

اسلاید 1: عنوان و تگلاین

• برندایس (Brandice)

- پلتفرم هوش مصنوعی برای کشف و خلق استایل شخصی شما
- استایل شخصی تو، بدون سردرگمی: تگلاین

(Pain) اسلاید 2: مشکل

- سردرگمی در استایل، هزینه و زمان تلفشده: پیام

• داده/منطق

- "۸۳٪ از جوانان ۱۸-۳۵ سال در نظرسنجی ما اعلام کردند "در خرید لباس دچار شک و تردید میشوند
- هر کاربر بهطور متوسط ماهانه ۳ ساعت برای جستجو و خرید آنلاین لباس وقت میگذارد، بدون تضمین رضایت
- خریدهای اشتباه سالانه حدود ۲ میلیون تومان به هر فرد ضرر میزند (برآورد بر اساس نظرسنجی نمونه)

(Market) اسلاید 3: بازار

- بازار بزرگ با نیازی پاسخ داده نشده: پیام

• داده/منطق

- منبع: انجمن کسبوکارهای اینترنتی، (۱۲۰ هزار میلیارد تومان: بازار مد و پوشاک آنلاین ایران ۱۴۰۲).
- جامعه هدف اولیه: ۳ میلیون جوان شهری با تحصیلات عالی و درآمد متوسط به بالا
- برای خدمات مشاوره استایل شخصی: حداقل ۲۰۰ میلیارد تومان در سال (TAM) بازار قابل دسترس (کمتر از ۰,۲٪ از کل بازار)

(Why Now?) اسلاید 4: چرا الان؟

- سه روند طلایی همزمان شدهاند: پیام

• داده/منطق

1. توجه به هویت فردی و ظاهر در نسل جوان ایران رشد چشمگیر داشته است: فرهنگی
2. دسترسی به فناوریهای بینایی کامپیوتر و هوش مصنوعی مقرون به صرفه شده است: فناوریانه
3. در خدمات دیجیتال ایران اثبات شده است (مثل Subscription) موفقیت مدل های اشتراکی: تجاری (اپلیکیشنهای محتوا)

(Product) اسلاید 5: محصول

- یک دستیار شخصی استایل در جیب شما: پیام

• داده/منطق:

- اپلیکیشن موبایل با دو بخش اصلی: هسته محصول

کاربر به سوالات روانشناختی و تصویری پاسخ میدهد: آزمون سبک 1.

آلود کمد لباس یا عکس کاربر → دریافت پیشنهادهای ترکیب لباس، خرید و: دستیار هوشمند 2.
استایل.

- نسخه آزمایشی با ۵۰۰ کاربر، تمرکز بر "تست سبک" و پیشنهادهای مبتنی بر قوانین ساده: MVP (Rule-Based).

اسلاید 6: تمایز (Differentiation / Secret Sauce)

- "ترکیب منحصر به فرد" هوش مصنوعی + متخصص انسانی + داده محلی: پیام

• داده/منطق:

- یا فقط مشاور انسانی (مقیاسپذیر نیست) یا فقط الگوریتم جهانی (غیر شخصی): رقبا
- الگوریتمهای آموزش دیده روی دادههای استایل ایرانی (حجاب، سلیقه محلی، برندهای داخلی) + ما: امکان رزرو جلسه با متخصص تایید شده در اپ
- نتیجه: توصیههایی که هم شخصیست، هم عملی و قابل اجرا در ایران

(Business Model) اسلاید 7: مدل درآمد

- دو جریان درآمدی پایدار: پیام

• داده/منطق:

1. جلسه مشاوره انسانی در AI + ۴۹ هزار تومان برای دسترسی نامحدود به: اشتراک ماهانه کاربران ماه.
2. ۱۰٪ از خریدهای انجام شده از طریق لینکهای مستقیم اپ به فروشگاههای شریک: کمیسیون از خرید
- با جذب ۵۰۰۰ کاربر پرداختی، درآمد ماهانه ۲۰۰ میلیون تومان: پیشبینی سال اول

(Competition) اسلاید 8: رقبا

- رقیب مستقیم جدی وجود ندارد؛ ما یک جایگاه جدید میسازیم: پیام

• داده/منطق:

- کیفیت متغیر، قیمت بالا (جلسه ۳۰۰+ هزار تومان)، بدون: مشاوران استایل اینستاگرامی مقیاسپذیری

- "تمرکز بر "فروش محصول"، نه "کشف سبک شخصی: اِپهای خرید پوشاک (دیجیکالا، شیپور)
- پتاسیون برای بازار ایران (حجاب، برندها، قیمتها) بدون **Stylebook**: اِپهای بینالمللی مثل

