

STARTUP ÖN DEĞERLENDİRME FORMU

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

Kurucu ekip İş Geliştirme & Ürün tarafında Hasan Sırdaş ve Taylan Can Köse, teknik tarafta Alpcan Yıldız ve İsmail Burak Kurhan olmak üzere toplam 4 kişiden oluşmaktadır. Kurucu ekip ürünün geliştirmesini kendisi yapmaktadır. Kurucu ekip ile geliştirmeyi yapan ekip temelde aynıdır.

Yazılım ekibinde yer alan **Alpcan Yıldız**, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Bilgisayar Mühendisliği mezunudur. Commencis firmasında 2.5 yıl boyunca backend developer olarak çalışmıştır. Çalıştığı süre boyunca İş Bankası, Pegasus, Unilever gibi firmaların kullandığı big-data analitik platform projesinde yer almıştır. Kafka, ElasticSearch, Spring, Hazelcast, Couchbase, Quartz, mobil push notification sistemi, lokasyon bazlı bildirim sistemi, scalable microservices, socketIO, DynamoDB, MongoDB gibi çeşitli teknolojiler üzerine çalışmıştır. 2.5 yıllık çalışmanın sonrasında Trendyol'da hızlı market ve yemek sistemlerinin sipariş yönetiminden sorumlu order-management-system takımında backend developer olarak çalışmıştır. Trendyol'da çalışırken Amazon'dan aldığı iş teklifini reddetmiştir. Böylece Meet The Music girişiminin kurucu ekibinde yer almıştır.

Yazılım ekibinde yer alan bir diğer kurucu ortak **İsmail Burak Kurhan**, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Bilgisayar Mühendisliği mezunudur. Commencis firmasında 3 yıl boyunca backend developer olarak çalışmıştır. 3 yıllık süreçte Pegasus projesi başta olmak üzere test süreçlerini hızlandırmayı ve otomatize etmeyi amaçlayan AR-GE projelerinde çeşitli görevlerde yer almıştır. Kurumsal kariyerinin yanı sıra tedarik zinciri yönetim platformu olan Freightest isimli start-up'ta backend developer olarak sistem tasarımı ve geliştirilmesi adımlarında görev almıştır. Spring, Hazelcast, Docker, MongoDB, DynamoDB Amazon Web Services, Jenkins CI/CD pipeline, Websocket gibi çeşitli teknolojiler üzerine teknolojileri üzerine çalışmalar yapmıştır. Bugüne kadar edindiği tecrübelerle ve kendi işini kurmanın hayaliyle Meet The Music (MTM) girişiminin kurucu ekibinde yer almıştır.

Yazılım ekibi kurucu ortaklar Alpcan Yıldız ve İsmail Burak Kurhan'ın liderliğinde çalışmalarına devam etmektedir. Kurucu ortaklarla birlikte yazılım ekibi toplamda 3 backend developer, 1 frontend developer ve 1 yazılım mimarisi danışmanından oluşmaktadır. Bu ekibin toplam tecrübesi 20+ yıl kadardır. Teknik ekip yer aldıkları projeler sonucunda birçok farklı teknoloji üzerine çalışmalar yapmışlardır. Gelişen teknolojilere adapte olarak son teknolojileri Meet The Music uygulamasının sistemine entegre etmektedirler.

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

Kurucu ekipte İş Geliştirme & Ürün tarafında yer alan Hasan Sırdaş ve Taylan Can Köse 4 yıldır dating app sektöründe çalışmakta olup Türkiye'deki ve globaldeki trendleri ve rakipleri yakından takip etmektedirler. Yatırım süreçleri, finansal planlar, ürünün geliştirilmesi ve pazarlama süreçlerini yöneten ekip, aynı zamanda kullanıcılardan gelen geri dönüşleri ve ihtiyaçları analiz ederek hızlı ve etkili çözümler geliştirmektedir. Meet The Music girişimi de esasen bu ekibin hem kendi dating app deneyimleri hem de çevresindeki insanların dating app deneyimlerini gözlemlenmeleri ile ortaya çıkmıştır.

Günümüzdeki benzer dating app kullanıcılarının deneyimleri ve yaşadıkları sorunların alternatif bir çözümü olarak Meet The Music fikri ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda rakiplerinden sektörün gelişme doğrultusuna paralel olacak şekilde daha da hızlı olarak ürünün müzik

üzerinden eşleşmesinin önemini ve kullanıcıların ilgisini keşfetmişlerdir.

