ПОДГОТОВКА КАДРОВ



ПУНКТЫ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ

ПРОЕКТ ОРИЕНТИРОВАН НА ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ РОСТА КАЖДОГО ИЗ СВОИХ ПАРТНЕРОВ, ПОЭТОМУ ФРАНШИЗА РЕАЛИЗУЕТСЯ ПО ПРИНЦИПУ – 1 ФРАНЧАЙЗИ НА 1 НАСЕЛЕННЫЙ. В РАМКАХ ОПТИМИЗАЦИИ ВРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ НА ДОСТАВКУ, ПРИ ОБШИРНОЙ ГЕОГРАФИИ НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА, РЕКОМЕНДУЕТСЯ СОЗДАВАТЬ ПВЗ – ПОЛНАЯ ПОДДЕРЖКА АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ, ПРИ ГОРАЗДО МЕНЬШИХ ЗАТРАТАХ НА ОТКРЫТИЕ.

ПРОБЛЕМА ФРАНЧАЙЗИ



В НИШЕ ОТСУТСТВУЮТ ИГРОКИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ ГЛОБАЛЬНО, С ЕДИНЫМИ СТАНДАРТАМИ КАЧЕСТВА И ПОД ЕДИНЫМ БРЕНДОМ. РАВНО КАК ОТСУТСТВУЕТ МЕТОДОЛОГИЯ АВТОКОУЧИНГА ПЕРСОНАЛА

РЕЗУЛЬТАТ: ТЯЖЕЛЫЙ СТАРТ И ВЫСОКИЕ ЗАТРАТЫ НА МАРКЕТИНГ, ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ УПИРАЕТСЯ В ЭКСПЕРТНОСТЬ КАДРОВ



ПРИСУТСТВУЮЩИЕ НА РЫНКЕ ИГРОКИ В БОЛЬШИНСТВЕ НЕ ИМЕЮТ ПРИЕМЛЕМОГО СОФТА ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИ.

ПРИЛОЖЕНИЯ В НИШЕ ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ВИДЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ.

РЕЗУЛЬТАТ: ФРАНШИЗЫ НЕ ГАРАНТИРУЮТ ПОТОК КЛИЕНТОВ, ДОП. РАСХОДЫ НА СОФТ.

ВЫСОКИЕ КОМИССИИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ



ПАУШАЛЬНЫЕ ВЗНОСЫ – ВЫСОКИЕ РОЯЛТИ (ЕСЛИ ЕСТЬ) - БОЛЬШИЕ МАРКЕТИНГ – ЗА СВОЙ СЧЕТ

ОСНОВНАЯ СТРАТЕГИЯ - ДЕМПИНГ

РЕЗУЛЬТАТ: СНИЖЕНИЕ КАЧЕСТВА ПО РЫНКУ КАССОВЫЕ РАЗРЫВЫ И БОЛЬШИЕ ФЛУКТУАЦИИ В ПРОДАЖАХ

РЕШЕНИЕ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИ



ПРОЕКТ ПОДРАЗУМЕВАЕТ ПОСТРОЕНИЕ СЕТИ МАГАЗИНОВ НА ОСНОВЕ ЕДИНОГО БРЕНДА И ЕДИНОЙ СТИЛИЗАЦИИ

БОЛЕЕ 20 ЛЕТ ОПЫТА РАБОТЫ С ЦВЕТАМИ
ИНИЦИАТОРОВ ПРОЕКТА, СКРИПТЫ ПРОДАЖ,
ВИДЕО-УРОКИ, СИСТЕМА АВТОКОУЧИНГА И
КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОФЕРТА ВШИТЫ ВО
ФРАНШИЗУ



