

سند تخصیص سرمایه و کنترل ریسک (Capital Allocation & Risk Control Document)

خلاصه اجرایی

۲ میلیارد تومان: کل سرمایه درخواستی

۱۲ ماه: دوره اجرا

رسیدن به ۵۰۰۰ کاربر پرداختی و درآمد ماهانه ۲۰۰ میلیون تومان: هدف نهایی
(های فاز ۱ و ۲ Milestone) بررسی دستیابی به) ماه ششم: نقطه تصمیمگیری کلیدی

جدول تخصیص سرمایه (Breakdown)

بخش	مقدار (میلیو ن ن تومان)	درصد	دلیل ضرورت	KPI) خروجی قابل اندازه‌گیری / Milestone)	نقطه بررسی (Checkpoi nt)
تحقیق و توسعه (R&D)	۸۰۰	۴۰%	ساخت هسته فنی محصول و اعتبارسنجی فرضیه اصلی	با: ۱.۰ تحویل نسخه: خروجی ۱. تست روانشناسی سبک. ۲. تولید ۵ پیشنهاد دستی. ۳. داشبورد مدیریت نرخ تکمیل: KPI: کاربران ۷۰٪ در ۲۰۰ کاربر تست	پایان ماه ۳
MVP توسعه - اولیه (ماه ۱-۳)	۳۰۰	۱۵٪	آزمودن پذیرش بازار با کمترین محصول ممکن	با: ۱.۰ تحویل نسخه: خروجی ۱. تست روانشناسی سبک. ۲. تولید ۵ پیشنهاد دستی. ۳. داشبورد مدیریت نرخ تکمیل: KPI: کاربران ۷۰٪ در ۲۰۰ کاربر تست	پایان ماه ۳
توسعه مازول - هوش مصنوعی/داده (ماه ۴-۹)	۳۵۰	۱۷.۵٪	افزایش خودکارساز ی و شخصیساز ی پیشنهادها	ماژول نیمه‌خودکار: خروجی کاهش زمان: KPI: پیشنهاددهنده تولید پیشنهاد از ۲ ساعت (دستی) به ۱۵ دقیقه راهاندا Milestone: (سیستمی) زی قابلیت آپلود عکس از کمد لباس برای ۵۰۰ کاربر.	پایان ماه ۶ و ۹

نقطه بررسی (Checkpoint t)	KPI) خروجی قابل اندازه‌گیری / Milestone)	دلیل ضرورت	درصد	مقدار (میلیون تومان)	بخش
پیوسته	، SSL سرورها، دامنه، خروجی بکاپ	پشتیبانی از ترافیک و حفظ امنیت داده‌های کاربران	۷۱۵٪	۱۵۰	زیرساخت فنی و امنیت
ماهانه	حضور تماموقت و خروجی اختصاصی Milestone: بنیانگذاران در موعد مقرر MVP	گردآوری تیم اجرایی کلیدی و متخصصان فنی/بازاریابی	۳۰٪	۶۰۰	تیم و نیروی انسانی
پایان ماه ۴	استخدام توسعه‌دهنده خروجی Full-Stack. KPI: سرعت توسعه قابلیتهای جدید به ۲. برابر	تضمين تمرکز تماموقت تیم هسته	۱۸٪	۳۶۰	حقوق - بنیانگذاران (۳ نفر)
پایان ماه ۳	قطعه محتوای خروجی تخصصی تولیدشده، استراتژی نرخ KPI: بازاریابی ۶ ماهه با Engagement Rate (تعامل ۵٪>محتوا	تسريع توسعه پیش از اعتبارسنجی اولیه	۹٪	۱۸۰	جنب - توسعه‌دهنده ارشد (ماه +۴)
		تضمين کیفیت محتوای تخصصی و استراتژی رشد	۳٪	۶۰	مشاوران - تخصصی (استایل/بازاریابی)

