



Мы — социальная сеть для поиска соулмейта

2022

inkast



Алёна Самарина
CEO



Федор Кабаченко
CFO



Александр Щеблыкин
COO

inkast.me
invest@inkast.me

Содержание

1. Первопричина	3
2. Голубой океан	12
3. Бизнес-план	14
4. Что есть сейчас	23
5. MVP	30
6. Команда	32
7. Выводы	33

Первопричина

Изначально идея Инкаста возникла из наблюдения, что люди в сервисах знакомств не могут найти себе партнера для долгосрочных отношений

Была выдвинута гипотеза, что существующие на рынке предложения не закрывают потребность в нахождении пары. Чтобы проверить данное суждение, был проведен опрос

Предусловия

Человек пользовался как минимум двумя приложениями: Тиндер, Баду, Дай Винчик, ВК Знакомства, Мамба



Общее время пользования сервисом составляло минимум одну неделю

Что происходит у конкурентов?

INKAST

Вопросы

01 Какими сервисами для знакомств Вы пользуетесь?

02 Сколько Вы в них находитесь?

03 Были ли удачные, по Вашему мнению, отношения? Если да, то сколько таких было и почему Вы считаете их удачными?

04 Если были неудачные отношения, как Вы думаете, какие причины привели к неудачному исходу?



Какими вопросами задаются пользователи?

INKAST

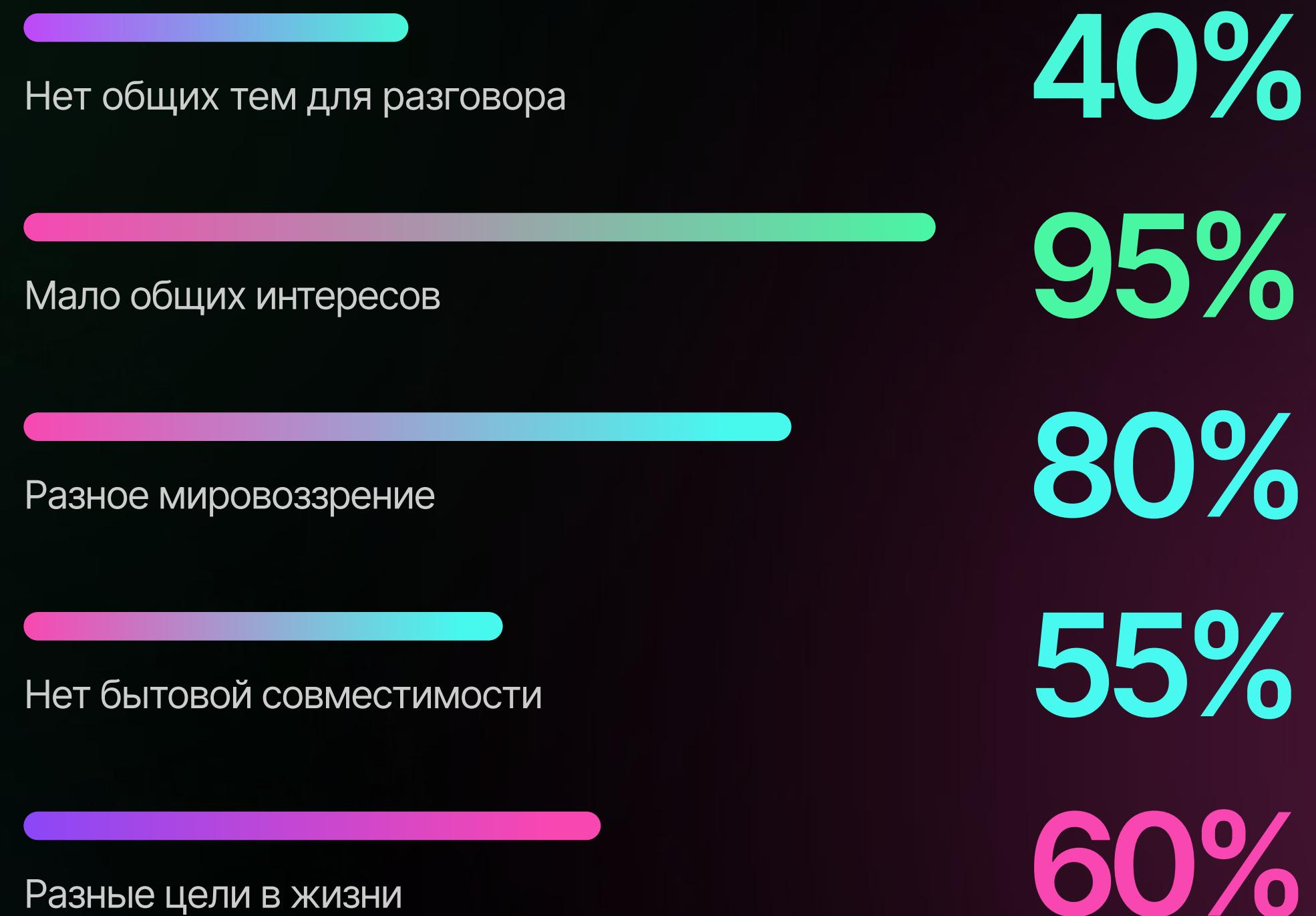
Опрос был проведен среди
~600 людей 20-30 лет



