



## Резюме

1. **Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 800 тыс.**
2. **Продукция** – система управления сайтом (CMS, content management system) – программный продукт для управления контентом на Интернет, экстранет и интранет-сайтах в режиме «онлайн», без необходимости вручную править HTML-код страниц. Потенциальными клиентами продукта являются разработчики и владельцы практически всех сайтов.
3. **Торговые марки** – программный продукт UMI.CMS (действующий прототип, ядро, исходный код на PHP5) зарегистрирован в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам как программа для ЭВМ (Свидетельство об официальной регистрации программы ЭВМ № 2006613959 от 21 ноября 2006 г.). Поданы заявки на регистрацию товарных знаков «система управления сайтами UMI.CMS» (заявка № 2007721380), «UMI.CMS. Сердце вашего сайта» (заявка № 2007721379).

## Общая информация о компании

**Дата создания** ООО «Юмисофт» создано в феврале 2007 г. Компания выделена из структуры ООО «ЮМИ Студия» в отдельное образование специально для развития и распространения ПО UMI.CMS. Разработка программного продукта UMI.CMS ведется с 2004 г.

**Знаки общественного признания** – многочисленные публикации о продукте в отраслевой прессе (Деловой Петербург, www.internet.ru, www.webplanet.ru, telnews.ru и др.), дипломы форумов «Российские интернет-технологии», «Российский Интернет-Форум», «PHPconf-2007» и др.

**Количество работающих на фирме:** 14 человек.

### Команда

**Котырев Сергей Владимирович** – учредитель, генеральный директор, 31 год. Имеет два высших образования в области экономики и менеджмента (СПбГМУ и Стокгольмская Школа экономики в России). Является основателем и руководителем Интернет-агентства «ЮМИ Студия» с 2000 г. (входит в пятерку крупнейших Интернет-агентств Северо-Западного региона РФ и в список 20 самых известных веб-студий России (всего в России более 3000 официально зарегистрированных веб-студий)).

**Журавлев Сергей Олегович** – учредитель, исполнительный директор, 27 лет. Два высших образования в области информационных технологий и экономики (СпбГУТ им. Бонч-Бруевича, Стокгольмская Школа экономики в России). С 2004 по 2006 гг. руководил компанией AdMedia – крупнейшей коммерческой рекламной сетью в Рунете, в настоящее время входит в совет директоров AdMedia и занимается оперативным управлением в «Юмисофт».

**Антонинко Сергей Андреевич** – технический директор, ведущий разработчик. Работает над развитием продукта более 4-х лет, участвовал более чем в 50-ти крупных Интернет-проектах. Под его руководством и при непосредственном участии ведется проектирование и разработка программного продукта UMI.CMS.

**Неуймин Дмитрий Викторович** – руководитель службы заботы о клиентах, 26 лет. Высшее образование в области информационных технологий (СпбГПУ). С 2004 по 2007 гг. возглавлял службу технической поддержки в сервисе «Яндекс.Деньги».

### Продукция

Первоначально CMS (content management system) предназначались исключительно для управления информационным содержимым сайта, однако на сегодняшний день возможности CMS многократно возросли: это и управление шаблонами дизайна, и статистика посещаемости, и поведенческий анализ, и новостные ленты, и форумы, и гибкие права доступа, и многое другое.

Большинство современных CMS как отечественных, так и зарубежных, имеют ряд серьезных недостатков, препятствующих их широкому распространению: негибкость, специфические требования к серверным ресурсам, специфические платформы разработки, высокие требования к подготовленности пользователей, неудобство пользовательских интерфейсов, низкая скорость и производительность.

На фоне тенденции развития сервис-провайдинга у хостинговых компаний возникает рынок ПО для автоматической установки систем управления сайтом на аккаунт клиента из контрольной панели хостинга. Разработка отраслевого ПО для хостинг-провайдеров – перспективное направление с высокой доходностью и отсутствием конкуренции на данном этапе.

### Текущее состояние

UMI.CMS в настоящий момент представляет собой интегрированный программный продукт, предназначенный для разработчиков и владельцев сайтов. На нынешней платформе UMI.CMS работают сайты многих известных компаний (таких как SCA, ЛУКОЙЛ, Пивоварня «Хейнекен» и многие другие) – всего более 300 сайтов. Массовое тиражирование продукта UMI.CMS началось в апреле 2007 г. За полгода активных продаж заключено более 30 партнерских договоров на распространение продукта веб-студиями и интернет-агентствами. Ежемесячный уровень продаж продукта окупает переменные расходы на разработку продукта.

По оценкам ведущих отраслевых порталов (www.telnews.ru, www.webplanet.ru и др.) за полгода активного продвижения UMI.CMS вошел в тройку лидеров российского рынка CMS. Основные конкуренты – Битрикс, NetCat (продукты, существующие более 5 лет).

## **Стратегия развития**

### **Направление использования инвестиций:**

- |              |      |
|--------------|------|
| 1. НИОКР     | 70%; |
| 2. Маркетинг | 30%. |

### **Результат инвестиций**

В результате привлечения инвестиций компания планирует занять не менее 20% российского рынка CMS в течение 2-х лет по объемам продаж и количеству выданных лицензий.

### **Маркетинг и рынки**

Потенциальный объем рынка – все новые сайты Рунета (около 10 000 - 15 000 в месяц) и разработчики сайтов, которым выгодно создавать проекты на основе CMS (около 5 000 компаний и более 20 000 частных разработчиков). Данные взяты на основе статистики регистрации доменных имен в зоне RU, а также зонах третьего уровня зоны RU. В денежном выражении рынок CMS в России сегодня составляет \$ 2,5-3 млн. Динамика роста рынка – 110% в год. Доля лидера рынка – 7%. С учетом всех остальных игроков, 90 % российского рынка CMS свободно. Прогноз объема рынка ПО для хостинг-провайдеров через 1 год – от \$ 1 млн./год.

**Продукт.** Фокусировка на критических факторах потребительского предпочтения: удобство использования и высокое быстродействие системы, **дополнительное преимущество – широкая функциональность.**

**Цена.** На продуктовую линию UMI.CMS установлены достаточно низкие цены (на 25-30% ниже основного конкурента). Хотя стоимость не является критическим фактором, влияющим на выбор пользователей, конкурентоспособная ценовая политика будет дополнительным катализатором для скорейшего достижения ожидаемых позиций на рынке (ведущая доля на российском рынке за 2 года).

**Распространение.** Основная часть продаж производится в режиме онлайн: Интернет-сайт, Интернет-магазины программного обеспечения, презентационные семинары, офисы партнеров.

В течение первого года, прямые продажи через сайт будут превалировать над остальными средствами дистрибуции продукта. В дальнейшем будет развита дилерская сеть и большинство продаж будет производиться через дилеров.

**Продвижение.** Участие в тематических выставках, семинарах, конференциях; партнерские программы с веб-разработчиками; партнерские программы с хостинг- и сервис-провайдерами; реклама и PR (онлайн и оффлайн) в газетах, журналах и веб-ресурсах, ориентированных на соответствующие сегменты целевой аудитории.

### **Взаимодействие с инвестором**

Предлагаемая инвестору доля в компании – от 25% до 49% в зависимости от объема инвестиций.