



پلتفرم پیشنهاد خرید توسط  
اینفلوئنسرها

- بیشتر پلتفرم‌های مرتبط با اینفلوئنسرها در دنیا، ارتباط بین برندها و اینفلوئنسرها را از طریق فیچرهای تحلیلی متنوع فراهم می‌سازند. هدف این پلتفرم‌ها انتخاب درست اینفلوئنسر برای یک برند و سپس ساخت ارتباط موثر و تحلیل و بررسی کمپین و محتوای اینفلوئنسرها بوده است. (منبع)
- نمونه‌های داخلی این موضوع بسیار محدود بوده و عملاً این ارتباط از طریق پلتفرم و به شکل خودکار شکل نمی‌گیرد.
- در حال حاضر ارتباط برندها با اینفلوئنسرها یا بصورت مستقیم و یا از طریق مدیر برنامه‌ها و آژانس‌های تبلیغاتی صورت می‌گیرد.



- براساس جدیدترین مطالعات، در کمپین‌های اینفلوئنسرمارکتینگ هدف اول برندها از این کمپین‌ها از آگاهی از برند (Awareness) به سمت گزینه هدف فروش (Sale) سوق پیدا کرده است. (منبع)
- به نوعی هم بیزینس‌ها هدف فروش دارند، هم اینفلوئنسر می‌خواهد تبلیغ موثری داشته باشد و هم کاربران دوست دارند تبلیغ محصولی را ببینند که یا به آن نیاز دارند و یا می‌توانند با تخفیف و شرایط عالی خرید کنند.
- پیشنهاد من ارائه محصولی است که بتواند برای هر سه طرف (برند-اینفلوئنسر-کاربر) ارزش خلق کند:

پلتفرم پیشنهاد خرید توسط اینفلوئنسرها

- **خرید گروهی:** فرض کنید برند تولید کننده ادکلن بخواهد محصول خود را که یک میلیون تومان قیمت دارد را به صورت **گروهی** توسط اینفلوئنسرها بفروشد. این برند اعلام می‌کند که فروش این ادکلن در صورتی که **1000 سفارش** در یک بازه زمانی کوتاه (مثلاً 24 ساعته) ثبت شود با **30 درصد** تخفیف و برای 2000 سفارش 40 درصد تخفیف قائل می‌شود.
- **پیش‌خرید:** در محصولات و خدماتی که نیاز به سرمایه اولیه بیشتری جهت پایین آمدن هزینه تولید دارند، **پیش‌خرید** می‌تواند گزینه جذابی برای طرفین باشد که با اعتماد کاربران به اینفلوئنسرها اجرایی خواهد بود.

# Product Vision Board

پلتفرم پیشنهاد خرید توسط اینفلوئنسرها



گروه هدف



یوزر:

- اینفلوئنسرها، سلبریتی‌ها و افراد مشهور
- کسب و کارها و نام‌های تجاری
- کاربران و مخاطبان اینفلوئنسرها

مشتری هدف MVP:

- کسب و کارهای متوسط و خرد
- میکرو اینفلوئنسرها



نیازها



کسب و کارها:

- اینفلوئنسر مناسب برند آنها
- هدف‌گذاری فروش محصول در کنار دیده شدن برند آنها
- امکان مشاهده سوابق کمپین‌های اینفلوئنسر و آنالیز دقیق
- گزارش‌گیری دقیق در حین کمپین و بعد از اتمام آن

اینفلوئنسرها:

- معرفی محصولات و خدمات متناسب با حوزه فعالیت خود
- ساخت ارتباطات موثر و بهینه‌سازی آن
- اجرای آسان چند کمپین همزمان
- افزایش تعامل کاربران در پست‌های تبلیغاتی
- تبدیل تبلیغات به یک فرایند برد-برد برای کاربران

کاربران:

- دریافت ارزش از مشاهده تبلیغات و معرفی محصولات توسط اینفلوئنسرها

محصول



پنل کسب و کارها:

- مشاهده دسته بندی و اطلاعات دقیق اینفلوئنسرها با دموگرافی مخاطبان و تاریخچه تبلیغات قبلی اینفلوئنسر
- پروفایل کاربری با ارائه جزئیات از برند
- امکان ایجاد کمپین با ارائه توضیحات
- مشاهده و دانلود سوابق محتوای کمپین‌ها
- امکان تعریف فروش گروهی و یا پیش خرید محصولات

پنل اینفلوئنسرها:

- مشاهده درخواست جدید برندها
- پروفایل کاربری برای ثبت رزومه، سابقه فعالیت و اطلاعات شبکه‌های اجتماعی
- ساخت لندینگ معرفی و پیشنهاد محصول برای پیش خرید، خرید گروهی و یا تکی محصولات

اهداف بیزینس








هدف:

- ساخت کامیونیتی اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها
- پل ارتباطی متناسب با نیاز کسب و کارها و اینفلوئنسرها
- بستر اینفلوئنسر مارکتینگ
- کسب درآمد و ارزش آفرینی برای هر سه گروه هدف

بیزینس مدل: فریم‌بوم / کارمزد

- ساخت پروفایل رایگان
- پرداخت برندها به ازای هر سفارش
- تبلیغ به اینفلوئنسر
- کارمزد تراکنش فروش

# GO Product Roadmap

انتشار 	ماه اول	ماه دوم	ماه سوم
نسخه 	ورژن 1	ورژن 1	ورژن 1
اهداف 	<ul style="list-style-type: none"> <li>تحقیقات بازار، مذاکره با کسب و کارها و اینفلوئنسرها (Awareness)</li> <li>تهیه پروتوتایپ محصول</li> <li>طراحی UI و UX</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>جذب اینفلوئنسر و کسب و کار (Acquisition)</li> <li>پیاده سازی پنل</li> <li>پیاده سازی پرداخت و کیف پول</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>کسب و کار و اینفلوئنسر فعال (Activation)</li> <li>مذاکره با نام‌های تجاری بزرگتر و اینفلوئنسرهای مطرح</li> </ul>
فیچرها 	<ol style="list-style-type: none"> <li>لندینگ اصلی سایت حاوی تعریف محصول و فیچرها</li> <li>ساخت فرم تماس جذاب برای کسب و کارها و اینفلوئنسرها (دریافت بازخورد بازار)</li> <li>امکان ثبت و نمایش اطلاعات کسب و کارها و اینفلوئنسرها در پنل Backend</li> <li>تست فرآیند سفارش گیری برزد و اینفلوئنسر در قالب یک فرم در لندینگ وبسایت</li> <li>ساخت پیشنهاد خرید بصورت دستی و سفارشی برای اینفلوئنسرها</li> <li>محصولات پیشنهادی با لینک فروشگاه‌های آنلاین و یا لینک پرداخت یونیک</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>پنل کسب و کار و اینفلوئنسر</li> <li>تعریف کالا یا خدمات توسط کسب و کارها</li> <li>امکان ساخت پیشنهاد خرید توسط اینفلوئنسر</li> <li>امکان ثبت سفارش خرید کاربران و دریافت کد پیگیری</li> <li>ساخت اکانت کاربری برای خریداران</li> <li>امکان ارائه تخفیف برای پیشنهادها</li> <li>درگاه پرداخت آنلاین</li> <li>کیف پول در پنل کاربری، اینفلوئنسر و پنل کسب و کارها</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>دسته بندی و فیلتر اینفلوئنسرها</li> <li>پیاده‌سازی نمایش اینفلوئنسرها در سایت</li> <li>نمایش دسته بندی و فیلتر کسب و کارها</li> <li>امکان سفارش محتوا توسط کسب و کارها</li> <li>ارسال پروپوزال و پیشنهاد برای کمپین‌ها توسط اینفلوئنسرها</li> <li>رفع باگ و مشکلات نسخه‌های قبلی</li> <li>بهبود عملکرد پلتفرم</li> </ol>
شاخص 	<ul style="list-style-type: none"> <li>تعداد بازدید لندینگ</li> <li>تعداد فرم تماس و سفارش گیری تکمیل شده</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تعداد میکرو اینفلوئنسر جدید</li> <li>تعداد بیزینس جدید اضافه شده</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تعداد 200 بیزینس</li> <li>100 میکرو اینفلوئنسر فعال</li> <li>10000 خریدار</li> </ul>

- با فرض در نظر گرفته شده در هزینه‌های تقریبی تولید MVP:



هزینه مارکتینگ: 600 میلیون

هزینه فرضی جذب هر خریدار = 50 هزار تومان

هزینه فرضی جذب هر اینفلوئنسر = 100 هزار تومان

هزینه فرضی جذب هر نام تجاری = 200 هزار تومان

با اهداف تعیین شده در ماه سوم نقشه راه:

مجموع هزینه جذب خریدار، اینفلوئنسر و بیزینس‌ها = 560 میلیون تومان خواهد بود.