в письменном и устном формате

Из них **только один** человек заявил об удачных отношениях.
Он считал свои отношения счастливыми, потому что у них
с партнершей были одинаковые вкусовые предпочтения:
привычка играть в компьютерные игры и проводить каждое
лето в Анапе. После четырех лет отношений они поженились
и уже второй год находятся в браке

Распространенные причины неудачных отношений



Помимо опроса мы провели поиск среди уже существующих исследований и обнаружили, что только 10-15% пар из приложений для знакомств вступают в счастливый брак

Гипотеза подтвердилась, а еще была замечена общая тенденция: люди слишком разные, чтобы быть вместе, одного-двух похожих интересов мало для хороших отношений.

kaspersky.com

bel.biz

journal.tinkoff.ru



INKAST

Косвенные причины

- Одиночество — это эмоциональное состояние, связанное не только с желанием контактировать с людьми, но и чувством социальной изоляции. Люди могут быть одни и не чувствовать себя одинокими, а могут взаимодействовать с людьми часто, но при этом испытывать чувство эмоциональной изоляции

Одиночество, связанное со снижением качества общения, вызванное распространением интернета

elar.urfu.ru

Одиночество, вызванное глобализацией

guu.ru

- Людям стало сложнее строить долгосрочные отношения, что привело к уменьшению рождаемости и увеличению числа разводов в стране

rosstat.gov.ru

Общемировой тренд на одиночество, некоторые ученые называют это «эпидемией одиночества»

statista.com

Наносимый вред здоровью, вызванный чувством одиночества: депрессия, наркотическая зависимость, суицид

cyberleninka.ru

finexpertiza.ru

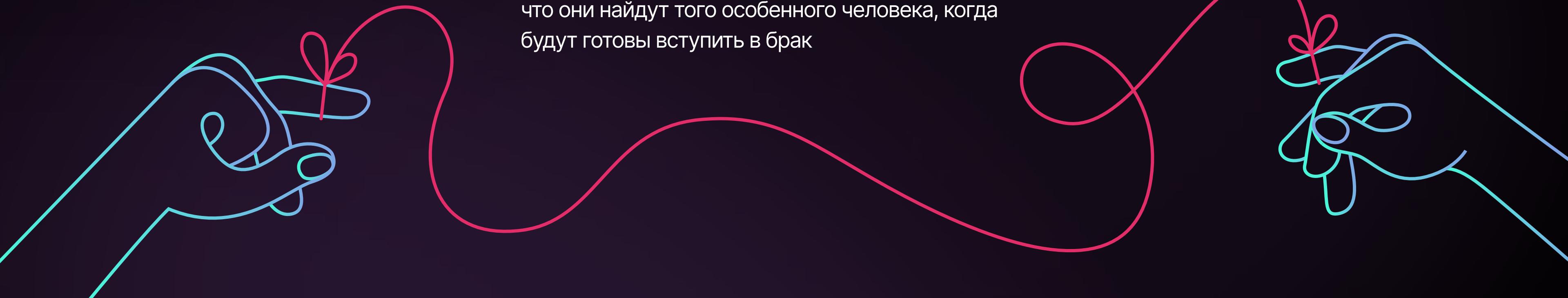
Исследование показывает, что, в то время как брак во многом теряет свой общественный и институциональный характер, популярность набирают так называемые «суперотношения» — чрезвычайно частный одухотворенный союз, сочетающий сексуальную верность, романтическую любовь, эмоциональную близость и единение

Например, 80% женщин считают, что муж, который может рассказать о своих самых глубоких чувствах, более предпочтителен тому, кто хорошо зарабатывает

Среди одиноких мужчин и женщин подавляющее большинство (88%) согласны с тем, что «где-то там» их ждет особенный человек, родственная душа. Одиночки, никогда не состоявшие в браке, уверены, что им удастся найти родственную душу; значительное большинство (87%) согласны с тем, что они найдут того особенного человека, когда будут готовы вступить в брак

Одиночные люди ищут родственную душу для брака
news.gallup.com

Исследование Национального брачного проекта предполагает, что для молодых людей материальный и религиозный статусы менее важны, чем поиск «родственной души»



Психологи выяснили, что мужчины и женщины склонны влюбляться в людей со схожими этническими и социоэкономическими характеристиками, примерно одинаковым уровнем интеллекта, образования, внешней привлекательности и чувства юмора, а также с общими религиозными, политическими и социальными взглядами

- Так в нашем сервисе возникла основополагающая функция: подбор человека по множеству параметров. Она базируется на рекомендательных системах машинного обучения и состоит из двух частей:
 - сбор метаданных и открытых данных из разных сервисов в интернете
 - анкета, используемая для уточнения характеристик

opentextbc.ca

ncbi.nlm.nih.gov

sciencedirect.com

Эту функцию в своем сервисе мы назвали «найти соулмейта», потому что люди подбираются друг другу по характеру, мировоззрению, одинаковым интересам и бытовой совместимости — иными словами, подбор осуществляется по цифровому портрету человека

Голубой океан

Для создания сервиса, мы воспользовались
Стратегией Голубого океана

Рынок социальных сетей переполнен, и, чтобы создать не просто новый сервис для поиска соулмейта, а хорошую социальную сеть, мы воспользовались инструментами аналитики стратегии Голубого океана. Сравнению подвергались все функции, которые может выполнять пользователь в социальной сети.