В ОСНОВЕ ПРОЕКТА - ИННОВАЦИОННЫЙ СОФТ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЙ БОЛЕЕ 50% ОБЪЕМА ПРОДАЖ УЖЕ НА СТАРТЕ КАЖДОГО ИЗ ВНОВЬ ПРИСОЕДИНИВШИХСЯ ФРАНЧАЙЗИ. В ПРИЛОЖЕНИИ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИ БУДЕТ ВШИТ ЭФФЕКТИВНЫЙ СОФТ ДЛЯ УЧЕТА И АВТОМАТИЗАЦИИ. ТАКЖЕ ВО ФРАНШИЗУ БУДЕТ ВКЛЮЧЕН ЧЕК-ЛИСТ ОПТИМАЛЬНЫХ ПОЗИЦИЙ ДЛЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ



СОБСТВЕННЫЙ ПРОДАКШЕН С БРЕНД-АМБАССАДОРОМ, В СОВОКУПНОСТИ С ПРОРАБОТАННОЙ ОФЕРТОЙ, ОБЕСПЕЧИВАЕТ ЭФФЕКТИВНУЮ МАРКЕТИНГОВУЮ СТРАТЕГИЮ, ИСКЛЮЧАЮЩУЮ СУИЦИДАЛЬНЫЕ ИГРЫ В АКЦИИ И ПРОЧИЙ ДЕМПИНГ.

ПАУШАЛЬНЫЕ ВЗНОСЫ – ГИБКАЯ ТАРИФНАЯ СЕТКА, РОЯЛТИ – 10% НА ОСНОВЕ ДАННЫХ ИЗ СИСТЕМЫ УЧЕТА, ВЫЧИТАЮТСЯ АВТОМАТИЧЕСКИ С ОНЛАЙН-ЗАКАЗОВ

ПРОБЛЕМА ПОТРЕБИТЕЛЯ



Проблемы с доверием к локальным поставщикам другого города и/или страны – выбор падает на маркетплейсы.

Также потребители из других стран часто встречаются с проблемой оплат по тем или иным причинам



Абсолютное большинство игроков на рынке не предлагают потребителю оптимальных решений в соотношении цена / качество.

Особенно это касается игроков, представленных на маркетплейсах международного значения и международных сервисов, как flowwow, например



Точки соприкосновения и культура дарения. Игроки рынка не работают над культурой дарения, просто эксплуатируя потребительский спрос.

Точки соприкосновения через блогосферу и социальные сети развиваются, но только в контексте назойливой рекламы, за редким исключением.

РЕШЕНИЕ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



Популярность бренда и доверие к нему обеспечивает продакшен, атмосферный юзабилити в онлайн и оффлайн-магазинах. А также безупречный сервис, отражаемый в отзывах на разных платформах.

Максимальная поддержка всех форм оплат, включая криптовалюту



Проработанная oferta, отработанные процессы исполнения, собственное производство, автоматизация процессов и оптимизация расходов франчайзи, в совокупности создают наилучшие условия для потребителя в соотношении цена/ качество.

Причем, как на локальном уровне, так и на международном



Собственный продакшен нацелен на органический трафик потребителя и развитие культуры дарения, транслируя исключительно позитивные эмоции.

Продакшен и пользовательское приложение создают максимально эффективную связку для точек соприкосновения с потребителем

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Целевая аудитория проекта разделена на две группы, группы также сегментированы



франчайзи

40%

90% М ♂ / 10% Ж ♀
Возраст 25-40 лет
семья –
нейтрально
Имеют успешный
бизнес ищут
дополнительные
ниши
Располагают
средствами. Не
имеют опыта в
цветочном бизнесе

20%

50% М ♂ / 50% Ж ♀
Возраст 30-45 лет
семья –
нейтрально
Работают в найме
желают уйти в
бизнес. Имеют
средства или
возможность
кредитования. Не
имеют опыта в
цветочном бизнесе

40%

60% М ♂ / 40% Ж ♀
Возраст 30-45 лет
семья –
нейтрально
Работают в
цветочном бизнесе
или имели опыт.
Располагают
возможностью
кредитования или
заемных средств