Günümüzdeki benzer dating applerin kullandığı fotoğraf ile kaydırma sisteminin insanlar tarafından yetersiz bulunduğunu fark eden ekip sığ bir şekilde sadece fotoğraflar ile eşleşmenin yerine ön yargısız bir şekilde anlık dinlenen şarkılar ile benzer kafa yapısındaki insanları birbiriyle tanıştırmayı amaçlamıştır. Böylece müziğin gücünün anonimlik ile birleşmesiyle Meet The Music girişimini hayata geçirmişlerdir.

Bu ekibin oluşturduğu viral marketing stratejileri ile Meet The Music uygulaması, bugüne kadar insanların da müzik ile gerçekleşen inovatif bir dating app fikrine olan ilgisiyle 1 milyona yakın indirilme almıştır.

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

Ekip dating app sektöründeki müşteri ihtiyacını ön görmüş, insanların sosyalleşip yeni insanlar ile tanışırken ön yargısız, samimi ve güven içinde yapma ihtiyacını fark ederek müşteri ihtiyacı tanımlaması üzerine iş modelini kurmuştur. Bu kapsamda gerçek insanların sisteme dahil edilmesi öncelik olmuş ve gerçek kişilerin anlık doğru bir şekilde eşleşmesine olanak sağlanmıştır. Dating appler ve kullanıcıları içinde yeni bir insan ile tanışırken müzik zevki önemli bir kriter olarak yer almaktadır. Dating appler profil bilgileri bölümüne her geçen gün kullanıcıların kendini daha iyi tanımlayabilmesi için müzik zevkleriyle ilgili kendilerini açıklayabilecekleri bölümler eklemektedir. Bumble uygulamasının kullanıcılarının %59'u müziğin duyguları ifade etmenin en romantik yolu olduğunu belirtirken OkCupid uygulamasının kullanıcılarının %37'si ideal eşleşmelerinin daha çok neye ilgi duymasını istedikleri sorulduğunda müzik yanıtını vermektedir*. MTM, insanların dating appler ile yeni insanlar ile tanışırken kendini güvende hissetmek istemesinin farkına varmıştır. Bu doğrultuda MTM, değer önerisini insanların ön yargısız bir şekilde müziğin gücüyle tanışması üzerine kurgulamıştır. MTM uygulamasının içinde düzenli olarak 7/24 kullanıcıların sürekli geri bildirimlerinin alınabileceği bir chatbot sistemi mevcuttur. Kullanıcılar ile birebir iletişimde olunan bu sistem ile alınan geri bildirimler product ve teknik ekipleri ile paylaşılmaktadır. Kullanıcılar ek olarak sosyal medya hesaplarından ve mail yoluyla ekibe ulaşabilmekte ve isteklerini belirtebilmektedirler. MTM kullanıcılara tek tek geri dönüş yapmakta ve kullanıcı bazlı inovasyona önem vermektedir. Bu sistem sayesinde kullanıcıdan alınan birebir geri dönüşler ile UX/UI Designer'ın da kullanıcıların davranışlarını daha iyi anlaması ve ürünü geliştirmesine destek vermektedir.

*:<https://www.theguardian.com/music/2022/jan/28/personalised-playlists-online-dating-west-elm-caleb#:~:text=See%20how%20POM%2C%20%E2%80%9Cthe%20dating,nd%20dating%20and%20social%20experience%E2%80%9D>

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

Meet The Music aynı anda aynı **müziği** dinleyen insanların **anonim** bir şekilde tanışmasını sağlayan bir arkadaşlık uygulamasıdır. MTM, müzik gibi duygu ve düşüncelerinizi diğer insanlara aktarabileceğiniz değerli ve evrensel bir olguyla arkadaş edinmeyi sağlamaktadır. Böylece kullanıcılarına ruh eşlerini veya yeni arkadaşlarını ararken daha kaliteli ve değerli bir deneyim sunmayı hedeflemektedir.

Kullanıcılar benzer müzik zevklerine sahip diğer kullanıcılar ile eşleştikten sonra iki taraf için de konuşma anonim olarak başlamaktadır. Böylece anonimlik ön yargıları en aza indirmekte ve tanışırken dış görünüşler yerine müzik ön plana çıkmaktadır. Anonimliğin bir diğer amacı

kullanıcılara uygulamanın içinde **güvenli** bir sosyalleşme alanı oluşturmaktır. Kullanıcılar kendini güvende hissettikleri zaman eşleştikleri diğer kullanıcılara isimlerini ve fotoğraflarını gösterebilmektedir.

