

STARTUP ÖN DEĞERLENDİRME FORMU

1. Kurucu ekibin teknik yeterliliği var mı? / Ekip geliştirmeleri kendi mi yapıyor?

Kurucu ekip, güçlü teknik yeterliliklere sahip olup; içerik, tasarım, kodlama, test etme ve geliştirme süreçlerini bizzat yönetmektedir.

2. Kurucu ekibin sektör bilgisi yeterli mi? / Sektör dinamiklerini iyi biliyorlar mı?

Kurucu ekip, uzun yıllar mobil uygulama geliştirme sektöründe faaliyet göstermekte olup, büyük bir tecrübe birikimine sahiptir.

3. Ekip müşteri ihtiyaçları ve müşteri profilleri hakkında yeterli bilgiye sahip mi?

Son iki yıldır, 1 milyondan fazla kişiyi bünyesinde barındıran bir topluluğu başarıyla yönetmektedir. Bu süre zarfında müşterilerimizin ihtiyaçları ve beklentileri hakkında büyük bir bilgi birikimi edinilmiştir. Toplulukla etkileşim halinde olmak ve onların geri bildirimlerini dikkate almak, ekibe müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi anlama ve onlara daha iyi hizmet sunma fırsatı vermektedir. Bu zengin deneyim ve bilgi birikimi, müşteri odaklı yaklaşımın temelini oluşturur ve işi müşterilerin gereksinimlerine uygun olarak şekillendirmelerini sağlamaktadır.

4. Ürünü benzersiz kılan özellikleri nelerdir? Rakiplerine göre nasıl fark yaratır?

Ürünün benzersizliğini sağlayan temel etken ekibin içerik üretme alanındaki başarısıdır. İçerik konusunda uzman bir ekip tarafından oluşturulan zengin ve kaliteli içerikler, kullanıcılara değerli bir deneyim sunmaktadır. Bunun yanı sıra, farkındalık alanında yapay zekayı öncü bir şekilde kullanarak, kullanıcıların ihtiyaçlarını daha etkin bir şekilde anlamak ve onlara kişiselleştirilmiş çözümler sunmak için yenilikçi bir yaklaşım benimsenmektedir.

5. Ürün hangi lokasyonlarda kullanılabilir?

Ürün, App Store, Google Play ve App Gallery gibi platformlardan tüm dünyadaki kullanıcılar tarafından indirilebilir.

6. Ürüne hangi yeni özelliklerin eklenmesi planlanıyor?

İlerleyen süreçte, ekibin amacı uygulamayı tek bir chat alanından tüm farkındalık ve iyi yaşam pratiklerini kişinin ihtiyaçlarına göre sunabilen yapay zeka tabanlı bir yapıya dönüştürmektir.

7. İş modeli iyi planlanmış mı? Ölçeklendirilebilir mi?

İş modeli, özenle planlanmış ve büyüme potansiyeli olan bir yapıya sahiptir. Müşteri ihtiyaçlarına odaklanarak verimli ve esnek süreçlerle değer sunmayı hedeflemektedir. Ölçeklendirme stratejisi, operasyonel süreçlerin otomatikleştirilmesi ve verimliliğin artırılması üzerine odaklanır. Pazarlama stratejisi geniş bir perspektif sunarak, dijital kanalları ve müşteri ilişkileri yönetimini etkin şekilde kullanır. İş modelinin sağlam temelleri ve ölçeklendirilebilirlik özellikleri gelecekteki büyüme potansiyelini oldukça güçlendirmektedir.

8. İş modelinde yer alan planlar sahada test edilmiş midir?

Ekip, 1 milyon kişiden oluşan topluluklarıyla, ürünlerini sürekli olarak test etme imkânına

sahiptir. Bu geniş komünite, gerçek kullanıcı deneyimleri ve geri bildirimleriyle ürünlerinin geliştirilmesine katkıda bulunur. Bu sayede ekip, kullanıcı ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilir, eksiklikleri giderir ve ürünleri sürekli olarak iyileştirme fırsatına sahiptir.

9. İş modeli nasıl gelir modelleri içeriyor?

Müşterilerine aylık ve yıllık ödeme seçeneklerinin yanı sıra, gelir modelini çeşitlendirmek için uygulama içi sponsorluk anlaşmaları da gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte, çalışan esenliği konusunda kurumsal firmalarla doğrudan ortaklıklar kurulmaktadır.

10. Ürün için müşteri sayısı ve müşteri tepkisi nasıl?