Путь рынка: рассмотрение смежных областей



Алёна Самарина
CEO



INKAST

Решетка УСПС

Ключевой инструмент аналитики, который позволяет снизить издержки и увеличить ценность сервиса.

УПРАЗДНИТЬ

Этот список большой, поэтому сосредоточимся на других пунктах решётки, которые мы выделили для себя

СНИЗИТЬ

1. Возможность нахождения по фото
2. Возможность нахождения по геолокации

ПОВЫСИТЬ

1. Возможность предоставления площадки для распространения контента
2. Функции персонализации

СОЗДАТЬ

Возможность подбора людей-соулмейтов

Бизнес-план



Алёна Самарина
CEO



Федор Кабаченко
CFO

INKAST

Ключевые партнеры		Компании, у которых есть API с нужной нам информацией
Ключевые виды деятельности		<ul style="list-style-type: none">Подбор рекомендательной системой соулмейта по множеству параметровПлощадка для создателей контентаВедение блога
Ключевые ресурсы		<p>Материальные:</p> <ul style="list-style-type: none">Офисные помещенияСервера и вычислительные мощности <p>Финансовые:</p> <ul style="list-style-type: none">Деньги от донаторов, инвесторов, венчурных фондов и грантов <p>Человеческие:</p> <ul style="list-style-type: none">Консультационный совет (психологи, психиатры, маркетологи)БлогерыКреаторы (люди, создающие свой контент)Квалифицированный мотивированный штат сотрудников <p>Интеллектуальная собственность:</p> <ul style="list-style-type: none">Товарный знак на логотип и маскот, авторское право на дизайн, внутренние стикерыКоммерческая тайна (алгоритмы, списки клиентов), патент на базы данных

Ценостные предложения



Подбор людей по множеству параметров; фокус на внутреннем мире, а не на внешности

Решаем проблему поиска человека, с которым у вас наиболее вероятны хорошие отношения

Закрываем проблему одиночества и вытекающих косвенных проблем

Удобная площадка для самовыражения

Сокращаем время поиска единомышленника

Взаимоотношение с потребителем



Политика взаимоотношений: свободный стиль общения, открытость пользователю, за исключением конфиденциальной информации, свободное получение обратной связи

Поддерживаем связь через группу ВКонтакте, канал Телеграм, внутреннюю страницу Инкаста (которая ведется от лица маскот), паблик в Тикток (если его разблокируют)

Клиент удерживается за счет воронки удержания потребителя, постоянного взаимодействия с пользователями: выпуск новостей, историй, проведение стримов разработчиков, онлайн встречи, розыгрыш подарков

Привлечение новых клиентов будет происходить с помощью воронки продаж, воронки наращивания потребителя, сарафанного радио, таргетированной рекламы, рекламы от блогеров, создания нового контента

Воронка «Привлечь, удержать, вырастить»

Каналы сбыта



Прямой

- социальный (VK, YouTube, TikTok, Telegram)
- медийный (VK, YouTube, TikTok)

Потребительские сегменты



Люди от 16 до 35 лет:

- Живущие в маленьких городах, которым трудно найти собеседников или друзей, если их интересы не популярны в их регионе
- Живущие в больших городах, у которых высокий темп жизни: у них мало времени для знакомств и поддержания отношений
- Которые изначально настроены на поиск долговечных отношений и ждут того самого, не начиная случайных связей
- Которые испытывают потребность в тех, кто разделит их интересы
- Которые стремятся окружить себя единомышленниками

Потоки поступления доходов



- Реклама
- Оплата подписки
- Брокерские проценты

Структура издержек



- PR и маркетинг
- Сервера и вычислительные мощности: GPU, облака для БД
- Затраты на квалифицированный мотивированный штат сотрудников