Kullanıcılar MTM’de birbirleriyle **anlık** etkileşime geçme imkânı bulmaktadır. Kullanıcılar **canlı** bir şekilde dinlenen şarkıları Keşfet’te görebilmekte ve anında o şarkılardan birini dinlemeye başlayıp onu dinleyen kişi ile etkileşime geçebilmektedirler. Arkadaşlık uygulamalarının çoğunda iki taraf ne zaman birbirlerini beğenirse eşleşme sağlandığı için eşleşmeler canlı bir şekilde gerçekleşmez. Bu da ilk baştaki o tanışma heyecanını azaltmakla birlikte konuşmaya başlama oranını ve karşılıklı mesajlaşmaların sayısını da azaltmaktadır. MTM’de kullanıcılar canlı bir şekilde müzik dinleyen diğer kullanıcılarla iletişime geçmekte ve böylece MTM’de hiçbir şekilde fake ya da bot kullanıcılarla karşılaşılmamaktadır. Tamamen anlık şekilde iki tarafın da eşleşmede bulunmasıyla kullanıcıların birbirine cevap verme oranı da artmaktadır.

Çoğu arkadaşlık uygulamasında kullanıcılar birbirinin fotoğraflarını beğenerek bir kaydırma sistemi ile etkileşime geçmektedirler. Çoğu dating kullanıcısı bu durumu sık bulmakta ve eşleşme kalitesini azalttığını düşünmektedir. MTM ise dating kullanıcılarına benzer uygulamaların aksine müzik gibi inovatif bir eşleşme alternatifi sunmaktadır. Ek olarak kullanıcılara müzik ile eşleşmeyi anonim bir şekilde konuşmaya başlama ile entegre ederek benzersiz bir dating deneyimi yaşatmaktadır. Böylece MTM, insanların yeni insanlar ile tanışırken daha farklı, kolay bir şekilde sadece müzik dinleyerek, samimi ve duygusal ilişkiler kurmasına olanak vermektedir.

5- Ürün hangi lokasyonlarda kullanılabilir?

MTM Türkiye pazarında 2019 yılından beri aktif olarak kullanılmaktadır. Bu kullanım ile birlikte yaklaşık 1 milyon kere indirilmiştir. Bu sayıya giderken aylık aktif ortalama 25 bin yeni kullanıcı kazanımıyla bu hareketini devam ettirmiştir. Türkiye’de kullanımda olmasına rağmen 91 farklı ülkeden kullanıcısı olmuştur. Ürünün herhangi bir lokasyonda kullanılmasıyla ilgili regülatif bir bariyer bulunmamaktadır. Nisan ayında tamamlanacak olan İngilizce dil kullananların birbiriyle eşleşebileceği dil desteği ile global açılımın ilk adımı atılmış olacak ve Türkiye’de yaşayan İngilizce bilen tüm kullanıcıların (Turistler ve Türkiye’de yaşayan diğer yabancıların) müşteri havuzuna dahil edilmesi planlanmaktadır. Sonrasında İspanyolca ve uzak doğu dilleri desteklerinin de ürün roadmapi içerisinde globalleşmenin bir parçası olarak yer alması planlanmaktadır.

6- Ürüne hangi yeni özelliklerin eklenmesi planlanıyor?

2023 yılında gelecek özellikler ile birlikte uygulamanın kullanıcı sayısını ve satışları arttırmak planlanmaktadır. Yapay zeka tabanlı eşleşme sisteminin geliştirilmesi ile daha verimli eşleşmeler sağlanacaktır. Yeni özelliklerin eklenmesiyle birlikte kullanıcıların uygulama içerisinde geçirdiği süre artacaktır. Ek olarak globale yapılan reklam çalışmaları ile halihazırda globalde bulunan kullanıcı sayısının artması hedeflenmektedir.

7- İş modeli iyi planlanmış mı? Ölçeklendirilebilir mi?

MTM, kullanıcı sayısını arttırdıkça eş zamanlı olarak sistemde kaç kullanıcının aktif olarak bulunabileceği, aynı anda en fazla kaç mesaj gönderebileceği gibi verilerin önemli noktalarda stres testlerini yaparak kurgulanmış ve ölçeklendirmiş bir altyapıya sahiptir.

