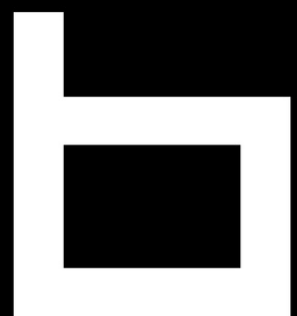


Bercode

- a plusz előnyök vonalkódja



Benefit Barcode Inc.

bercode.com

Bercode B2B2C piactér: Közösségek monetizálása

Influenszerek saját közösségeire épülő üzleti
partnerségeit, kampányait kiszolgáló, támogató
digitális keretrendszer, zöld stílusban -
Környezetbarát Merchandise!

Probléma, szükséglet

Az influenszerek jövedelmének jelentős része a kiskereskedelmi partnereik által fizetett kampányokból származik.

Ezek eredményeinek hatékony mérése, nyomon követése és pontos elszámolása nincs megoldva.

Megoldás



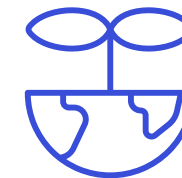
Költséghatékony, digitális keretrendszer

A hagyományos "hirdetős" megoldásokhoz képest a Bercode Platform költséghatékony digitális keretrendszert nyújt az influenszerek és a kiskereskedők számára.



Automatizált jutalékszámítás

Ez az új rendszer alkalmas az influenszerek által generált forgalom mérésére és a jutalékok automatizált elszámolására is.



Környezetbarát, zöld megoldás

Teszi mindezt virtuális merchandise termékekkel a fenntarthatóság jegyében.

Befektetési igény

A szükséges befektetési összeg: **2 416 060 USD**,
a felkínált tulajdoni hányad a részvények 12%-a.

A teljes vállalati szabad pénzáram (FCFF) alakulása:

	1.év	2.év	3.év
Adózás előtti eredmény	-1 722 193	23 216 743	140 911 549
Fizetendő adó	0	8 125 860	49 319 042
NOPAT	-1 722 193	15 090 883	91 592 507
Amortizáció	4 800	8 400	8 400
Finanszírozás	-674 667	0	0
Beruházások	-24 000	-18 000	0
FCFF	-2 416 060	15 081 283	91 600 907

Az FCFF ROI számítása a harmadik év végére

Kockázati tőke	2 416 060
Részvények a befektetőnek	12,00%
Az FCFF ROI-ja	354,96%

Ma a nemzetközi piac dollármilliárdokra árazza a feltörekvő szolgáltatókat, amelyeknek ugyan sok tízmillió felhasználójuk van, de bevételeik még mindig a nullához közelítenek. A mi esetünkben exponenciálisan növekvő goodwillre számítunk, nemcsak a lehetséges kiemelkedő bevételek miatt, hanem a többmilliós felhasználói adatbázis értéke miatt is.

A pénzügyi terv értékelésében a vállalat értéke
a 3. év végén: **358 510 939 USD**, melynek alapján:

ROI a vállalat értékéből	1680,64%
--------------------------	----------

Célcsoport

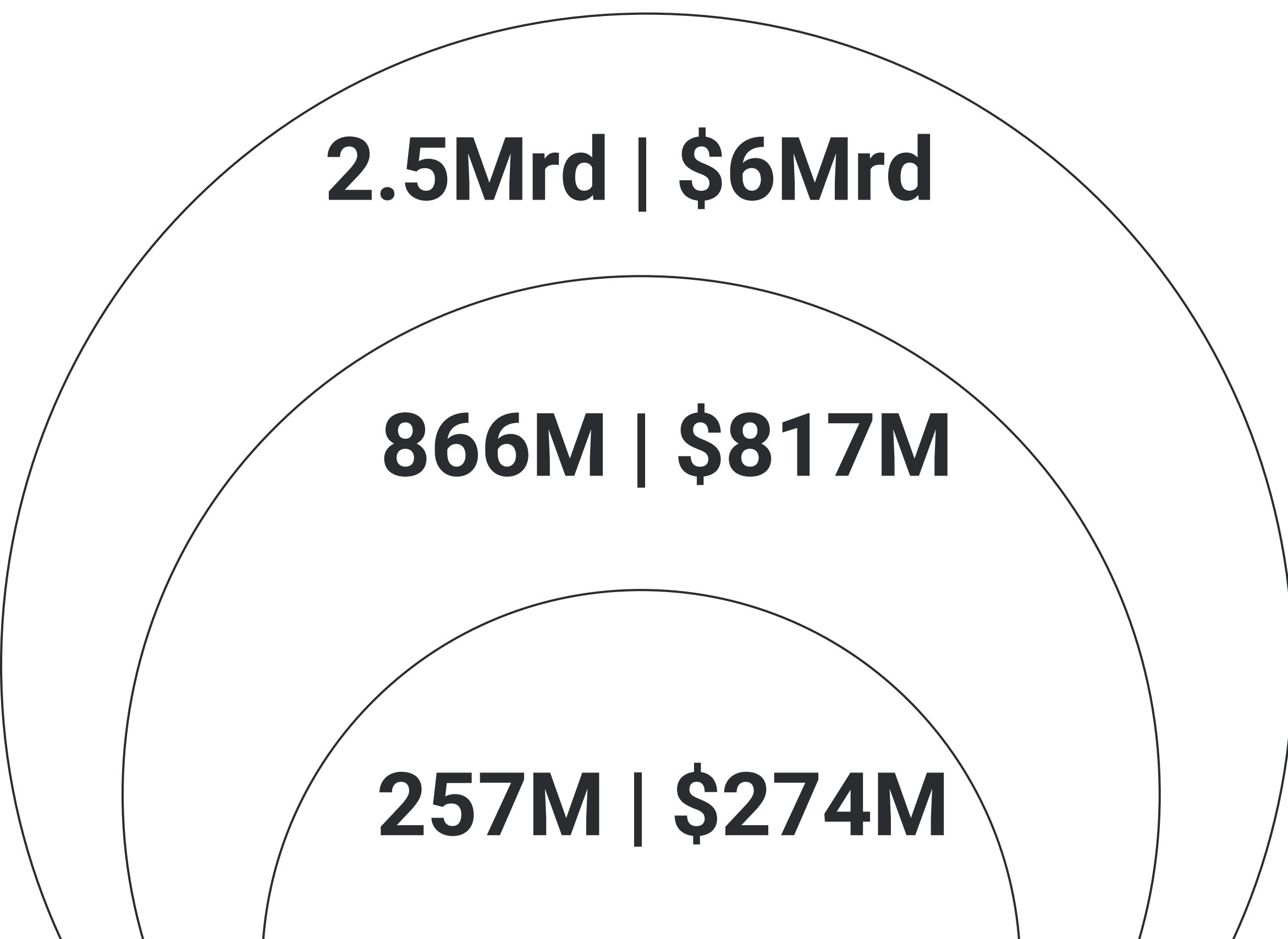


Az influenszerek és ügynökségeik az USA-ban (és globálisan) kulcsfontosságú célcsoportot jelentenek, mivel fő bevételi forrásuk a kereskedelmi kampányok és üzleti együttműködések, amelyek követőiken alapulnak.



Az influenszerek (hírességek, művészek, sportolók), valamint a menedzsment, a reklám- és marketingügynökségek kulcsszerepet játszanak az iparágban és a szegmensben.

A piac mérete



2.5Mrd | \$6Mrd

866M | \$817M

257M | \$274M

TAM

2023-ban a kedvezmények, hűségprogramok és kártyák globális piaca 54 Mrd dolláros volt. Ezen belül, a közel 2,5 milliárd követővel rendelkező közösségi médiában, az influencers marketing szegmens 6 milliárd dolláros piacot jelent évente, évi 32%-os növekedéssel.

SAM

A földrajzi, nyelvi, szabályozási, kulturális és anyagi korlátokat figyelembe véve a megoldásunkra fogékony ügyfelek száma 866 millió, ami 817 millió dollár potenciális bevételt jelent.

