

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

در نتیجه، زمان و هزینه قابل توجهی را برای انتخاب لباس، خرید و آزمونوخطا صرف میکنند، بیآنکه از تناسب انتخابهای خود با سبک شخصی، موقعیتهای اجتماعی و محدودیتهای بازار پوشاک ایران اطمینان داشته باشند. 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 شبکههای اجتماعی.
- حدود ۳ میلیون نفر در سه شهر مذکور (برآورد مبتنی بر آمار مرکز آمار ایران، **تخمین اولیه بازار هدف** ۱۴۰۲).

### راهحل 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 شخصی سازی شده** ارائه میدهد. "کشف سبک شخصی تو، بدون سردرگمی و هزینه گزاف": ارزش اصلی

### وضعیت محصول

- در حال طراحی (MVP) ایده/ نمونه اولیه: **مرحله**
- طراحی وایر فریم و معماری فنی تکمیل شده. نمونه اولیه ساده (اسکرینهای استاتیک) برای تست بازار: **پیشرفت** آماده است.

### Traction (جذب اولیه)

- 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 اینستاگرام) برای همکاری اولیه اعلام آمادگی کردهاند.

### مدل درآمد

- ۴۹ هزار تومان برای کاربران (دسترسی به تمامی راهنماییهای هوشم مصنوعی و یک **عضویت اشتراکی ماهانه** جلسه مشاوره انسانی در ماه).
- ۱۰٪ از خریدهای انجام شده از طریق لینکهای مستقیم اپلیکیشن به فروشگاههای آنلاین: **کمسیون 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 انجمن کسبوکارهای اینترنتی)
- حداقل ۲۰۰ میلیارد تومان در سال (کمتر از ۰,۲٪ سهم بازار هدف برندایس (بخش مشاوره و شخصسازی) از کل بازار)

#### مزیت رقابتی

- رقبای موجود (صفحات اینستاگرام مشاوران مد) فقط بر مشاوره انسانی: ترکیب هوش مصنوعی و انسانی متمرکزند و مقیاسپذیری کمی دارند. رقبای فناوری (اپهای خرید) فقط بر محصول متمرکزند. ترکیب این دو، مزیت متمایز 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٪

#### ۳ ریسک اصلی

- ممکن است کاربران ایرانی به "مشاوره پولی" برای استایل عادت نداشته باشند: ریسک پذیرش بازار ۱.
- ارائه دوره آزمایشی رایگان و بازاریابی مبتنی بر محتوای آموزشی رایگان: اقدام کاهش ریسک
- وابستگی به کیفیت الگوریتمهای توصیهگر شخصسازی: ریسک فنی ۲.
- 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 ۳.
- طراحی دورههای آموزشی و دستورالعملهای شفاف برای همکاران متخصص: اقدام کاهش ریسک