İş modeli ise bu altyapı üzerine kurgulanmış ve öncelikle Türkiye de kullanıcı kazanımına odaklı büyüme hedeflenmiştir. Türkiye pazarında hem kullanıcı kazanımı ile gelir kazanımı hedeflenmekte hem de kullanıcı deneyimleri ile sürekli ve geliştirici yeniliklerin ürüne katma değeri olarak eklenmesi hedeflenmektedir.

2023 Nisan itibarı ile MTM uygulamasının İngilizce versiyonunun da ortaya çıkartılması-Global pazarlara gidiş için önemli bir adımdır. MTM hazır ürünü ile Ocak 2024 dönemi itibarı ile güçlü pazarlama faaliyetlerini İngiltere ve İsveç de başlatmayı, sonrasında da Global açılımını ürün dil desteklerini genişleterek arttırmayı hedeflemektedir.

Söz konusu iş planlarının gerçekleştirilmesi için gereken kaynaklar iş planlarına gerçekçi şekilde yansıtılmıştır.

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

MTM'in iş modelinin ana planını müzik ile eşleşme sistemi oluşturmaktadır. MTM gelir modelinde Premium ve Boost özellikleriyle hem kullanıcı hem sanatçı tarafında kullanıcı sayısını arttırmayı ve müşteri deneyimini yükseltmeyi hedeflemektedir. MTM Türkiye'de 2020 Haziran ayından bu zamana kadar yaklaşık 1 milyon kere indirilmiş bir mobil uygulama olarak şu anda kullanılmakta olan Premium ve Boost paketlerini 24 aydır test etmektedir. MTM 2020 Haziran ayında tam sürümün çıkmasından itibaren Türkiye pazarında testler yapmaktadır. Kullanıcılardan aldığı geri bildirimler ile ürün üzerinde düzenlemeleri ve geliştirmeleri planlı olarak gerçekleştirmeye devam etmektedir.

9- İş modeli nasıl gelir modelleri içeriyor?

MTM'in gelir modeli Premium abonelik satışlarından ve Boost tekil ürünü satışından oluşmaktadır.

MTM Premium

MTM kullanan her kullanıcı ücretsiz olarak aynı anda aynı şarkıyı dinledikleri her insan ile cinsiyet tercihi kullanarak eşleşebilmektedir. MTM Premium kullanan kullanıcılar ise aşağıdaki diğer özelliklerden ek olarak yararlanabilmektedir:

- Konum filtresi ile kendilerine yakın mesafedeki aynı şarkıyı dinledikleri insanlar ile eşleşebilme
- Yaş filtresi ile istedikleri yaş aralığındaki insanlar ile eşleşebilme
- Keşfet bölümündeki şarkıları anlık olarak kaç kişinin dinlediğini görebilme
- Keşfet bölümündeki şarkıları anlık olarak kendilerine yakın mesafeye göre sıralayabilme
- Keşfet bölümündeki şarkıları anlık olarak tercih ettikleri yaş aralığına göre sıralayabilme
- Keşfet bölümündeki şarkıları anlık olarak müzik türlerine göre sıralayabilme
- Mesajlar bölümünde aynı anda 25 kişi yerine 100 kişi bulundurabilme
- Mesajlar bölümünde eşlerine gönderdikleri mesajların okundu bilgisini görebilme
- Mesajlar bölümünde eşlerine gönderdikleri istediği mesajı silebilme
- Profilinde bulunan son dinlediği şarkıları gizleyebilme

Boost

Keşfet bölümünde kullanıcıların anlık olarak dinledikleri ve eş aradıkları binlerce şarkı bulunmaktadır ve bu şarkılar sürekli yenilenmektedir. Boost ürünü ile istenilen bir şarkı Keşfet'te tüm şarkıların üstüne sabitlenebilmektedir. Boost ürünü tekil satışa dayanmaktadır. Kendi içinde iki ayrı satış modeli bulunmaktadır.

A)Sanatçılar İçin Boost

Sanatçılar bu özellik ile kendi şarkılarını **4 saatlik** süreyle Keşfet'in başına sabitleyebilmektedir. Bu seçenek ile kullanıcılar seçilen süre boyunca seçilen şarkıyı dinleyerek eşleşmektedir. Kullanıcılar eşleşme motivasyonu ile Keşfet'in başında bulunan öne çıkarılan şarkıyı birçok defa Spotify aracılığı ile dinleyebilmektedir. Böylece Sanatçılar, müziksever bir kitle tarafından Spotify üzerinden tamamen organik dinlenme ve takipçi kazanabilmektedirler. Ek olarak marka olarak bilinirlikleri organik şekilde artabilmektedir.