Ключевые показатели



Алёна Самарина
CEO

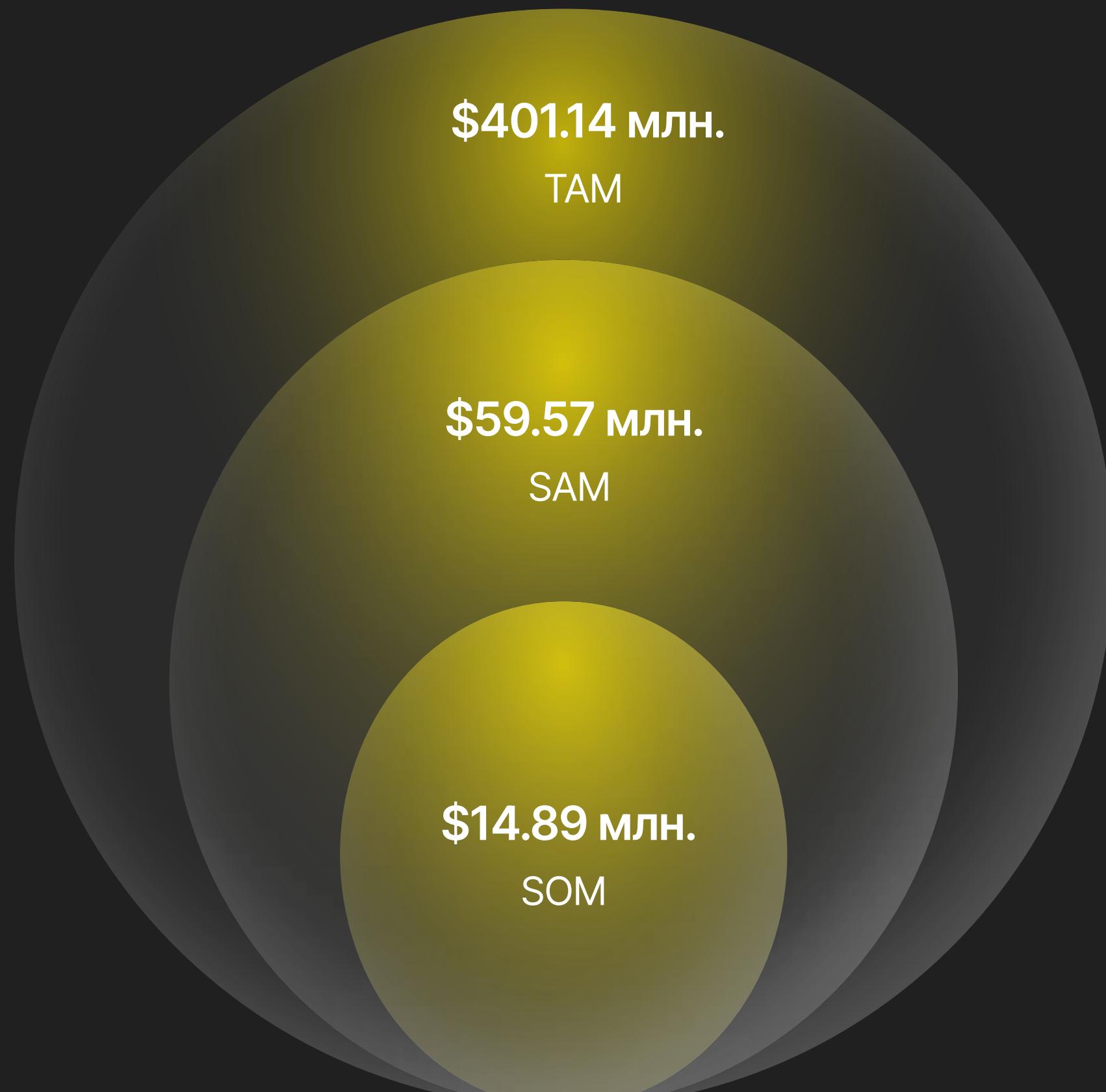


Федор Кабаченко
CFO

INKAST

		1 год	5 лет
Потоки поступления доходов	Распределение устройств	50/50	
	Посещения за год	~120 тыс MIN ~960 тыс AVG ~2.76 млн MAX	15.6 млрд
Взаимодействие	Ежемесячные посещения	~10 тыс MIN ~80 тыс AVG ~320 тыс MAX	1.3 млрд
	Ежемесячные уникальные посетители	~3.6 тыс MIN ~18 тыс AVG ~108 тыс MAX	110 млн
	Продолжительность посещения	12 мин	10 мин
Маркетинговые каналы	Показатель отказов	40%	20%
	Прямой	70%	70%
	Органическая реклама	Средний CPC = 50 ₽ (10%)	Средний CPC = 1.5 ₽ (10%)
	Реферальная реклама	Яндекс (6%)	Яндекс (6%)
	Социальная реклама	YouTube, VK, TikTok, Telegram (8%)	YouTube, VK, TikTok, Telegram (8%)
	Медийная реклама	Boosty и другие (6%)	Boosty и другие (6%)

Результат

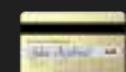


Оценка рынка

PAM	\$120.2 млрд.
TAM	\$401.14 млн.
SAM	\$59.57 млн.
SOM	\$14.89 млн.