(پیشتانز) Traction: اسلاید 9

- نشانههای اولیه از پذیرش بازار و علاقه شرکا: پیام
- **داده/منطق:**
 - "۷۸٪ گفتند "حتماً یا احتمالاً از این سرویس استفاده میکنم: **نظرسنجی** از ۲۰۰ نفر
 - با ۲ فروشگاه آنلاین پوشاک برای همکاری در مدل کمیسیون: **توافق اولیه**
 - فالوور برای همکاری در فاز آزمایشی اعلام آمادگی ۳K استایلیست با مجموع ۱۵۰: **متخصصان** کردهاند

(Growth Strategy) اسلاید 10: استراتژی رشد

- جذب از طریق محتوا، تبدیل از طریق تجربه برتر: پیام
- **داده/منطق:**
 1. تولید محتوای آموزشی رایگان در مورد استایل در شبکههای اجتماعی: **آگاهی (Awareness)**
 2. همکاری با میکرو-اینفلوئنسرهای مد (به جای سلبریتیهای گران) برای معرفی: **جذب (Acquisition)**
 3. ارائه دوره آزمایشی ۱۴ روزه رایگان با قابلیت کامل اپ: **تبدیل (Conversion)**
 4. بهروزرسانی هفتگی پیشنهادهای بر اساس ترندها و تعامل کاربر: **نگهداری (Retention)**

(Team) اسلاید 11: تیم

- ترکیب متناسب از تخصص فنی، بازاریابی و مد: پیام
- **داده/منطق:**
 - مهندس نرمافزار، ۱۰ سال تجربه در توسعه محصولات مبتنی بر داده: **بنیانگذار ۱**
 - متخصص بازاریابی دیجیتال، سابقه مدیریت برند در حوزه مد: **بنیانگذار ۲**
 - مشاور استایل و تصویرساز شخصی، سابقه همکاری با برندهای ایرانی: **بنیانگذار ۳**
 - شناخت عمیق همزمان از فناوری، بازار ایران و صنعت مد: **نقطه قوت**

(Key Risks) اسلاید 12: ریسکهای اصلی

- ریسکها شناسایی و راهحلهای کاهش آنها مشخص شده است: پیام
- **داده/منطق:**

1. "آیا کاربران برای مشاوره استایل پول میپردازند؟": ریسک پذیرش
 - و اثبات ارزش در دوره آزمایشی Freemium استفاده از مدل: کاهش
2. "دقت پیشنهادهای هوش مصنوعی در ابتدا پایین باشد": ریسک فنی
 - و بهبود تدریجی (نظارت انسانی + AI) شروع با سیستم ترکیبی: کاهش
3. "ورود سریع رقبای بزرگ با کپی کردن ایده": ریسک رقابت
 - و انباشت دادههای منحصر به فرد (Community) ایجاد رابطه قوی با کاربران اولیه: کاهش محلی

(The Ask) اسلاید 13: درخواست سرمایه و مصرف

- ۲ میلیارد تومان برای تبدیل ایده به یک کسبوکار قابل اندازه گیری: پیام
 - داده/منطق:
 - ۲ میلیارد تومان (معادل ~۴۰ هزار دلار): مبلغ کل
 - مصرف در ۱۲ ماه:
 - MVP. ۴۰٪ (۸۰۰ میلیون): توسعه فنی و تکمیل
 - ۳۰٪ (۶۰۰ میلیون): حقوق تیم هسته و جذب متخصصان
 - ۲۰٪ (۴۰۰ میلیون): بازاریابی و جذب ۵۰۰۰ کاربر اولیه
 - ۱۰٪ (۲۰۰ میلیون): هزینه های اداری و عملیاتی
 - در ۱۸ ماه آینده با رسیدن به ۵۰ هزار کاربر فعال A جذب سرمایه سری: خروج پیشبینیشده

(Next Milestones) اسلاید ۱۴: مسیر راند بعدی

- با این سرمایه، این اهداف را در ۱۲ ماه آینده محقق میکنیم: پیام
 - داده/منطق:
 1. و تست بسته با ۵۰۰ کاربر رایگان MVP راهاندازی: ماه ۳-۰
 2. راهاندازی درخواست پرداختی و جذب اولین ۱۰۰۰ کاربر پرداختی: ماه ۶-۴
 3. توسعه مازول پیشرفته هوش مصنوعی و اضافه کردن ۱۰ فروشگاه شریک جدید: ماه ۹-۷
 4. رسیدن به ۵۰۰۰ کاربر پرداختی و درآمد ماهانه ۲۰۰ میلیون تومان، آماده سازی برای: ماه ۱۲-۱۰
- A. جذب سرمایه سری