



Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 800 тыс.

Резюме

1. **Продукция** – Приложения и сервисы для сотовых телефонов, мобильная реклама и маркетинг.
2. **Торговые марки** – нет.

Общая информация о компании

Дата создания – Создана в июле 2007 г. людьми с опытом работы в крупных аутсорсинговых IT компаниях. Имеем клиентов в США, Финляндии и России. Разрабатываем собственные продукты для рынка сотовых телефонов.

Знаки общественного признания – нет.

Количество работающих: 4 человека.

Команда

Землянуха Михаил Анатольевич – генеральный директор, 42 года. Хорошо знаком с процессом разработки ПО и спецификой рынка приложений для мобильных телефонов. В IT сфере более 15 лет, последнее время работал в компании Моторола над разработкой встроенного ПО для телефонов.

Комарова Антонина Николаевна – инженер-программист, 24 года. Ведет работу с партнерами в Финляндии, занимается тестированием и оптимизацией веб-сайтов для российского рынка.

Продукция

Продукт «сервис для проведения опросов» позволит проводить интерактивные опросы среди абонентов мобильной связи, для социологических и маркетинговых агентств, СМИ. Ближайшие аналоги: интернет-опросы, опросы проводимые агентом, СМС и телефонные голосования. Конкурентные преимущества: доступность для респондентов, персонализация (по номеру телефона). Для респондентов – премирование зачислением денежных средств на телефонный счет, предоставлением бесплатного контента. Для клиентов – сокращение расходов на проведение опросов, большая достоверность и оперативность, возможность подбора целевой группы.

Продукт «сервис для персонализации рекламы» предназначен для направленной интерактивной рекламы в социальных сетях и мобильном контенте (игры, видео). Как и в сервисе опросов, премирование респондентов производится зачислением средств на телефонный счет, бесплатным контентом, купонами для приобретения товаров со скидкой. Интерактивность рекламы позволяет повысить ее эффективность и производить сбор информации о респонденте, для дальнейшей адресной рекламы в соответствии с профайлом респондента. В отличие от существующих видов рекламы, предлагаемый вариант обладает большей стоимостью на одного респондента, но обладает и большей эффективностью, представляет новый сектор рекламы. Потребители услуги – рекламные агентства и поставщики мобильного контента. Мы рассчитываем на получение части прибыли от повышения эффективности рекламы.

Текущее состояние

Основное текущее направление - аутсорсинг разработки ПО. За 1 год работы вышли на самоокупаемость и продолжаем расширять бизнес, инвестируя в разработку собственных продуктов, хотим привлечь дополнительные инвестиции. В настоящее время готовность сервиса для проведения опросов составляет 40%, есть демо-версия.

Стратегия развития

Ключевой характеристикой для сервисов является размер пользовательской базы. На первоначальном этапе мы будем продвигать сервис для проведения опросов, сотрудничая со СМИ, социологическими и маркетинговыми агентствами, инвестируя в расширение пользовательской базы (премирование респондентов и тп). При достижении числа пользователей 100 000 мы начнем продвижение сервиса для персонализации рекламы в социальных сетях и мобильном контенте, используя существующие каналы мобильной рекламы, интегрируясь с социальными сетями и мобильными платформами поддерживающими идентификацию клиента.

Направление использования инвестиций:

- | | |
|---|-----|
| 1. НИОКР | 35% |
| 2. Приобретение основных средств (сервер) | 5% |
| 3. Маркетинг | 60% |

Результат инвестиций

Мы планируем собрать базу более миллиона респондентов, что позволит использовать наш сервис для проведения опросов и рекламных акций, для СМИ, социологических, маркетинговых и рекламных агентств. Нашей целью является интеграция сервиса с мобильными сайтами социальных сетей и поставщиков мо-

бильного контента, таких как Mail.ru, Yandex и Мамба, и более мелких, по партнерской программе, интегрируя наш сервис в их рекламную систему.

Мы запустим веб-сайт для проведения маркетинговых опросов среди абонентов мобильной связи, доступный даже мелкому и среднему бизнесу, с возможностью подготовки опросов на сайте, и просмотра их результатов в онлайн.

Маркетинг и рынки

Число пользователей мобильных телефонов в мире достигло 3 млрд в 2007 г. (прогноз 4 млрд в 2008 г.). Для сравнения: текущее число пользователей PC - 800 млн, число телевизоров – 1,5 млрд.

Объем мобильной рекламы (во всем мире) в 2006 г. – \$ 900 млн, 2007 г. – \$ 2,2 млрд, прогноз 2011 г. - \$ 12 млрд.

В России в 2008 г. - \$ 2,5-3 млн, в 2009 г. - \$ 5-7 млн, в 2010 г. – \$ 10-11 млн.

Мы рассматриваем только Российский рынок. При стоимости персонализации рекламы 10% и выше, и нашей доли на рынке 30%, мы рассчитываем на доход \$ 600 тыс. в 2011 г. При позитивном развитии проекта мы планируем выход на мировой рынок (\$ 12 млрд в 2011 г. в сравнении с \$ 20 млн в России), что потребует дополнительных инвестиций, и не рассматривается в данном документе.

Стратегия выхода на рынок:

- запуск системы для проведения голосований среди пользователей сотовых телефонов, активная работа со СМИ для проведения бесплатных опросов и голосований, для накопления абонентской базы;
- при наборе более 100 000 респондентов – запуск в коммерческую эксплуатацию, продажа услуги маркетинговым и агентствам через сайт, проведение опросов в онлайн;
- на основе сформированной базы респондентов (500 000+) запуск сервиса для профилирования рекламы;
- интеграция сервиса профилирования рекламы с крупными поставщиками мобильного контента (социальными сетями).

Взаимодействие с инвестором

Мы предлагаем инвестору 35%, стоимость на момент выхода \$ 1 700 тыс.