потребитель

20%

65% М ♂ / 35% Ж ♀
Возраст 35-60 лет
семья – семейные
Имеют бизнес
Доход от
2000\$/мес
Кредиты –
подъемные
Отдых за рубежом
Театры,
социальная
активность

50%

60% М ♂ / 40% Ж ♀
Возраст 27-55 лет
семья – семейные
Работа в найме.
Доход от
1000\$/мес на чел.
Небольшие
кредиты
Дополнительные
источники дохода
Кино, театры,
саморазвитие

30%

80% М ♂ / 20% Ж ♀
Возраст 20-40 лет
семья – в поиске
Работа в найме.
Доход от 500\$/мес
Небольшие
потребительские
кредиты. Кино,
театры, активный
отдых,
саморазвитие

ПОЧЕМУ СЕЙЧАС

Есть ряд ключевых моментов для запуска проекта именно сейчас



рынок

За последние десятилетия отмечается устойчивый рост рынка в целом. Совершенствование технологий и рост производства цветочной продукции

Вход в бизнес весьма прост. В том числе на уровне законодательств большинства стран мира. В виду этого отмечен высокий рост предпринимателей обративших свое внимание на эту нишу

Развитие рынка создало повышенный спрос в социуме, однако бесконтрольный рост не профессиональных энтузиастов повлек за собой последствия в виде снижения качества и мошенничества

Карантин 2020 года создал условия для беспрецедентного роста онлайн-рынка во всех нишах. Онлайн-рынок, как известно, обладает массой преимуществ в сравнении с оффлайн-рынком



технологии

Развитие технологий в области нейросетей позволяет создавать контент менее затратно и без ограничений на использование связанных с авторскими правами (визуал презентации – это AI-генерация)

Развитие технологий в области децентрализованных финансов позволит занять лидирующие позиции в мире и, как следствие, оптимизировать затраты на транзакции

РЫНОК

Проект инициирован в Казахстане, поэтому за основу взят рынок именно этой страны. В других странах в процентном соотношении картина будет приблизительно аналогична. Рынок не консолидирован

Данные сформированы из открытых источников, инсайдерской информации и рекомендуемых показателей доходности на средний чек.

В Казахстане существует сеть оффлайн-магазинов цветов и подарков – Romantic, по инсайдерской информации, по состоянию на 2023 год совокупный ежемесячный оборот сети в 32 городах Казахстана (81 магазин) составил 2 млрд. KZT. Средний чек в оффлайн-продажах составил – 8000 KZT, в онлайн-продажах – 15000 KZT. Вывод: в среднем ежемесячно сеть реализует 174000 продаж на всю сеть. Однако в Казахстане проживает около 10 млн. человек трудоспособного населения в возрастной группе от 20 до 60 лет. 50% - целевая аудитория, то есть 5 000 000 (люди приобретающие цветы/подарки хотя бы 1 раз в год). Проект ориентирован на средний чек 20000 KZT при роялти - 10%.

Данные исследования [рынка цветов Казахстана](#) и выводы:

PAM: 10 млрд. KZT импорт, не учтенный импорт и внутренний продукт по розничной цене

TAM: 7 млрд. KZT ориентируясь на емкость ежемесячного потребления

SAM: 3 млрд. KZT доступный объем рынка

SOM: 300 млн. KZT 10% от доступного рынка и 30 млн. прибыли ежемесячно (до вычета налогов)

PAM 10B KZT

TAM 7B KZT

SAM 3B KZT

SOM 300M KZT

КОНКУРЕНТЫ

За основу взят рынок Казахстана

Romantic

- Сильный онлайн ☐
- Захват территории ☒
- Сильная блогосфера ☐
- Хороший сервис ☐
- Хорошая репутация ☐
- Франшиза ☒
- Есть приложение ☐

Royal flowers

- Сильный онлайн ☐
- Захват территории ☒
- Сильная блогосфера ☒
- Хороший сервис ☐
- Хорошая репутация ☐
- Франшиза ☒
- Есть приложение ☐