- بر اساس KPI طراحی شده در تیم محصول:

**حالت خوب:** اگر اهداف به دست آمده در نسخه MVP به سنج‌های کلیدی ما نزدیک و بالاتر از آن باشد در این حالت توسعه محصول را ادامه می‌دهیم.

**حالت بد:** در صورتی که اهداف به دست آمده از شاخص‌های کلیدی بسیار پایین تر باشد، روند توسعه را متوقف و در استراتژی و نقشه راه بازنگری می‌کنیم.

**حالت متوسط:** در این حالت اگر اهداف بدست آمده رضایت بخش نبوده اما به شاخص‌ها نزدیک بوده و روند دستیابی به این اهداف صعودی بوده، با ذی نفعان و سرمایه‌گذار مذاکره می‌کنیم و در صورت جلب اعتماد و اطمینان آنها در خصوص درآمدسازی پلتفرم، مسیر توسعه را ادامه می‌دهیم.

- **هزینه منابع انسانی:** 300 میلیون تومان  
(به ازای تیم 10 نفره و میانگین 10 میلیون تومان)
- **هزینه مارکتینگ:** 600 میلیون تومان
- **هزینه نگهداری سرور:** 20 میلیون تومان
- **هزینه اداری و اجاره:** 36 میلیون تومان
- **هزینه پیش بینی نشده:** 20 میلیون تومان  
(هزینه کل: 976 میلیون تومان)

- مدل فریمیوم
- قیمت‌گذاری برپایه ارزش (Value Based Pricing)
- کارمزد تراکنش
- حق عضویت و اشتراک

با توجه به مدل های درآمدی فوق که قابل پیاده سازی در این پلتفرم هستند موارد زیر برای ما قابل توجه هستند:

- مدل درآمدی کارمزد تراکنش برای اینفلوئنسرها
- دریافت هزینه خدمات به ازای تولید محتوا توسط اینفلوئنسرها
- مدل درآمدی فریمیوم و فعالسازی مژول ها برای کسب و کارها
- مدل قیمت گذاری بر پایه ارزش و به ازای استفاده از بخش های خاص در پلتفرم برای کسب و کارها
- مدل حق اشتراک ماهانه برای بسته های متنوع برای کسب و کارها


1- با توجه به مزیت هر کدام از مدل های درآمدی برای بیزینس ها، در نسخه اولیه مدل درآمدی **فریمیوم** پیشنهاد می شود. چرا که محصول در بازار جدید توزیع شده و باید از طریق پیشنهاد های ویژه کاربران را به ثبت نام در پلتفرم ترغیب کنیم.

2- **کارمزد تراکنش** بصورت پلکانی و طبق جدول قیمتی بر اساس تراکنش ها قابل تعیین بوده که می توان برای فرصت محدود و به بهانه انتشار نسخه MVP کارمزد در کاربران Early adopter رایگان در نظر گرفته شود.

- رخدادهای اجتماعی  
از طریق حضور در ایونت های مرتبط با اینفلوئنسر ها، اسپانسر ی رویدادها و ایجاد آگاهی از برند این محصول در این رخدادهای
- خدمات متفاوت و بیشتر  
پنل با امکانات کامل تر و با مزایای رقابتی نسبت به آژانس ها و پلتفرم های مشابه (درخواست اتوماتیک- سرچ بر اساس پیشینه فعالیت- دموگرافی کاربران- شفافیت در تمام مراحل و ...)
- تبلیغات  
برنامه بازاریابی و کمپین مانند کمپین تاثیرگذارترین اینفلوئنسر، جذب برندها و اینفلوئنسر ها با مذاکره مستقیم و ...

- ریسک و تهدیدها در هر سه سمت اینفلوئنسر، کسب و کارها و تیم توسعه محصول دیده خواهد شد.
- ترافیک بالا و لحظه ای کاربران برای خرید همزمان (تیم توسعه)
- عادی شدن دیدن تخفیف برندها و مشکل فروش با قیمت پایه برای بیزینس ها (بیزینس ها)
- احتمال کاهش محبوبیت اینفلوئنسر در صورت عملکرد ضعیف (اینفلوئنسر ها)
- احتمال پس زدگی کاربر در بازار جدید (بیزینس ها)
- ورود رقبای جدی در صورت تعلل و ورود دیر هنگام به بازار ( تیم توسعه)

# از توجه شما متشکرم

 /alirezapurusef  
+98 912 870 8517