B)Bireysel Boost

Bu seçenek ile birlikte kullanıcılar istedikleri bir şarkıyı **10 dakika** süre boyunca Keşfet'in başına sabitleyebilmektedir. Böylece kullanıcılar sevdikleri şarkılar ile daha hızlı ve daha fazla sayıda insan ile tanışma fırsatı bulmaktadır.

Uyulamaya eklenecek yenilikçi özelliklerin de Premium pakete eklenerek satışları ve premium satın alma oranını arttırması hedeflenmektedir. Bu özelliklerin mevcut premium paket için eklenmesi söz konusu olabileceği gibi tekil ürün olarak da satışı mümkün olabilecektir.

10- Ürün için müşteri sayısı ve müşteri tepkisi nasıl?

Haziran 2020 tarihinde tam sürümün yayınlanmasından itibaren Meet The Music yaklaşık 1 milyon kadar indirilme almıştır. Bugüne kadar yaklaşık 28 milyon eşleşme sağlanmıştır. Bu 28 milyon eşleşmenin içinde 17bin'den fazla ruh eşini bulduğunu ve hatta MTM aracılığı ile evlenme kararı aldığı MTM ekibine belirten 15'den fazla çift bulunmaktadır. Meet The Music, hem Play Store hem App Store'da kullanıcı memnuniyet değerlerine göre 4.2 puana sahiptir. Bu puan benzer arkadaşlık uygulamalarının üzerindedir. Örneğin global rakipler arasında bulunan Tinder'ın Türkiye pazarında Play Store'da puanı 3.4 App Store'da ise 3.9'dur. Bu puan farkı MTM olarak müşteri tarafından gelen inovasyonunun ve sürekli iyileştirme çalışmalarının bir sonucudur.

11- Ürünün içinde bulunduğu pazar ne kadar çekici?

Statista verilerine göre dünyada 2022 yılı itibariyle 366 milyon online dating kullanıcısı bulunmaktadır. Bu sayının 2027 yılında 440 milyona çıkacağı ön görülmektedir. 2022 yılı verilerine göre global pazardaki en büyük rakiplerden Tinder'ın 75 milyon aylık aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcı sayısı dünyanın en çok kullanılan arkadaşlık uygulamasında bile toplam pazarın %20.5'ini oluşturmaktadır. Dating pazarı paylaşımaya açıktır ve bir tekilde bulunmamaktadır. Her ne kadar rakiplerin sayısı fazla olsa da online dating kullanıcıları çoklu ürün kullanım eğilimindedirler. Kullanıcılar inovatif çözümler öneren ve etkisi yüksek Meet The Music gibi ürünleri kullanma motivasyonları bulunmaktadır. 2022 yılında online dating pazarında yaklaşık 8 milyar dolar gelir elde edilmiştir. Bu gelirin 2030 yılına kadar her yıl %8 kadar büyümesi beklenmektedir. Tüm bu verilerin ışığında insanlık var oldukça sosyalleşme problemi var olacak ve Meet The Music gibi etkili ve inovatif çözümler kullanıcıların ilgisini çekmeye devam edecektir. Böylece online dating sektörü de ilgi çekmeye devam edecektir. Ayrıca 2022 yılında Türkiye pazarında da en çok para harcanılan 10 mobil

uygulamadan 6 tanesi arkadaşlık uygulamasıdır. (Sensortower)

- Online dating pazarının 2021 yılındaki geliri 5.6 milyar dolar kadardır.
- Günümüzde 360 milyondan fazla dating kullanıcısı bulunmaktadır.
- 2022 yılında 2021 yılına göre online dating pazarı %17 kadar büyümüştür.
- Dating app kategorisi dünyada en popüler uygulama kategorilerinde 4.sırada bulunmaktadır*.

*: <https://www.businessofapps.com/data/dating-app-market/>
<https://sensortower.com/blog/dating-apps-2022/>
<https://www.statista.co>

12- MTM'in mevcut finansal durumu nasıl? Gelecek yıllar için gelir-gider planlaması yapıldı mı?

MTM 2 seneyi aşkın süredir üzerinde çalıştığı ve geliştirme süreçlerini tamamladığı ürünü ile bu yatırım turunda planlanan fonların yaratılması ile güçlü şekilde pazarlama faaliyetleri yapmayı ve büyüme ivmesini hızlandırmayı hedeflemektedir. Bu doğrultu da oluşturulan stratejiler ve çıktısı iş planları

ile 2023 TR de büyüme- 2024 yılı Global'e açılma ve 2025 senesinde Global'de de daha fazla büyüme planlanmaktadır. Buna göre oluşturulmuş iş planı ve gelir -gider tablosu aşağıda paylaşılmaktadır.