Источники данных для расчета: [Frost & Sullivan](#), [Statista](#)

INKAST

Ценное предложение 	Оценка затрат на одного пользователя	SAC = 16.1 ₽
	Доход с пользователя за вычетом издержек	ARPPU = 517.8 ₽
	Объем рынка	SAM = \$59 570 000
	Достижимая доля на рынке	до 25% в первые 3 года
	Влияние реферальной механики	до 30% ежегодного прироста аудитории
Отношение с потребителями 	Затраты на привлечение покупателей	3 969 800 ₽/год
	Коэффициент конверсии	CR = 9.3%
	Коэффициент удержания	CRR = 93%
Тип рынка 	Выбранная ниша	Вывод нового продукта на существующий рынок и попытка ресегментировать данный рынок в качестве участника, предлагающего нишевый продукт
Структура затрат 	Сумма операционных издержек компании	OPEX = 1 374 500 ₽/мес
Канал 	Затраты на продажу через каналы	1 350 000 ₽/мес

Поток выручки

Средняя цена продажи подписки

172.6 ₽

Максимально возможная выручка

14 987 000 ₽/год

Количество пользователей в год

~23 000 ежегодно

Как долго покупатели тратят деньги

3 месяца в среднем

Как часто покупатели тратят деньги

Сколько денег ориентировочно будет тратиться в месяц

4 914 500 ₽

Когда у компании закончатся средства при разовом инвестировании в 15 млн. ₽

Через 12 месяцев

Что есть сейчас?



Алёна Самарина
CEO



Александр Щеблыкин
COO

INKAST

The screenshot shows a dark-themed promotional website for Inkast. At the top left is the Inkast logo (a blue diamond shape with a magenta arrow). To the right are navigation links: 'Продукт', 'Команда', 'Донаты' (with a red dot), 'EN', and a 'Присоединиться' button. A large white arrow points from the top right towards the page.

Привет! Это Inkast

Социальная сеть для поиска твоего соулмейта

Подбираем людей
по интересам и целям

Где-то на земле
существуют человек

И вы еще не знаете
о существовании друг друга

Группа ВКонтакте (~1K подписчиков)
и канал в Телеграме, которые мы ведем
стабильно уже два месяца



INKAST

Поддерживающие и любящие подписчики



[Павел Керам](#)

В группе с таргета по лету, сначала наткнулся на рекламу со Славей, а потом и с Леной
На первый взгляд вся эта движня вызвала лишь смех, а потом почитал несколько постов и проникся, что-ли
Хотя до сих пор есть ощущение, что не выйдет ничего, но надежда, как известно, всегда умирает последней, так что я буду тут пока не станет известно наверняка, подвела ли меня моя вера, или хоть теперь всё вышло гладко
Естественно я Вам, ребята, желаю лишь удачи и того, чтобы всё прошло как надо, и буду не без интереса наблюдать за всем происходящим

18 мая в 19:26

[Ответить](#) [Ещё](#)



[Наташа Иванова](#)



17 мая в 22:15 [Ответить](#) [Поделиться](#)



[Лаура Наурзбаева](#)



17 мая в 21:49 [Ответить](#) [Поделиться](#)



[Алиса Беланская](#)

честно, очень жду релиза проекта! неожиданно было увидеть Мику у себя в ленте :)

а так, найти единомышленника довольно интересная и полезная задумка!
18 мая в 19:23

[Ответить](#) [Ещё](#)



[Inkast](#) Алиса, спасибо большое за добрые слова! Для нас это очень важно!

18 мая в 19:28

[Ответить](#) [Ещё](#)



[SENPAI](#)

[Inkast](#)
Photo

Бывший пользователь беончика тут) забайтили рекламой, буду ждать выхода вашего проекта. Интересно



07:42



[Юля Тильченко](#)



17 мая в 22:41 [Ответить](#) [Поделиться](#)



[Татьяна Пиньковская](#)



18 мая в 12:45 [Ответить](#) [Поделиться](#)



[Юлиана Голова](#)



18 мая в 19:25 [Ответить](#) [Поделиться](#)



[Сначала новые](#)

[Владислав Мельник](#)

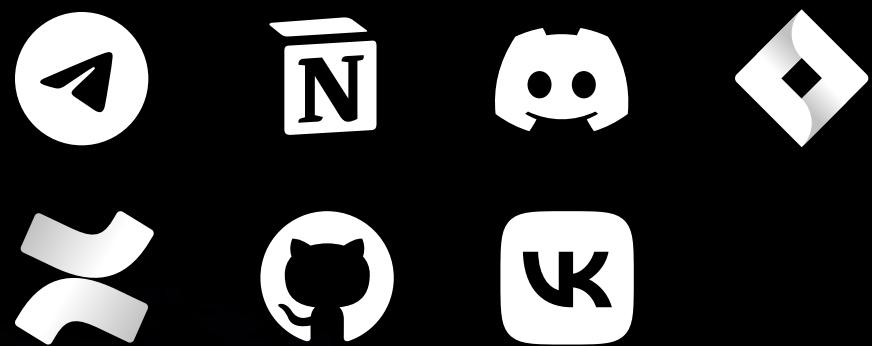
Если вы реально найдёте мне соулмейта, я буду очень шокирован

15 мая в 19:18 [Ответить](#) [Поделиться](#)



INKAST

- Мы ведем разработку по системе Scrum с двухнедельными спринтами. У нас есть обязательные созвоны команды в 20:00 по понедельникам и средам. У каждого отдела существуют отдельные созвоны по своему расписанию.