Henry Bonnar

- Сильный онлайн ☒
- Захват территории ☐
- Сильная блогосфера ☒
- Хороший сервис ☒
- Хорошая репутация ☒
- Франшиза ☐
- Есть приложение ☐

КОНКУРЕНТЫ

Ближайшие зарубежные конкуренты. Online сервисы и маркетплейсы

Flowwow

- Хороший дизайн ☒
- Трекинг заказов ☒
- Сильная реклама ☐
- Есть оффлайн магазины ☐
- Удобство для партнеров ☐
- Франшиза ☐
- Есть приложение ☒

Florist.ru

- Хороший дизайн ☒
- Трекинг заказов ☐
- Сильная реклама ☒
- Есть оффлайн магазины ☒
- Удобство для партнеров ☐
- Франшиза ☐
- Есть приложение ☐

Cyber-florist.com

- Хороший дизайн ☐
- Трекинг заказов ☐
- Сильная реклама ☐
- Есть оффлайн магазины ☐
- Удобство для партнеров ☒
- Франшиза ☐
- Есть приложение ☐

ПРЕИМУЩЕСТВА

Конкурентные преимущества на рынке СНГ и мира

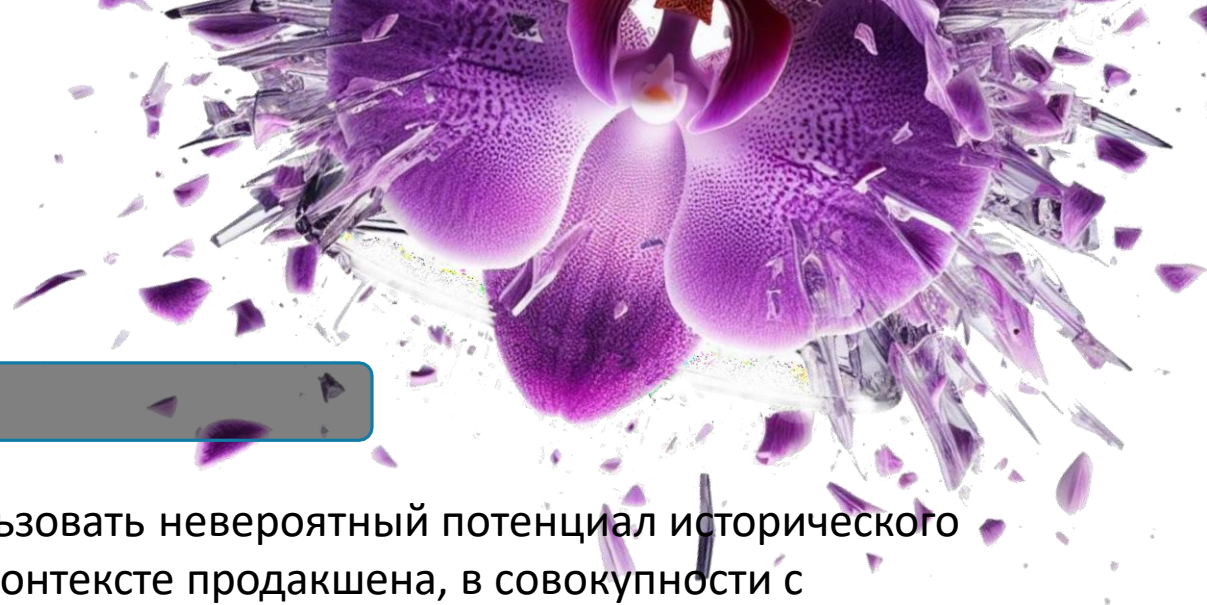
Лейтмотивом проекта является уникальная идея – использовать невероятный потенциал исторического бэкграунда как в контексте создания брендбука, так и в контексте продакшена, в совокупности с передовыми технологическими решениями.

