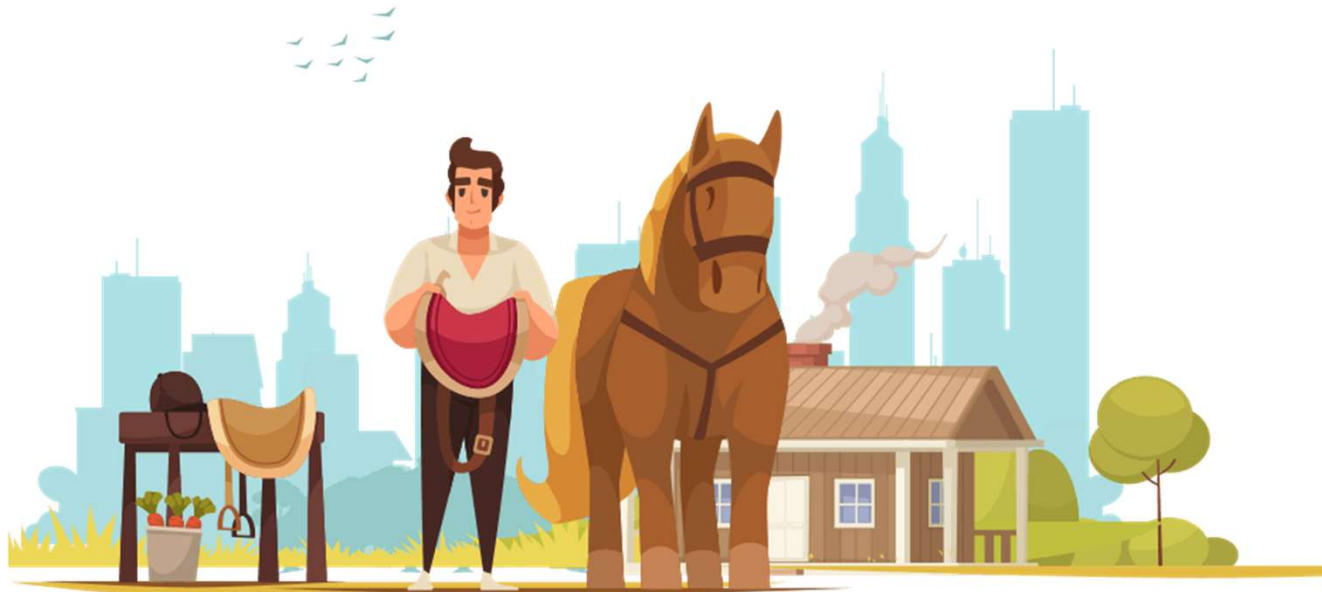


شبکه سوارکاران فلیکا

• پلتفرم دیجیتال جامع برای ورزش سوارکاری در ایران:

شبکه اجتماعی + مارکت پلیس + دایره المعارف دیجیتال سوارکاری

یه جور LinkedIn + دیوار + اینستاگرام + دیجی کالا مخصوص سوارکاری!



مشکل چیست؟

✗ سوارکاری در ایران یک ورزش لوکس و تخصصی است، اما هیچ پلتفرم دیجیتالی جامع ندارد.

✗ فروشگاه‌ها، مربیان، خدمات و محصولات پراکنده‌اند.

✗ کاربران نمی‌دانند از کجا خرید کنند، چه سرویسی بگیرند، یا حتی با جامعه سوارکاران دیگر در ارتباط باشند.

✗ خرید و فروش محصولات دست دوم بدون زیرساخت منظم انجام می‌شود.



راه حل فلیکا

🎯 **فلیکا:** پلتفرم مرکزی سوارکاری ایران

- ✓ نمایش یکپارچه فروشگاه‌ها و سرویس‌دهنده‌ها
- ✓ مارکت پلیس محصولات نو و دست‌دوم
- ✓ شبکه اجتماعی با قابلیت اشتراک‌گذاری، تگ‌کردن محصولات، پیام‌رسانی
- ✓ ایجاد اتصال مستقیم بین خریدار و فروشنده
- ✓ بستر آماده برای تبلیغات و بازاریابی هدفمند
- ✓ پروفایل و صفحه برای هر اسب، سوارکار، باشگاه، رویداد، سرویس دهنده، فروشگاه



