

جوانان شهری در ایران فاقد دسترسی به راهنمایی شخصی، مقرونبهر صرفه و قابل اعتماد در زمینه استایل و پوشش هستند.

در نتیجه، زمان و هزینه قابل توجهی را برای انتخاب لباس، خرید و آزمونخطا صرف میکنند، بیانکه از تناسب انتخابهای خود با سبک شخصی، موقعیتهای اجتماعی و محدودیتهای بازار پوشک ایران اطمینان داشته باشد. این مسئله منجر به سردرگمی، نارضایتی از ظاهر و کاهش اعتماد به نفس در موقعیتهای روزمره و اجتماعی میشود.

اهمیت حل این مسئله

ارائه راهکار مناسب، نه تنها تجربه خرید و آراستگی را بهبود میبخشد، بلکه با کاهش هزینههای ناشی از خریدهای اشتباه، به صرفه‌جویی مالی کاربران منجر شده و از طریق تقویت هویت فردی، بر کیفیت زندگی اجتماعی آنها تأثیر مثبت میگذارد.

- جوانان ۲۵-۳۵ سال ساکن کلانشهرهای تهران، اصفهان و مشهد، با درآمد متوسط به بالا، دارای **مشتری اصلی** تحصیلات دانشگاهی و فعال در شبکهای اجتماعی
- حدود ۳ میلیون نفر در سه شهر مذکور (برآورد مبتنی بر آمار مرکز آمار ایران، **تخمین اولیه بازار هدف** ۱۴۰۲)

راه حل و ارزش پیشنهادی

یک اپلیکیشن موبایل که با استفاده از ترکیب هوش مصنوعی (تحلیل تصاویر کاربر و ترندها) و مشاوره انسانی (متخصصان استایل)، به کاربر پیشنهادهای استایل شخصی‌سازی‌شده ارائه میدهد. "کشف سبک شخصی تو، بدون سردرگمی و هزینه گراف": ارزش اصلی

وضعیت محصول

- در حال طراحی (MVP) ایده/ نمونه اولیه **مرحله**
- طراحی وايرفرريم و معماری فني تکميل شده. نمونه اولیه ساده (اسکرينهای استاندار) برای تست بازار **پیشرفت آمده** است.

(جذب اولیه) Traction

- در نظرسنجی اولیه از ۲۰۰ نفر در جامعه هدف، ۷۸٪ اعلام کردند که چنین خدماتی را امتحان خواهند کرد
- ۳. متخصص استایل (با مجموع ۱۵۰ هزار فالوور در اينستاگرام) برای همکاری اولیه اعلام آمادگی کرده‌اند

مدل درآمد

- ۴۹ هزار تومان برای کاربران (دسترسی به تمامی راهنمایی‌های هوشمند و یک **عضویت اشتراکی ماهانه** جلسه مشاوره انسانی در ماه)
- ٪ ۱۰ از خریدهای انجامشده از طریق لینکهای مستقیم اپلیکیشن به فروشگاههای آنلاین **همیسیون از خرید شریک** (توافق اولیه با ۲ فروشگاه)

- ۲۰۰ میلیون تومان (پس از جذب ۵۰۰۰ کاربر فعال پرداختی) : هدف درآمد ماهانه در سال اول

بازار

- بازار مد و پوشاک آنلاین ایران در سال ۱۴۰۲ حدود ۱۲۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده است (منبع: گزارش انجمان کسبوکارهای اینترنتی)
- حداقل ۲۰۰ میلیارد تومان در سال (کمتر از ۰٪، سهم بازار هدف برندایس (بخش مشاوره و شخصیسازی) از کل بازار)

مزیت رقابتی

- رقای موجود (صفحات اینستاگرام مشاوران مد) فقط بر مشاوره انسانی ترکیب هوش مصنوعی و انسانی متمرکزند و مقیاسپذیری کمی دارند. رقبای فناور (اپهای خرید) فقط بر محصول متمرکزند. ترکیب این دو، مزیت تمایزی ماست
- آموزش الگوریتمها بر اساس سلیقه و محدودیتهای بازار پوشاک ایران (مانند حجاب)، که برای پایگاه داده محلی رقبای جهانی غیرقابل دسترسی است

نیاز سرمایه و مصرف آن

- کل سرمایه درخواستی برای مرحله اول (۱۲ ماه): ۲ میلیارد تومان
- مصرف:

- توسعه فنی و پلتفرم (۸۰۰ میلیون تومان): ۴۰٪
- جذب تیم و متخصصان (۶۰۰ میلیون تومان): ۳۰٪
- بازاریابی و جذب کاربر اولیه (۴۰۰ میلیون تومان): ۲۰٪
- هزینههای عملیاتی و قانونی (۲۰۰ میلیون تومان): ۱۰٪

ریسک اصلی

- ممکن است کاربران ایرانی به "مشاوره پولی" برای استایل عادت نداشته باشند: ریسک پذیرش بازار.
- ارائه دوره آزمایشی رایگان و بازاریابی مبتنی بر محتوای آموزشی رایگان: اقدام کاهش ریسک وابستگی به کیفیت الگوریتمهای توصیه‌گر شخصیسازی: ریسک فنی.
- شروع با ترکیب هوش مصنوعی پایه و نظارت شدید متخصصان انسانی: اقدام کاهش ریسک
- عدم جذب متخصصان استایل با دانش فنی کافی برای همکاری با پلتفرم: ریسک تیم.
- طراحی دورههای آموزشی و دستورالعملهای شفاف برای همکاران متخصص: اقدام کاهش ریسک

