

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

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

(Breakdown) جدول تخصیص سرمایه

بخش	مقدار (میلیون ن تومان)	درصد	دلیل ضرورت	KPI خروجی قابل اندازه گیری (/ Milestone)	نقطه بررسی (Checkpoint)
تحقیق و توسعه (R&D) ۱.	۸۰۰	۴۰٪	ساخت هسته فنی محصول و اعتبارسنجی فرضیه اصلی		
MVP توسعه - اولیه (ماه ۳-۱)	۳۰۰	۱۵٪	آزمودن پذیرش بازار با کمترین محصول ممکن	با: v1.0 تحویل نسخه: خروجی ۱. تست روانشناختی سبک ۲. تولید ۵ پیشنهاد دستی ۳. داشبورد مدیریت نرخ تکمیل: KPI: کاربران ۷۰٪ در ۲۰۰ کاربر > تست	پایان ماه ۳
توسعه ماژول - هوش مصنوعی/داده (ماه ۹-۴)	۳۵۰	۱۷/۵ ٪	افزایش خودکارساز ی و شخصی ساز ی پیشنهادها	ماژول نیمه خودکار: خروجی کاهش زمان: KPI: پیشنهاددهنده تولید پیشنهاد از ۲ ساعت (دستی) به ۱۵ دقیقه راهنادا: Milestone: (سیستمی) زی قابلیت آپلود عکس از کمد لباس برای ۵۰۰ کاربر	پایان ماه ۶ و ۹

نقطه بررسی (Checkpoint)	KPI (خروجی قابل اندازه‌گیری / Milestone)	دلیل ضرورت	درصد	مقدار (میلیون تومان)	بخش
پیوسته	SSL، سرورها، دامنه، خروجی بک‌آپ ۹۹/۵٪، >آپتایم KPI: روزانه (Data) نداشتن نقض امنیتی Breach).	پشتیبانی از ترافیک و حفظ امنیت داده‌های کاربران	۷/۵٪	۱۵۰	زیرساخت فنی - و امنیت
		گردآوری تیم اجرایی کلیدی و متخصصان فنی/بازاریاب ی	۳۰٪	۶۰۰	تیم و نیروی ۲. انسانی
ماهانه	حضور تماموقت و خروجی اختصاصی تحوی: Milestone: بنیانگذاران در موعد مقرر MVP ل	تضمین تمرکز تماموقت تیم هسته	۱۸٪	۳۶۰	حقوق - بنیانگذاران (۳ نفر)
پایان ماه ۴	استخدام توسعه‌دهنده خروجی افزایش KPI: Full-Stack سرعت توسعه قابلیت‌های جدید به ۲ برابر	تسریع توسعه پس از اعتبارسنجی اولیه	۹٪	۱۸۰	جذب - توسعه‌دهنده ارشد (ماه ۴+)
پایان ماه ۳	۱۰۰ قطعه محتوای خروجی تخصصی تولیدشده، استراتژی نرخ KPI: بازاریابی ۶ ماهه با (Engagement Rate) تعامل >۵٪ محتوا	تضمین کیفیت محتوای تخصصی و استراتژی رشد	۳٪	۶۰	مشاوران - تخصصی (استایل/بازاریاب ی)

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

نقطه بررسی (Checkpoint)	KPI (خروجی قابل اندازه‌گیری / Milestone)	دلیل ضرورت	درصد	مقدار (میلیون تومان)	بخش
		پشتیبانی از فعالیت‌های جاری و رعایت چارچوب‌های قانونی	۱۰٪	۲۰۰	هزینه‌های عملیاتی و (Ops & Legal)
ماهانه	محیط کاری: خروجی عدم وقفه در KPI: پایدار . عملیات به دلیل مشکلات اداری	امکان فعالیت روزمره تیم	۴٪	۸۰	هزینه‌های ثابت (حملونقل، اشتراک‌ها، ارتباطات)
پایان ماه ۲	ثبت شرکت، دریافت: خروجی مجوزهای لازم از سازمان‌های مربوطه (مثل شورای عالی فضای مجازی در صورت تکمیل ثبت: Milestone: لزوم) . شرکت تا پایان ماه ۲	ایجاد شخصیت حقوقی و کاهش ریسک‌های قانونی	۳/۵٪	۷۰	مشاوره حقوقی و ثبت شرکت/مجوزها
ماهانه	صورتهای مالی ماهانه: خروجی و گزارش مصرف ارائه گزارش مالی: KPI: بودجه دقیق تا ۱۰م هر ماه	شفافیت مالی و گزارش‌دهی صحیح به سرمایه‌گذار	۱/۵٪	۳۰	حسابداری و - مالی
پایان ماه ۱	بیمه مسئولیت و درمان: خروجی برای تیم	پوشش حداقلی ریسک‌های تیم	۱٪	۲۰	بیمه و رفاه -
			۱۰۰	۲۰۰	جمع کل