بازار هدف

🎯 جمعیت هدف: حدود ۱۰,۰۰۰ سوارکار حرفه‌ای در ایران

💰 بازار بسیار پرهزینه:

هر مالک اسب در ماه حداقل ۱۰ تراکنش دارد که مجموع تراکنش‌ها حداقل ۳۰.۰۰۰.۰۰۰ تومان است

- قیمت وسایل سوارکاری ۳ تا ۴ برابر ورزش‌های عمومی
- قیمت اسب‌ها: از چند صد میلیون تا میلیاردی
- بازار مصرفی دائمی: خوراک، مکمل، وسایل، پوشاک، خدمات
- دلالان، مربیان و مالکین اسب، همگی فعال و نیازمند پلتفرم مرجع
- وجود صدها فروشگاه و باشگاه
- بازار لوکس با پتانسیل مالی بالا و بدون رقیب جدی در فضای دیجیتال



محصول (محیط فلیکا)

وبسایت به آدرس flicka.ir ✓

مارکت پلیس محصولات نو و دست دوم ✓

مارکت پلیس سفارش خدمات ✓

شبکه اجتماعی (پست، لایک، کامنت، پیام، تگ محصول، فروش وسایل شخصی) ✓

سیستم اتصال مستقیم کاربر به فروشنده ✓

توسعه توسط یک برنامه نویس فول استک (سئو، طراحی، بک اند و فرانت) ✓



راهکار فعلی جذب کاربران

- با سئو قوی کاربران جذب شده‌اند و اطلاعات و سفارش هایشان جمع آوری شده است.
- درخواست کاربران به فروشنده‌ها ارجاع می‌شود.
- شبکه تدریجاً در حال رشد است.



مدل درآمدی (Business Model)

💰 درآمد از دو مسیر اصلی:

۱. **کمیسیون فروش:** درصد از معاملات محصولات یا خدمات
۲. **تبلیغات هدفمند:** نمایش آگهی به کاربران جامعه تخصصی سوارکاری

در آینده:

- اشتراک ویژه برای فروشگاه‌ها
- خدمات ویژه برای فروشندگان پرکار
- گزارش‌گیری حرفه‌ای برای فروشندگان



رقبا

❌ رقیب مستقیمی که پلتفرمی کامل مثل فلیکا ارائه دهد وجود ندارد.

✅ تنها چند فروشگاه آنلاین سنتی و چند رسانه خبری محدود در این حوزه هستند.

🎯 مزیت رقابتی:

- اولین بودن
- ترکیب مارکت پلیس، شبکه اجتماعی و دایره المعارف
- شناخت دقیق از نیازهای سوارکاران
- اجرا شده و آنلاین (نه فقط در حد ایده)



برنامه جذب کاربران (Go-To-Market)

استراتژی فعلی: 

- سئو گسترده برای جذب کاربران از طریق جستجوهای مرتبط
- دریافت درخواست مستقیم از کاربران
- اتصال کاربران به فروشندگان از طریق واتساپ برای سهولت بیشتر و ایجاد چرخه اولیه

گام‌های بعدی: 

- تبلیغات هدفمند در اینستاگرام و گوگل
- همکاری با باشگاه‌های سوارکاری و مربیان
- محتوای تخصصی برای جذب جامعه هدف



تیم

تنها عضو تیم: 

**تفیسه افقی ، فوق لیسانس مهندسی نرم افزار
برنامه نویس فول استک و توسعه دهنده کامل فلیکا**

- طراحی، توسعه کامل بک اند و فرانت اند و اپ موبایل (ANDROID & ios)
- پیاده سازی سئو برای جذب کاربران
- آشنایی عمیق با سوارکاری و جامعه هدف

 هدف: جذب هم تیمی های تخصصی در فاز رشد (بازاریابی، محتوا، مدیریت پلتفرم)



وضعیت فعلی و برنامه آینده (Roadmap)

✓ اکنون:

- وبسایت کاملاً فعال
- محتوای سئو شده
- دریافت درخواست کاربران
- اتصال دستی (از طریق واتساپ) فروشندگان و مشتریان
- آماده بودن نسخه اولیه اپلیکیشن موبایل

📅 برنامه ۶ ماه آینده:

- کمپین تبلیغاتی گسترده
- افزودن پرداخت امن و سبد خرید
- جذب فروشگاه‌های بیشتر و رشد شبکه اجتماعی