بخش	مقدار (میلیو ن ن تومان)	درصد	دلیل ضرورت	KPI) خروجی قابل اندازه‌گیری / Milestone)	نقطه بررسی (Checkpoi nt)
بازاریابی و فروش (Marketing & Sales)	۴۰۰	۲۰%	جذب کاربر اولیه و ایجاد ترکشن	راهاندازی لندینگ پیج : خروجی و جمعآوری ۲۰۰۰ ایمیل در هزینه به KPI: لیست انتظار < (CPL) ازای هر ایمیل ۵۰ هزار تومان.	پایان ماه ۳
کمپین - آگاهی‌بخشی اولیه (ماه ۱-۳)	۱۰۰	۵%	ایجاد لیست انتظار و شناسایی کانالهای جذب مؤثر	جذب اولین ۵۰ کاربر : خروجی هزینه جذب هر KPI: پرداختی < (CAC) کاربر پرداختی ۳۰۰ هزار تومان. Milestone: ۱۰ کاربر پرداختی در ماه چهارم	پایان ماه ۶
کمپین جذب - کاربران پرداختی اولیه (ماه ۴-۶)	۱۵۰	۷/۵%	تبديل کاربران رایگان به پرداختی و تست قیمتگذاری	همکاری با ۱۰ میکرو- خروجی K (۱۰-۵۰) ایفلوئنسر (CTR) نرخ تبدیل KPI: فالوور > ۲٪. از پستها به ثبتنام	پایان ماه ۸
- همکاری با میکرو- اینفلوئنسرها	۱۰۰	۵%	استفاده از اعتبار و دسترسی افراد تأثیرگذار در حوزه مد	گزارش تحلیل عملکرد : خروجی ، SEO مثل) ۵ کanal مختلف تبلیغات شبکه‌های اجتماعی، شناسایی ۱-۲ کanal (مشارکت LTV/CAC > 3.	پایان ماه ۹
بودجه آزمایش - کانالهای مختلف	۵۰	۲/۵%	کشف کانالهای مقرونبهصر فه جذب کاربر		

بخش	مقدار (میلیو ن ن تومان)	درصد	دلیل ضرورت	KPI) خروجی قابل اندازه‌گیری / Milestone)	نقطه بررسی (Checkpoi nt)
هزینه‌های ۴. عملیاتی و اداری (Ops & Legal)	۴۰۰	۱۰٪	پشتیبانی از فعالیتهای جاری و رعایت چارچوبهای قانونی		
هزینه‌های ثابت (حملونقل، اشتراکها، ارتباطات)	۸۰	۴٪	امکان فعالیت روزمره تیم	محیط کاری: خروجی عدم وقفه در KPI : پایدار عملیات به دلیل مشکلات اداری	ماهانه
مشاوره حقوقی و ثبت شرکت/مجوزها	۷۰	۳,۵٪	ایجاد شخصیت حقوقی و کاهش ریسکهای قانونی	ثبت شرکت، دریافت: خروجی مجوزهای لازم از سازمانهای مربوطه (مثل شورای عالی فضای مجازی در صورت تمکیل ثبت Milestone : لزوم) شرکت تا پایان ماه ۲	پایان ماه ۲
- حسابداری و مالی	۳۰	۱,۵٪	شفافیت مالی و گزارشدهی صحیح به سرمایه‌گذار	صورتهای مالی ماهانه: خروجی و گزارش مصرف ارائه گزارش مالی KPI : بودجه دقیق تا ۱۰ آم هر ماه	ماهانه
بیمه و رفاه -	۲۰	۱٪	پوشش حداقلی ریسکهای تیم	بیمه مسئولیت و درمان: خروجی برای تیم	پایان ماه ۱
جمع کل	۴۰۰	۱۰۰			

نقطه بررسی (Checkpoint t)	KPI / Milestone	دلیل ضرورت	درصد	مقدار (میلیون تومان)	بخش
.	%

Milestone های اصلی و نقاط تصمیمگیری (Decision Gates)

نقطه تصمیمگیری ۱ : پایان ماه ۳ (پایان فاز اعتبارسنجی)

• های مورد انتظار Milestone

تحویل و تست شده v1.0.

جمع‌آوری ۲۰۰۰ ایمیل در لیست انتظار.

۷۰٪ آنها جذب ۲۰۰ کاربر تست رایگان و تکمیل تست توسط.

ثبت شرکت تکمیل شده.

• $MVP > 40\%$. نرخ رضایت کاربران از پیشنهادهای: معیار ادامه کار

• تخصیص حداقل ۵ میلیون تومان بودجه. یا توقف پروژه (Pivot) تغییر مسیر: تصمیم در صورت شکست باقیمانده برای تحلیل شکست و تعطیلی منظم

نقطه تصمیمگیری ۲ : پایان ماه ۶ (اعتبارسنجی واحد اقتصادی)

• های مورد انتظار Milestone

جذب اولین ۵ کاربر پرداختی.

راهندازی قابلیت آپلود عکس کمد لباس.