Для франчайзи

- ★ Экономия на маркетинге от 500\$/мес.
- ★ Экономия на софте от 100\$/мес
- ★ От 10 заказов/день с самого старта
- ★ Самый подробный пакет франшизы, в котором учтено все

Для потребителя

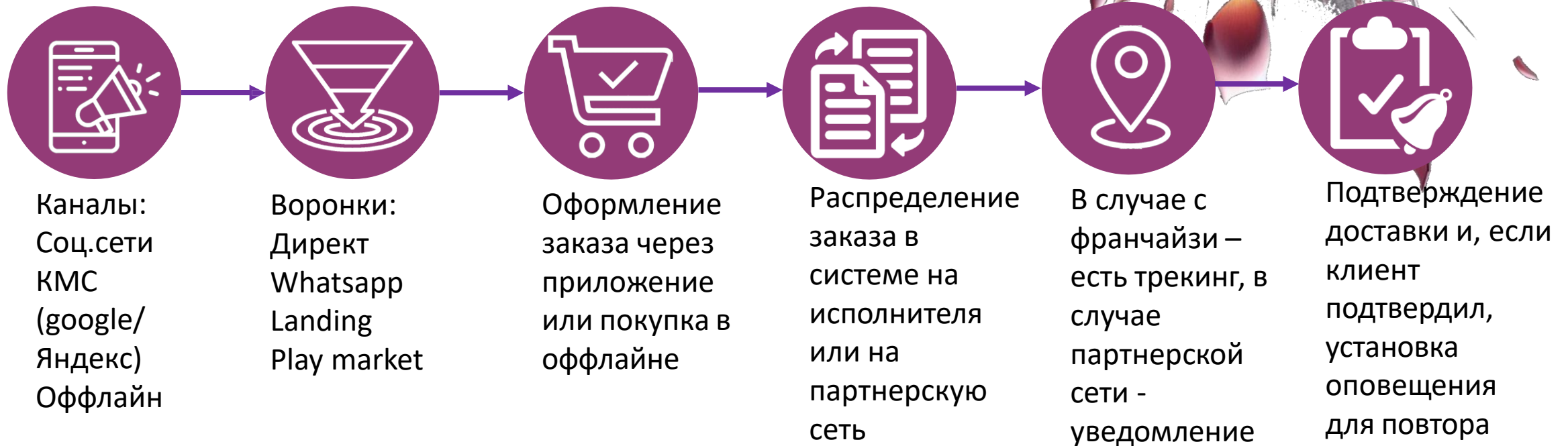
- ★ Выгода до 30% в сравнении с маркетплейсами
- ★ Лучшее соотношение цена/качество/сервис
- ★ Трекинг заказов от размещения в системе до вручения получателю
- ★ Наши цветы радуют гарантированно дольше



БИЗНЕС МОДЕЛЬ КЛИЕНТ

От привлечения до открытия магазина

Трафик генерируется через продакшен.



Основным каналом привлечения клиентов является собственный продакшен, конвертирующий юмор в клиентов.

БИЗНЕС МОДЕЛЬ ФРАНЧАЙЗИ

От привлечения до фиксации даты в сервисе автоматического оповещения

Трафик генерируется через продакшен и оффлайн магазины



Каналы:
Соц.сети
KMC
(google/
Яндекс)
Оффлайн



Воронки:
Директ
Whatsapp
Landing
Play market



Договор и
лицензионные
соглашения
Меморандум о
конфиденциаль
ности, паушаль
ный взнос



Передача
пакета
франшизы и
подключение к
дашборду
франчайзи.
Видео-тренинг



Анализ и
согласование
выбранной
геолокации
оффлайн
магазина



Отправка
составных
брендбука и
необходимых
запасов

За 3 дня до анонсированного открытия на место выезжает наш специалист, сверяет чек лист готовности и осуществляет контроль качества выполненных работ. Финансирование из паушального взноса.