TELEGRAM

- Основной канал общения для работы. У нас существует 8 каналов: основной командный, отдел машинного обучения, отдел маркетинга, отдел разработчиков, канал с людьми, работающими на аутсорсе, отдел креаторов, флудилка, канал для тестирования



NOTION

- Общие страницы: бизнес-шаблоны, бэклог постов, календарный план, подсчет финансов
- Отдельные страницы каждого человека, на них мы ведем черновики и выкладываем отчеты по работе, которую сделали именно Мы

JIRA

- Здесь у нас находится спринт, задачи (в системе трёх статусов: в работе, на ревью, готово), бэклог задач

GITHUB

- Основной репозиторий

DISCORD

- Свой канал для общения
- Подканалы для каждого отдела
- Обязательные созвоны в 20:00 по понедельникам и средам

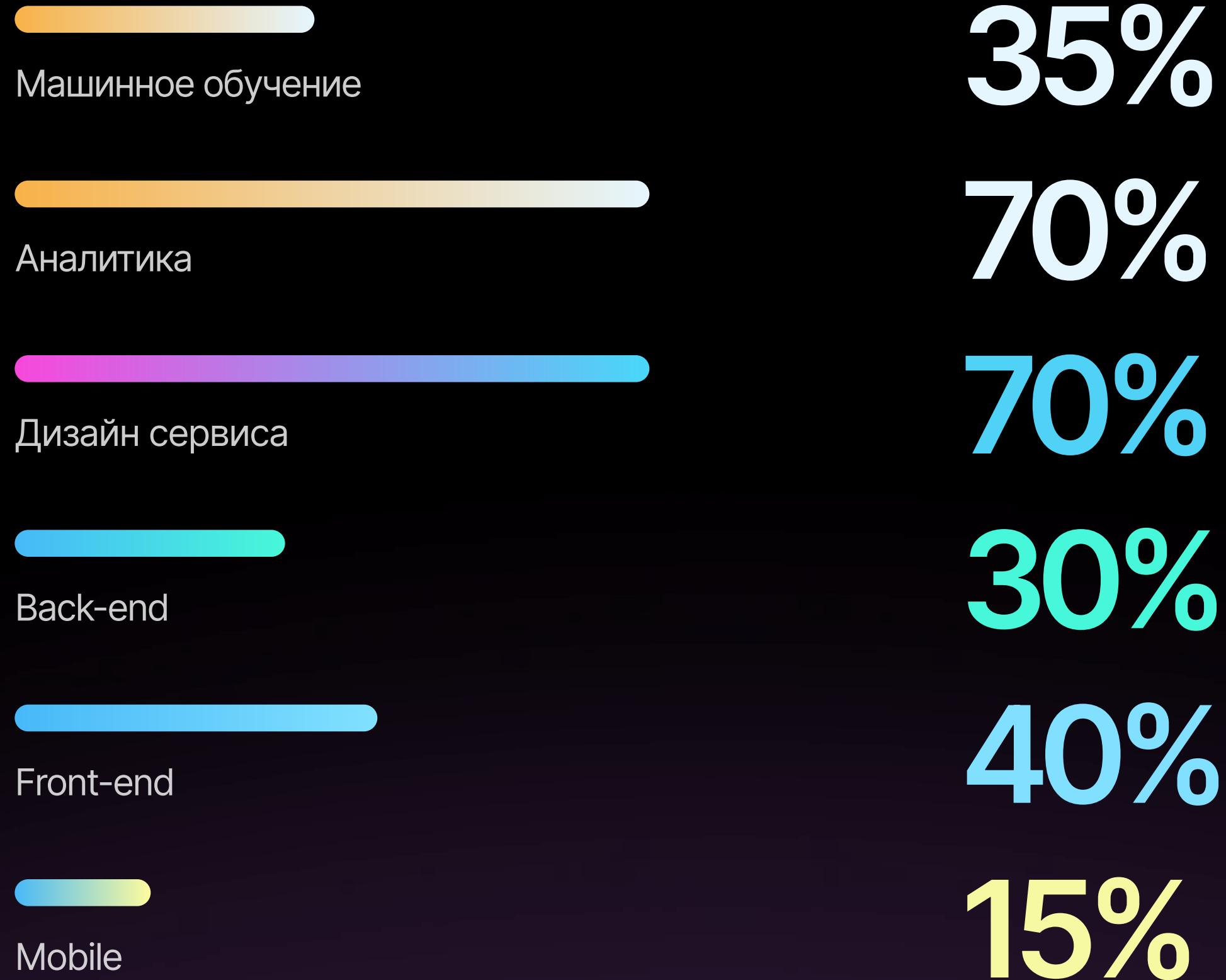
CONFLUENCE

- Вся официальная документация по отдельным версиям (сейчас версия v2.0)

ВКОНТАКТЕ

- Обсуждаем мемы и идеи, больше похоже на флудилку

Готовность продукта по отделам:



Minimum Viable Product

MVP

Улучшить после MVP

Функция подбора включает в себя 4 сервиса для сбора метаданных, анкету на совместимость

Возможность ведения блога и чатов

Загрузка и монетизация контента

Премиум-функционал

Ручная модерация

Функция подбора включает в себя большее количество сервисов для сбора метаданных, анкету на совместимость, возможность рекомендации на основе внешних данных

