

# «Рифмач» - это:

- Генератор поздравлений в стихах;
- Генератор тостов в стихах;
- Генератор переделок песен.

Работающий прототип <http://rifmach.ru>

# Как работает

- Пользователь выбирает праздник, задает имя, возраст, хобби и т.д.
- Отправляет смс (3 дол. за 5 четв.) на короткий номер
- Получает стихи на экран и почту.

Тест на <http://rifmach.ru/test/>  
логин: minsk, пароль: investor

# Актуальность

- «Поздравления» – очень популярный поисковый запрос: более 8 млн. в месяц (Яндекс);
- За 2 года рост более чем в 4 раза.



# Размер рынка

- Объем ниши поздравлений в стихах с смс-оплатой – не менее 500 тыс. \$ в 2010 году (1000 смс в день);
- Ежегодный рост 50-70%;
- Постоянные клиенты.

# Конкуренты

- Прямые конкуренты:
  - Проект «Рифматор».
- Косвенные конкуренты:
  - Сервисы голосовых поздравлений;
  - Сервисы видео-поздравлений;
  - Сервисы написания стихов на заказ;
  - Сайты поздравительной тематики, размещающие стихи.

# Статистика прототипа

- 57% дохода дают постоянные клиенты;
- 25% уникальных пользователей становятся постоянными клиентами;
- 13% постоянных клиентов делают более 5 оплат;
- Конверсия с поиска – около 1%, с контекста – около 0,5%;
- 3 тыс. зарегистрированных пользователей.

# Бизнес-модель

- Стоимость привлечения 1 клиента – 0,7 \$.
- Каждый клиент приносит доход 1,4 \$.
- Выход на операционную окупаемость – 1 год.

*Привлечение клиентов:* пиар, контекстная и медийная реклама, партнерские сайты, социальные сети, мобильные приложения.

# Прогноз на 3 года

Благоприятный:

- 5 \$ - доход с 1 уникального клиента в год.
- 1 млн. – уникальных клиентов за 3 года.
- 5 млн. \$ - годовой доход через 3 года.

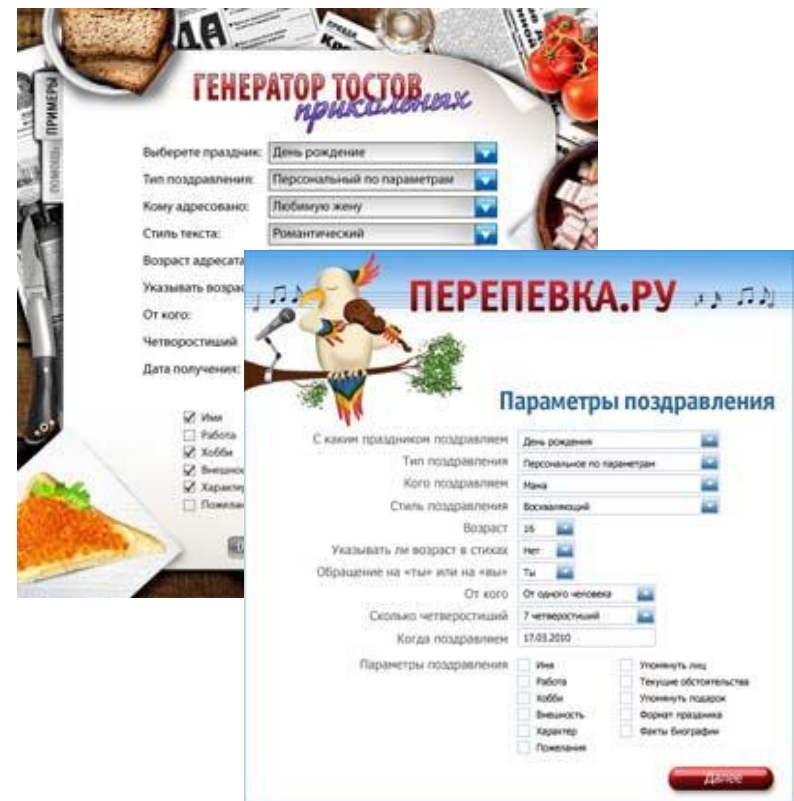
Неблагоприятный:

- 1 \$ - доход с 1 уникального клиента в год.
- 1 млн. – уникальных клиентов за 3 года.
- 1 млн. \$ - годовой доход через 3 года.



# Приоритеты:

- Создание приложений для социальных сетей (3 уже размещены в Моем Мире, более 80 тыс. чел.);
- Создание мобильных приложений;
- Развитие партнерской сети.



**Спасибо за внимание!**