Фин. модель

Юнит-экономика

Финансовый календарь отражает плановую деятельность и прибыль на протяжении 18 месяцев после запуска проекта. Резюме:

За 18 месяцев работы запущено 300 юнитов-франчайзи.

Извлечено прибыли:

Выплачено инвестору:

На балансе предприятия за минусом всех расходов:

3 948 620 597
KZT

177610562
KZT

X2.96

231 070 259
KZT

Посмотреть
таблицу



Финансовая модель описывает структуру проекта. Приведены цифры, достаточные для запуска проекта 458 000 000 KZT, однако с учетом первых 11 месяцев

Требуемый объем инвестиций составляет 600 000 000 KZT

Стратегия роста

Перспектива 5 лет

ПРОДАКШЕН

ПРОДАЖИ

ФРАНЧАЙЗИ

12 МЕСЯЦЕВ
после запуска
Подписчики:
3 000 000
Франчайзи: 90
Выручка: 168 млн.
KZT/мес.

24 МЕСЯЦА
после запуска
Подписчики:
10 000 000
Франчайзи: 300
Выручка:
700 млн. KZT/мес.

60 МЕСЯЦЕВ
после запуска
Подписчики:
50 000 000
Франчайзи:
1200
Выручка:
5 млрд. KZT/мес.



Сколько денег нужно

Целевые расходы

Усовершенствование
продакшен-центра и
маркетинг 6 мес., патенты
80 000 000 KZT

С первого транша инвестиций будут запущены процессы по усовершенствованию создаваемого продакшеном контента, с целью обеспечения максимальных охватов. На период пуско-наладочных работ, продакшен должен получить бюджет для маркетинга. Также необходимо подать заявки на международное патентирование торговой марки (и ПО, когда оно будет реализовано)

Создание ПО, оферты и
брендбука, ФОТ
356 000 000 KZT

Период пуско-наладочных работ составляет 6 месяцев, на этот период заложен ФОТ – 36 000 000 KZT. В этом модуле основной долей затрат является разработка ПО, которая включает в себя: 2 приложения (юзера, франчайзи), сайт для клиентов, landing page для воронки по франчайзи и админ-панель для франчайзи и супер-админа

Создание титульного
магазина и организация
производства, склады
164 000 000 KZT

Титульный магазин франшизы – это основа. В нем наглядно будут выстроены и отточены все процессы, необходимые для создания брендбука и единой стилизации сети. Также будет разработана товарная сетка и заключены эксклюзивные контракты с производителями брендовой продукции (игрушки, сладости, аксессуары), необходимо арендовать склады для хранения продукции

Предложение инвестору

30% доли в
компании за
600 000 000
KZT

ROI
296% за 24
месяца

ROI в
перспективе
5 лет
560%/мес.

Старт выплат
дивидендов
уже с 6
месяца после
запуска
проекта

Выплата тела
инвестиций
через 24 мес

«Вес» доли
инвестора в
перспективе 2
лет составит
1 176 106 562
KZT

Цифры
- здесь



Альтернативное предложение

Инвестиции на раунде SEFD на создание MVP и выход на раунд Series A



5% доли в
компании за
100 000 USD

ROI
25% за 12
месяцев

ROI в
перспективе
3 лет 269%

Выплата тела
долга – через
12 месяцев
+25%

Гарантия:
выход на
следующий
раунд Series
A

«Вес» доли
инвестора в
перспективе 3
лет составит
269 000 USD
+тело

Цифры
- здесь



Контакты

Founder
Денис

Whatsapp: +7747 578 6998

E-mail: florist.kz@gmail.com

Site: <https://mrdo.kz/wild>

Co-founder
Оксана

Whatsapp: +77011017211

E-mail: oxanamussina@gmail.com

Site: <https://mrdo.kz/wild>

ПРЕЗЕНТАЦИЯ О ФАУНДЕРАХ ЗДЕСЬ