Возможность ведения блога и чатов

Загрузка и монетизация контента

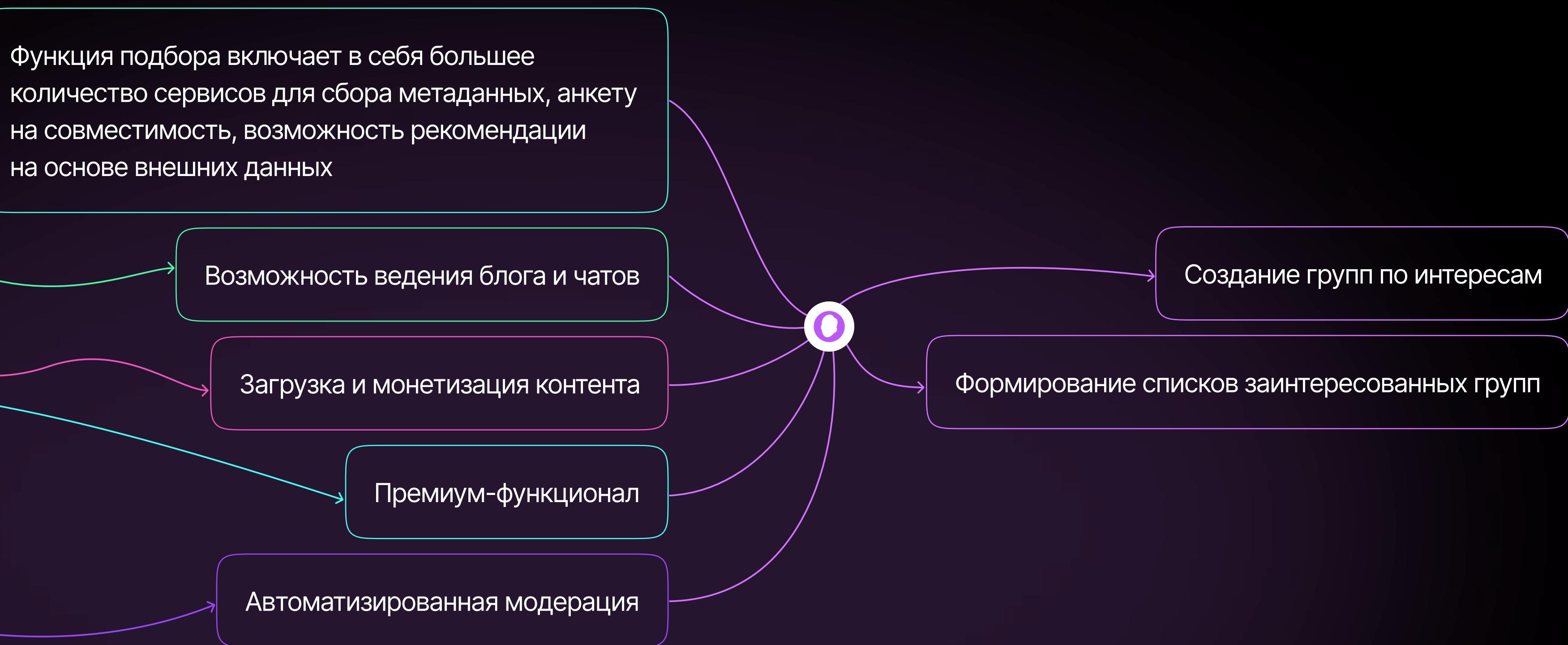
Премиум-функционал

Автоматизированная модерация

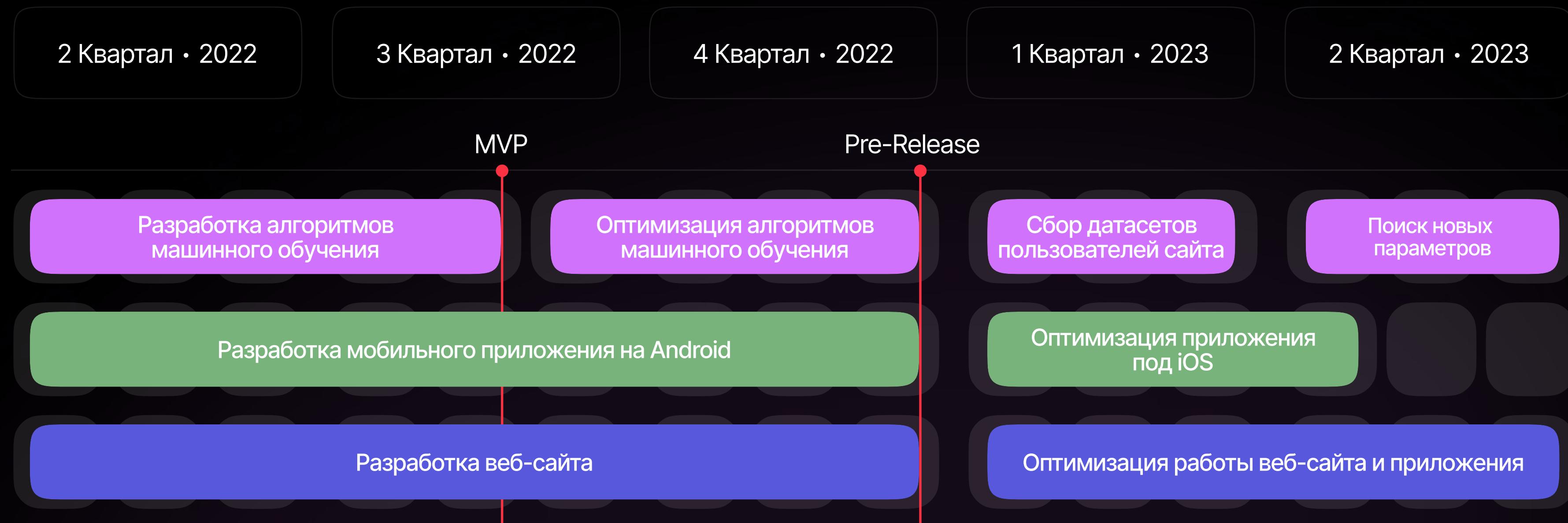
Minimum Viable Product

Улучшить после MVP

Создать после MVP



Roadmap



INKAST

Команда

10

+6 ребят на аутсорсе



Алёна С.
CEO и Аналитик



Федор К.
CFO и ML инженер



Александр Щ.
СОО и Дизайнер

Совет директоров



Платон Л.
Front-end
разработчик



Наталья М.