نقطه بررسی (Checkpoint)	(KPI خروجی قابل اندازه‌گیری / 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 MVP v1.0
 - جمع‌آوری ۲۰۰۰ ایمیل در لیست انتظار
 - ۷۰٪ آنها جذب ۲۰۰ کاربر تستر رایگان و تکمیل تست توسط
 - ثبیت شرکت تکمیل شده
- $MVP > 40\%$ نرخ رضایت کاربران از پیشنهادهای: معیار ادامه کار
- تخصیص حداکثر ۵۰ 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 ۵۰ کاربر پرداختی
 - راهنمایی قابلیت آپلود عکس کمد لباس
 - (۳۰۰ هزار تومان <: اولیه اندازه‌گیری شده (هدف CAC داشتن
 - ۲۵٪ > ماه اول کاربران پرداختی (Retention) نرخ نگهداشت
- (با فرض بهبود در ماههای آینده) 1.5 > محاسبه‌شده 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:

1. رسیدن به ۱۰۰۰ کاربر پرداختی فعال
 2. انعقاد قرارداد با ۱۰ فروشگاه شریک
 3. درآمد ماهانه حداقل ۴۰ میلیون تومان
 4. $LTV/CAC > 3$ شناسایی ۱-۲ کانال بازاریابی با
 - ۲۰٪ رشد ماهانه کاربر پرداختی: معیار ادامه کار
- به جای گسترش. عدم ورود به فاز ۳ (Optimization) تمرکز بر بهینه‌سازی: تصمیم در صورت شکست
- (مقیاس‌گذاری) تا رفع موانع
- A) آستانه سری) نقطه تصمیم‌گیری نهایی: پایان ماه ۱۲**
- **Milestone** های مورد انتظار:
 1. رسیدن به ۵۰۰۰ کاربر پرداختی
 2. درآمد ماهانه ۲۰۰ میلیون تومان
 3. A برای سرمایه‌گذاری سری (Data Room) آماده‌بودن دیتا روم
 - تحقق ۸۰٪ از اهداف فوق: معیار موفقیت
- برای توسعه بازار به سایر شهرها و (۱۰ میلیارد تومان) A ورود به مذاکره برای جذب سرمایه سری: خروجی
- بهبود فناوری

سیستم کنترل هزینه و جلوگیری از اتلاف

رویکرد بودجه‌بندی مرحله‌ای ۱.

- تنها ۲۵٪ بودجه کل (۵۰۰ میلیون تومان) در ابتدا آزاد میشود
 - های نقاط تصمیم‌گیری ۱ و ۲ است KPI آزادسازی مراحل بعدی منوط به دستیابی به
- الزام گزارشدهی شفاف ۲.**
- ، مصرف بودجه، چالش‌ها KPI به سرمایه‌گذار و تیم: پیشرفت بر اساس گزارش هفتگی
 - تطبیق دقیق هزینه‌ها با بودجه مصوب، همراه با اسناد گزارش ماهانه مالی

(Leading Indicators) های پیشرو KPI تمرکز بر ۳.

- به جای تمرکز صرف بر درآمد (نتیجه)، بر معیارهای عملیاتی که به درآمد منجر میشوند تمرکز میشود
 - Onboarding نرخ تکمیل
 - (Weekly Engagement Rate) نرخ تعامل هفتگی

○ (CAC) مخارج به ازای هر کاربر جذبشده

○ نرخ تبدیل از رایگان به پرداختی

فرهنگ آزمایش کمهزینه ۴.

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

- در آزمایش، کمپین گسترش مییابد $ROI > 150\%$ تنها در صورت رسیدن به

جمعبندی: 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. تمرکز اصلی بر کاهش ریسک از طریق اعتبارسنجی زودهنگام، به جای ساخت محصول کامل بر اساس حدسیات است.

سرمایه شما صرف یادگیری سریع و سیستماتیک درباره 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