13- MTM nasıl bir satış stratejisi izleyecek?

MTM'in satış stratejisi öncelikle dil desteklerini arttırarak (İngilizce, İspanyolca, Uzak Doğu diller) ürünün global kullanıma gitmesini sağlamaktır. Influencer marketing, viral marketing ve performans pazarlama yöntemleri kullanılarak kullanıcılara satış hedeflenecektir. Nisan ayında İngilizce konuşanların birbiriyle eşleşebileceği sistem uygulamaya eklenecektir. Böylece hem Türkiye'de yaşayan yabancıların hem de ASO çalışmalarıyla organik olarak MTM'i indiren kullanıcıların birbiriyle eşleşmesi sağlanacaktır. Bu da global kullanım için ilk adım olacaktır. Globalleşmeye gitme yaklaşımında marketing stratejileri ise viral marketing, influencer etkisi ve performans pazarlama yöntemleri kullanılarak satış süreçlerini destekleyecek şekilde planlanmıştır.

- Viral marketing tarafında şirket ortaklarından Babala TV'nin de yönetmeni olan Tuğrul Uğur'un etkisi ile planlanmaktadır. Babala TV'nin Youtube'da yaklaşık 4 milyon abonesi bulunmaktadır. Tuğrul Uğur'un yönetmeni olduğu diğer Youtube kanallarıyla birlikte etkileşimde bulunduğu toplamda 5 milyon kişi vardır. Tuğrul Uğur yönetmenliğinde çekilen çoğu içerik Youtube'da Trend 1 olmaktadır. Babala TV'nin Twitter'da 1 milyon takipçisi bulunmaktadır ve dünyanın en etkili 9. Twitter hesabı olarak tweetleri yaklaşık 1.2 milyar insana ulaşmıştır.
- Influencer marketing tarafında Türkiye'nin en çok tanınan ve sevilen isimlerinden Tuğrul Uğur kardeşi Oğuzhan Uğur ve Influencer çevresi ile birlikte Meet The Music girişimi için reklam çalışmaları planlanmaktadır. Bu aşamada sanatçıların ve influencerların Youtube, Tiktok ve Instagram videolarında Meet The Music uygulamasını tanıtması planlanmaktadır.
- Performans pazarlama tarafında Meta Business, Tiktok Business, Snapchat ve Spotify Ads. Gibi reklam platformları ile çalışmalar planlanmaktadır.

1 premium user edinmek için yapılan marketing harcaması \$1.73 civarındadır. 2023 sonunda

ürünün daha da gelişmesi, yapılacak marketing çalışmaları ile bu rakamın \$0.15 civarına düşmesi hedeflenmektedir. 2024 ve 2025 yılında yapılacak global marketing çalışmaları ile bu rakamın \$0.46 civarına çıkması öngörülmektedir.

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

MTM geliştirme süreçlerini tamamlayarak, uzun süredir müşterilerine sunduğu altyapısı, etkin organizasyonu ve güçlü ekibi, hissedarları ve danışman kadrosu ile artan ivmede büyümeye hazırdır.

2 senedir saha da kullanıcı deneyimleri ile yenilikçi özellikler kazanan MTM altyapısı, hem Türkiye de daha büyük müşteri kitlelerine hem de Global marketlere gidebilmek için hazır durumdadır. Mevcutta 20K+ aylık aktif olan kullanıcı sayısı, etkin pazarlama faaliyetleri ile kademeli olarak artacak ve 6-8 aylık bir projeksiyonda 200k+ adetlere ulaşması planlanıyor. Tr toplam Dating App kullanıcı havuzunun yaklaşık 10 milyon kullanıcıdan oluştuğu düşünülürse, söz konusu 200k+ kullanıcı sayısı yani % 2 pay alınması olası gözükmemektedir.

İş planlarına göre 2024-2025 senelerinde Global'e de açılacak olan MTM, 2025 yıl sonunda yaklaşık 440 milyon kullanıcısı olacak olan Dating App pazarından 2.4 milyon kullanıcı elde etmeyi hedeflemektedir.

Bu açıdan bakıldığında MTM bugün sağlıklı yapıda gelişimini sürdüren, konservatif sayılabilecek hedeflerle bile yatırımcılarına çok önemli kazançlı geri dönüş fırsatı sunacak yapıdadır.

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