Back-end
разработчик



Дмитрий Т.
Back-end
разработчик



Ульяна С.
Flutter
разработчик

Разработка



Евгений В.
ML инженер



Ярослав М.
ML инженер

Машинное
обучение

Анна Г.
Маркетолог



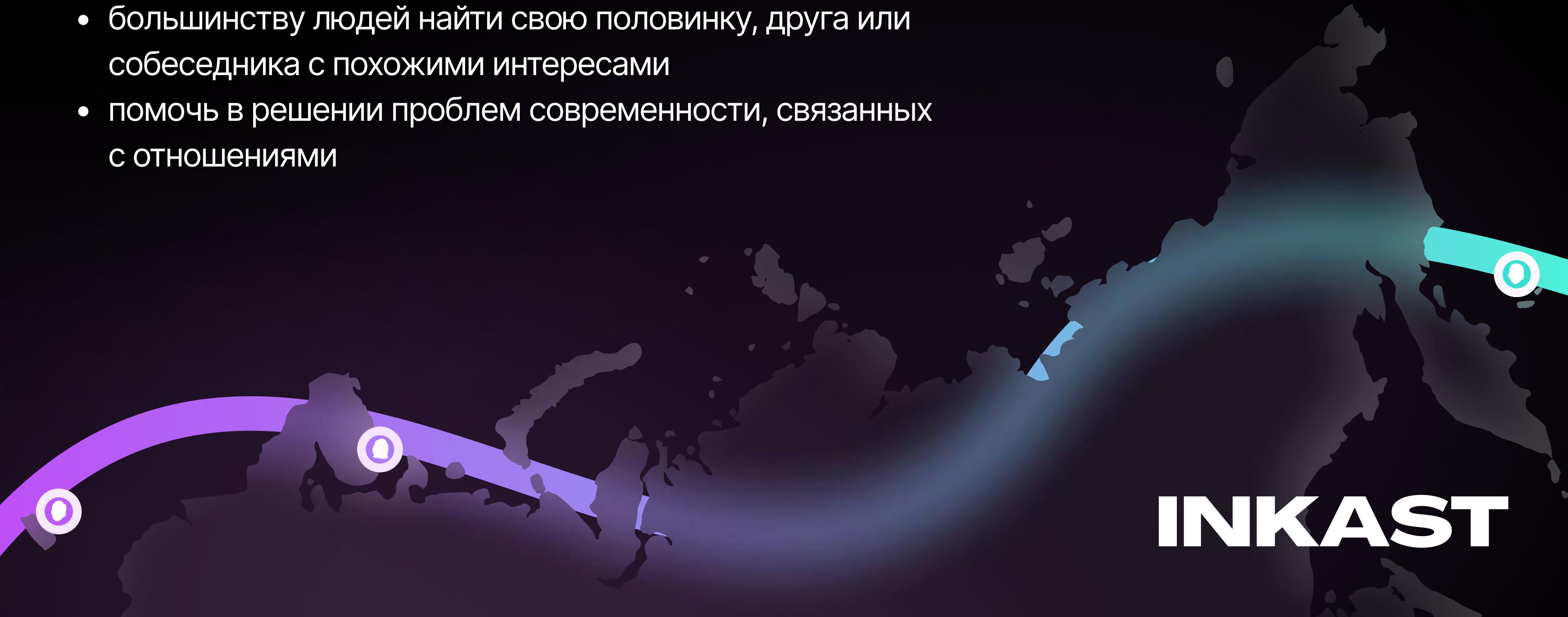
Маркетинг

Выводы

Inkast — сервис, которому еще нет аналогов на рынке.

Он поможет:

- большинству людей найти свою половинку, друга или собеседника с похожими интересами
- помочь в решении проблем современности, связанных с отношениями



INKAST