

STARTUP ÖN DEĞERLENDİRME FORMU

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

Kurucu ekibin dijital pazarlama, dijital dönüşüm, e-ticaret, yazılım, data science, pazarlama iletişimi, marka stratejisi, yazılım, reklam, growth, analitik gibi alanlarda kümülatif 65 yıl tecrübesi bulunmaktadır. Kurucu ekip üyeleri lokal ve global farklı pozisyonlarda görev almışlardır. Pazardan'ın neredeyse tüm süreçleri in-house olarak tasarlanmakta, planlanmakta ve hayata geçirilmektedir.

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

Kurucu ekip ilgili disiplinlerde marka, sektörlerde çalışmış ve danışmanlık vermiştir. Sektörün gelişimi ve geleceğiyle ilgili dinamiklere hakimdir.

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

Ekip müşteri ihtiyaçlarını ve motivasyonlarına tecrübesiyle ışık tutarken, yaptırdığı kullanıcı araştırmalarıyla da data havuzunu genişletmektedir.

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

Pazardan semt pazarlarından online alışveriş yapılmasını sağlayan ilk ve tek marketplace platformdur.

Pazardan'ın stokta beklemeyen, günlük tazelikte ürün vaadini şu anda herhangi bir marka gerçekleştirememektedir. Ana vaadi olan tazeliği somutlaştırarak TAZELİK SKORU'nu açıklar, bu anlamda da Türkiye'de ilk ve tektir. Semt pazarlarının dönüşüm lideri ve kategori yaratan marka olarak pazarcıların güvenini ve desteğini kazanmıştır.

Pazardan'ın iş modeli ve sistemi besleyen tedarik zinciri, fiziksel store olmadan iş modelinin farklı lokasyonlarda başlatılmasına zemin hazırlar. Bu yönüyle de ölçeklendirmesi oldukça hızlı ve düşük maliyettedir.

Kullanıcılar için kategori yaratan marka olarak semt pazarından online alışveriş konusunda akla ilk gelen markadır.

Pazardan marka ismi de ürünün geldiği lokasyonu çağrışım yaparak, markanın yaptığı işi çok güçlü bir şekilde çağrıştırmaktadır.

Pazardan diğer oyuncuların sahip olmadığı, kurumsal şirketlere günlük meyve servisi yapan, Pazardan Kurumsal (B2B) modele sahiptir ve iki modeli birbirini besleyecek şekilde aynı platformda hayata geçirmiştir. Kurumsal şirket çalışanları aynı zamanda Pazardan'ın müşterileri olmaya adaydır.

Teknoloji anlamında da Türkiye’de ilk ve tek olan iki özelliği mobil uygulamasında barındırır. Pazardan Story; tezgahlardan gerçek zamanlı hikayeleri kullanıcılarla buluşturur ve gerçek zamanlı alışveriş sağlar. Akıllı File yapay zeka desteğiyle kullanıcıların 5 saniyede file oluşturmaya yardımcı olur.

5- Ürün hangi lokasyonlarda kullanılabilir?

İstanbul’da aktif kullanılmaktadır.

6- Ürüne hangi yeni özelliklerin eklenmesi planlanıyor?

Pazardan Abonelik sistemiyle farklı segmentlerdeki kullanıcıların ve küçük ofislerin belirli periyotlarla, belirlenen kutuları sipariş verebilmeleri sağlanacak.

Pazardan Story ile gerçek zamanlı online alışveriş sunulacak.

Pazardan Akıllı File ile ,yapay zeka destekli sipariş oluşturma algoritması, 5 saniyede kişiye özel ideal fileyi oluşturacak.

Pazardan mobil uygulamasının içerisinde yemek tariflerinin olduğu alanlar eklenecek ve tariflerde yer alan ürün ve porsiyonlar otomatik olarak sepete eklenebilecek.

7- İş modeli iyi planlanmış mı? Ölçeklenebilir mi?

İş modelindeki tedarik zinciri ve stoksuz operasyon yönetimi yüksek ölçeklenebilirlik sağlıyor.

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

Evet.

9- İş modeli nasıl gelir modelleri içeriyor?

Pazardan her siparişte satıcıdan %15 hizmet bedeli alıyor.
Pazardan Kurumsal iş modelinde al-sat yaparak hizmet veriyor.

10- Ürün için müşteri sayısı ve müşteri tepkisi nasıl?

Pazardan 22.000’den fazla üye ve 500 tezgahla İstanbul’da hizmet vermektedir. Kullanıcıların tepkileri ise yapılan araştırma bulgularına paralel olarak çok olumludur.

11- Ürünün içinde bulunduğu pazar ne kadar çekici?

Pazardan’ın iki farklı hedef pazarı bulunuyor:

- 1) Mevcut durumda online alışveriş yapanlar
- 2) Fiziksel olarak semt pazarına gitmeyi tercih edenler

Pazardan ilk segmentte “günlük tazelik vaadiyle” güçlü bir alternatif olurken, ikinci segmentte fiziksel alışveriş yapan kullanıcıların da dijitale dönüşümlerini sağlayacak.

Sanayi Bakanlığı verilerine göre Türkiye online market alışverişi hacmi 14 Milyar TL ve pandeminin de etkisiyle, kullanıcılardaki penetrasyon oranı her geçen gün daha da yükseliyor. Online alışveriş içerisinde meyve-sebze alışverişinin yaklaşık 2,5 Milyar TL olduğunu düşünüyoruz. Çok sayıda kurulan fiziksel semt pazarlarında gerçekleşen alışverişe dair resmi bir data bulunmuyor.

12-Pazardan’ın mevcut finansal durumu nasıl? Gelecek yıllar için gelir-gider planlaması yapıldı mı?

Pazardan aktif olarak ödeyen müşterileri olan bir platformdur. Pazardan gelecek yıllar için detaylı bir planlama yapmıştır.

13-Pazardan nasıl bir satış stratejisi izleyecek?

Pazardan hizmet verdiği bölge sayısını, pazarcı sayısını ve kullanıcı sayısını artıracak. Sağladığı hizmetle ürün-fiyat kalitesini üst seviyede tutacak ve hızlı teslimat modelleriyle, müşteri memnuniyetini geliştirecek. Abonelik modelleriyle, farklı ihtiyaçlara hitap edecek yeni ürünler geliştirecek. Pazardan Kurumsal iş modeliyle, ofislerin çalışanları için günlük meyve hizmeti verecek ve müşteri sayısını artırarak B2B büyüme gerçekleştirecek. Pazardan B2C ve B2B iş modelleri aynı zamanda birbirlerini güçlendirecek ve müşteri yaratacak.

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

Şirket değerlemesi, girişimcilerin varsayımları ve öngörülerini doğrultusunda hazırlanmış ve Değerleme Raporu dökümanında detaylandırılmıştır.

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