درخواست سرمایه (Ask)

سرمایه لازم در مرحله اولیه بیشتر برای بازاریابی و تبلیغات است 

استفاده برای: 

- تبلیغات هدفمند دیجیتال (گوگل، اینستاگرام، همکاری با اینفلوئنسرها)
- تولید محتوای تخصصی و ویدئویی
- جذب نیروی بازاریابی و تولید محتوا
- هزینه‌های نگهداری و رشد اولیه جامعه کاربری



ویژگی های بازار

عامل	مقدار
تعداد کل جامعه هدف	۱۵,۰۰۰ نفر (سوارکار و اسب‌دار)
هدف جذب در سال اول	۱۰٪ = ۱,۰۰۰ نفر
ترکیب مشتری	۵۰٪ اسب‌دار، ۵۰٪ فقط سوارکار
میانگین خرید ماهانه اسب‌دار	۳۰ میلیون تومان
میانگین خرید ماهانه سوارکار بدون اسب	۱۵ میلیون تومان
نرخ کمیسیون در سال اول	۱۰٪ از کل تراکنش‌ها



میانگین درآمد سالانه

• محاسبه GMV (Gross Merchandise Value)

- تعداد کاربران فعال در سال اول: ۱,۰۰۰ نفر
- ۵۰۰ اسب‌دار $\times ۳۰ \times ۱۲M$ ماه = ۱۸۰ میلیارد تومان
- ۵۰۰ سوارکار $\times ۱۵ \times ۱۲M$ ماه = ۹۰ میلیارد تومان

• جمع GMV سالانه: ۲۷۰ میلیارد تومان

- درآمد فلیکا در سال اول (با ۱۰٪ کمیسیون):
– $۲۷۰ \times ۱۰\%$ = ۲۷ میلیارد تومان = درآمد سالانه

 درآمد سال اول ≈ ۲۷ میلیارد تومان

میزان کمیسیون در نهایت به ۳۰ درصد افزایش خواهد یافت. بنابراین میانگین درآمد سالهای بعد = ۸۱ میلیارد تومان



هزینه‌های بیزینس

• تیم:

- تیم محصول، مارکتینگ، پشتیبانی، فروش، فنی
- تیم ۱۰ نفره اولیه: میانگین حقوق ۲۵ میلیون = ۲۵۰ میلیون تومان / ماه

• زیرساخت و هاستینگ:

- سرورها، پلتفرم، پایگاه داده
- حدود ۱۰۰ میلیون تومان / ماه

• بازاریابی و جذب مشتری:

- تبلیغات محیطی، اینفلوئنسر، تولید محتوا، سوشال، سئو، افیلیت
- حداقل ۲۰۰ میلیون تومان / ماه در سال اول (صعودی)

• سایر هزینه‌ها:

- اجاره ملک، خرید وسایل مشاوره، امور حقوقی
- حدود ۱۵۰ میلیون تومان / ماه

مجموع هزینه‌ها:

۲۵۰ + ۱۰۰ + ۲۰۰ + ۱۵۰ = ۷۰۰ میلیون تومان / ماه

سالانه: ۸,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان



بودجه بازاریابی

- بودجه بازاریابی لازم برای رسیدن به ۱۰۰۰ مشتری در سال اول:

- CPA تخمینی (Cost Per Acquisition):

- بر اساس بازار ایران و نرخ تبدیل منطقی: حدود ۵۰۰,۰۰۰ تا ۸۰۰,۰۰۰ تومان برای هر مشتری

- میانگین:

$$۶۵۰,۰۰۰,۰۰۰ = ۶۵۰,۰۰۰ \times ۱۰۰۰ \text{ تومان}$$

حدود ۶۵۰ میلیون تومان بودجه مارکتینگ برای سال اول 



جمع بندی

آیتم	مقدار تخمینی
اندازه کل بازار (TAM)	۱۰,۰۰۰ مشتری بالقوه
سهم سال اول (SOM)	۱,۰۰۰ مشتری
درآمد سالانه (۱۰۰۰ مشتری)	۲۷ میلیارد تومان
هزینه عملیاتی سالانه	۸.۴ میلیارد تومان
سرمایه لازم برای مارکتینگ	۶۵۰ میلیون تومان
سهم از بازار در سال اول	۱۰ درصد
نرخ دلار مبنا	۹۵.۰۰۰ تومان