۳۰۰ هزار تومان < اولیه اندازه‌گیری شده (هدف CAC) داشتن.

۴۰٪. نرخ نگهداشت (Retention).

• (با فرض بهبود در ماههای آینده) ۱.۵ حسابهشده اولیه LTV/CAC: معیار ادامه کار

• تخصیص بودجه بازاریابی. بازبینی اساسی مدل درآمد یا استراتژی قیمتگذاری: تصمیم در صورت شکست متوقف و تمرکز بر بهبود محصول

نقطه تصمیمگیری ۳ : پایان ماه ۹ (آستانه مقیاسپذیری)

• های مورد انتظار Milestone

رسیدن به ۱۰۰۰ کاربر پرداختی فعال ۱.

انعقاد قرارداد با ۱۰ فروشگاه شریک ۲.

درآمد ماهانه حداقل ۴۰ میلیون تومان ۳.

LTV/CAC > 3. شناسایی ۱-۲ کanal بازاریابی با ۴.

۲۰٪ درشد ماهانه کاربر پرداختی :معیار ادامه کار ۰.

- به جای گسترش. عدم ورود به فاز ۳ (Optimization) تمرکز بر بهینهسازی: تصمیم در صورت شکست (مقیاسگذاری) تا رفع موانع

۱۲ آستانه سری) نقطه تصمیمگیری نهایی: پایان ماه A

• های مورد انتظار Milestone:

رسیدن به ۵۰۰۰ کاربر پرداختی ۱.

درآمد ماهانه ۲۰۰ میلیون تومان ۲.

A. برای سرمایه‌گذاری سری (Data Room) آماده‌بودن دیتا روم ۳.

تحقیق ۸۰٪ از اهداف فوق :معیار موقتی ۰.

- برای توسعه بازار به سایر شهرها و (۱۰ میلیارد تومان) A ورود به مذاکره برای جذب سرمایه سری :خروجی بهیو فناوری

سیستم کنترل هزینه و جلوگیری از اتلاف

رویکرد بودجه‌بندی مرحله‌های ۱.

تنها ۲۵٪ بودجه کل (۵۰۰ میلیون تومان) در ابتدا آزاد می‌شود ۰.

های نقاط تصمیمگیری ۱ و ۲ است KPI آزادسازی مراحل بعدی منوط به دستیابی به ۰.

الزام گزارشدهی شفاف ۲.

، مصرف بودجه، چالشها KPI به سرمایه‌گذار و تیم: پیشرفت بر اساس: گزارش هفتگی ۰.

تطبیق دقیق هزینه‌ها با بودجه مصوب، همراه با اسناد: گزارش ماهانه مالی ۰.

۳. (Leading Indicators): های پیشرو KPI تمرکز بر

- به جای تمرکز صرف بر درآمد (نتیجه)، بر معیارهای عملیاتی که به درآمد منجر می‌شوند تمرکز می‌شود

◦ نرخ تکمیل Onboarding

◦ نرخ تعامل هفتگی (Weekly Engagement Rate)

○ مخارج به ازای هر کاربر جذب شده (CAC)

○ نرخ تبدیل از رایگان به پرداختی

فرهنگ آزمایش کم‌هزینه ۴.

با بودجه حداقل ۵ میلیون تومان (Test) هر هزینه بازاریابی بالای ۱۰ میلیون تومان ابتدا به صورت آزمایش • اجرا می‌شود.

در آزمایش، کمپین گسترش می‌باید $150\% > ROI$ تنها در صورت رسیدن به •

جمعندی: سرمایه به عنوان سوخت برای یادگیری

این سند نشان میدهد هر ریال سرمایه در ازای یک خروجی قابل اندازه‌گیری و یک گام به سمت اعتبارسنجی فرضیات کسبوکار هزینه می‌شود. مرکز اصلی بر کاهش ریسک از طریق اعتبارسنجی زودهنگام، به جای ساخت محصول کامل بر اساس حدسیات است.

سرمایه شما صرف یادگیری سریع و سیستماتیک در بازار، محصول و مدل درآمدی: پیام کلیدی به سرمایه‌گذار برای خرید اطلاعات است که به ما اجازه میدهد تصمیم بگیریم ادامه (Option) می‌شود. هر مرحله از هزینه یک گزینه دهیم، متوقف شویم یا مسیر را تغییر دهیم. شفافیت کامل در گزارشده‌ی، ابزار کنترل شما بر این فرآیند خواهد بود