Uygulama, şimdiye kadar 1 milyondan fazla indirme almış ve şu anda yaklaşık 500.000 aktif kullanıcıya sahiptir. Silme, devam etme ve kullanıcı sadakati oranları yüksek seviyelerdedir.

11. Ürünün içinde bulunduğu pazar ne kadar çekici?

Yapay zeka tabanlı motivasyon uygulamaları, küresel çapta büyük yatırımlar almaktadır ve bu uygulamalara olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Yapay zeka teknolojisinin benzersiz yetenekleri, ruhsal sağlık alanında devrim niteliğinde bir değişim yaratmaktadır. Bu uygulamalar, kullanıcıların hayatlarında daha fazla motivasyon, başarı ve mutluluk elde etmelerine yardımcı olmak için geliştirilmiştir.

12. Mutlumesaj'ın mevcut finansal durumu nasıl? Gelecek yıllar için gelir-gider planlaması yapıldı mı?

Şirket'in kuruluşundan bugüne kadar, şirketin fonlama ihtiyacı kurucu ortaklar tarafından sağlanmıştır. Şirketin iş modelinden kaynaklanan nakit yaratma gücü ve avantajları söz konusu olup, bu yatırım turunda planlanan fon girişi ile birlikte pazarlama faaliyetlerine daha güçlü şekilde odaklanmayı planlamaktadır. Şirket öngörülerini doğrultusunda 5 yıllık gelir ve giderlerini kapsamlı bir şekilde içeren bir projeksiyon çalışması yapmıştır.

13. Mutlumesaj nasıl bir satış stratejisi izleyecek?

Sosyal Medya Odaklı: Mutlumesaj, ürünlerini sosyal medya platformları üzerinden pazarlama stratejisinin merkezine yerleştirir. Bu platformlar aracılığıyla hedef kitleye reels, postlar, hikayeler, tweetler ve videolar gibi çeşitli içerik türleriyle ulaşır. Yaratıcı ve etkileyici içerikler oluşturarak kullanıcıların ilgisini çekmeyi ve marka bilinirliğini artırmayı hedefler.

B2B Satışlara Odaklanma: Mutlumesaj, işletmeden işletmeye (B2B) satışlara da odaklanır. İşletmelerin ihtiyaçlarını ve taleplerini anlamak için doğru içerikler oluşturur ve işbirlikleri geliştirir. Ayrıca, işletme çalışanlarının mutluluğunu artırmaya ve performanslarını yükseltmeye yönelik çözümler sunar.

Topluluğu Geliştirme: Mutlumesaj, topluluk oluşturmayı hedefleyen bir satış stratejisi benimser. Bu topluluk, müşterilerin bir araya gelerek deneyimlerini paylaştığı, etkileşimde bulunduğu ve marka ile bağlılık geliştirdiği bir platformdur. Bu sayede, müşteri sadakati artar ve olumlu müşteri referansları elde edilir.

Geniş Kitleye Ulaşım: Mutlumesaj, daha fazla insana ulaşmayı ve maliyetleri minimize etmeyi amaçlar. Bu nedenle, pazarlama faaliyetlerini dijital platformlara yoğunlaştırır ve doğru hedefleme, etkili reklam stratejileri ve influencer işbirlikleri gibi yöntemlerle daha geniş bir kitleye ulaşmayı hedefler.

Veri Analizi ve Optimizasyon: Mutlumesaj, veri analizi yaparak performansı değerlendirir ve stratejileri optimize etmeyi hedefler. Kullanıcı etkileşimleri, dönüşüm

oranları, sosyal medya analizleri ve diğer metrikler dzenli olarak analiz edilir. Bu veriler, stratejinin başarısını lmek, güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek ve iyileştirme fırsatlarını tanımlamak için kullanılır. Bu sayede, Mutlumesaj pazarlama stratejisini sürekli olarak geliştirir ve daha iyi sonuçlar elde eder.

14. Şirketin değerlemesi mevcut performans, varsayımlar, projeksiyonlar ve pazar potansiyeli ile uyumlu mu?

Şirket değerlemesi, girişimcilerin varsayımları ve öngörüleri doğrultusunda hazırlanmış ve Deęerleme Raporu dökümanında detaylandırılmıştır.

Not: Bu doküman potansiyel yatırımcıların “Mutlumesaj” hakkında temel bilgilere sahip olması için hazırlanmıştır. “Mutlumesaj” hakkında daha detaylı bilgi almak için Bilgi Formu dökümanını inceleyebilirsiniz.