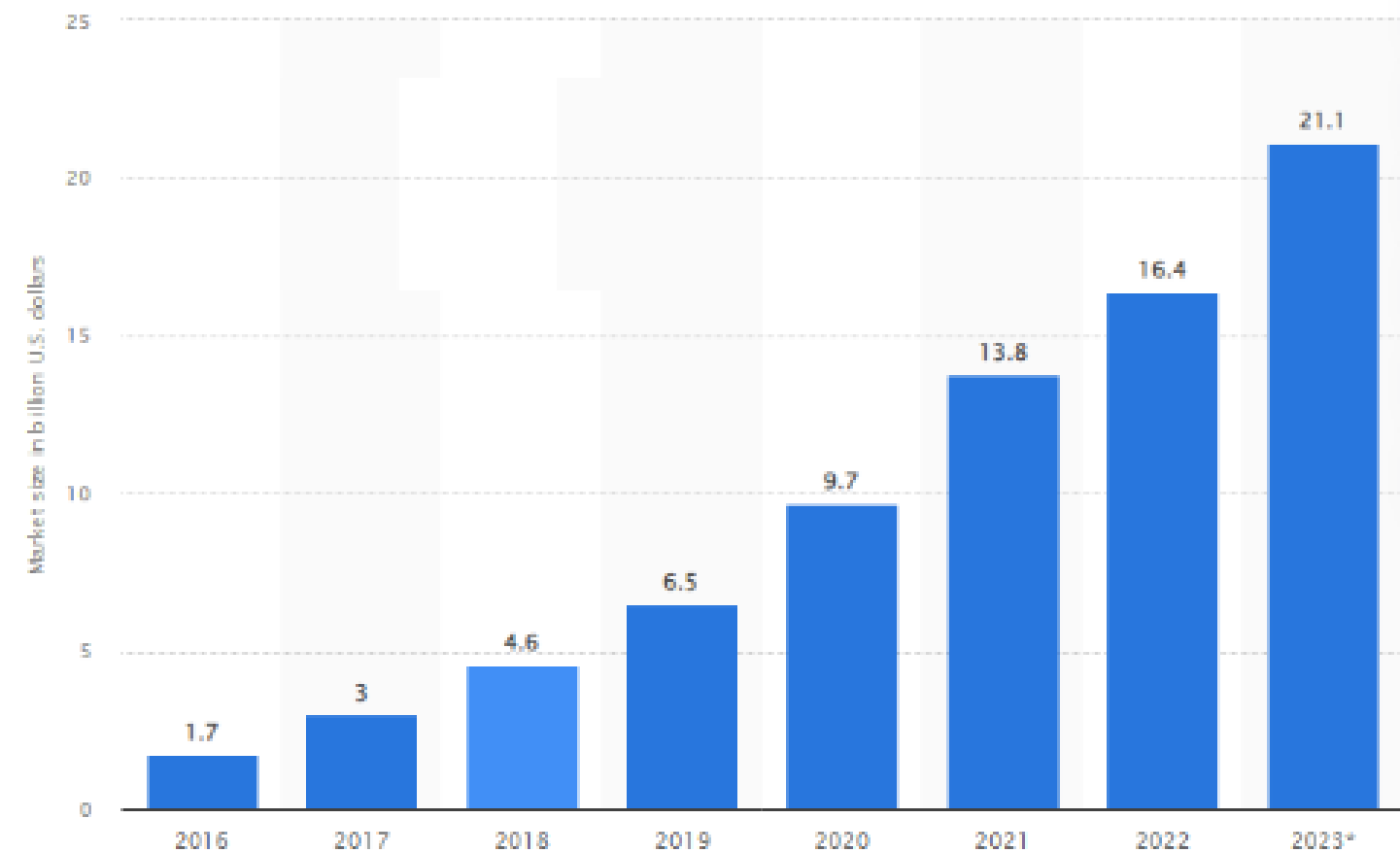
SOM

3 év múlva a platform felhasználószáma eléri a 257 milliót, és az árbevétel megközelíti a 274 millió dollárt.

Iparág, szegmens

A kedvezmények, hűségprogramok és kártyák piaca több milliárd dolláros nagyságrendű az USA-ban, és az influencerszer szegmens ezen belül 6 milliárd dolláros piacot jelent évente, évi 32%-os növekedéssel.

Influencer marketing market size worldwide from 2016 to 2023
(in billion U.S. dollars)



[Additional Information](#)

© Statista 2024

[Show source](#)

Versenytársak

A hagyományos (plasztik)kártya, kedvezmény, hűség rendszerek
- átjárhatóság nélkül (lokálisan).

Léteznek olyan rendszerek, például a Patreon, amelyek lehetővé teszik az influenszerek számára, hogy pénzeket gyűjtsenek rajongóiktól vagy támogatóiktól. Azonban ezek a rendszerek általában nem biztosítanak olyan kártyát vagy más igazolást, amelyekkel kedvezményesen vásárolhatnának kiskereskedelmi üzletekben, és amelyek az adott influenszer arculatát tükröznék.

Versenyelőnyünk

Versenyelőnyünk abban az átfogó megközelítésben rejlik, amely úgy kapcsolja össze az influenszereket, a vásárlókat és a kiskereskedőket, hogy az egy kölcsönösen előnyös ökoszisztémát hozzon létre. A kiskereskedők, a platformunk adataiba tekintve, optimalizálhatják célzott marketing és értékesítési stratégiájukat, az influenszerek és a vállalkozások termőre fordíthatják a közöttük fennálló, eddig rejtett szinergiákat.

Ezen túlmenően nem csupán összeköti a közösség tagjait és a közösséghez kapcsolódó, kedvezményeket nyújtó elfogadóhelyeket, hanem ezeket az elfogadóhelyeket egyedülálló módon láthatóvá teszi más közösségek tagjai számára is.

Belépési korlátok

A cég mögött több mint 20 év szakmai tapasztalat áll a közösségi kártyarendszerek terén, valamint egy kiterjedt kapcsolati háló, amelyből értékes visszajelzések származtak. Ezek a tényezők alapvetően hozzájárultak a Bercode innovatív üzleti modelljének kialakításához.

Fejlettségi szint

A Bercode Platform, amely több mint 500 000 kódsorból áll, a fejlesztés során több mint 30 000 mérnökórányi munka és 2 millió dollár beruházás eredménye. A rendszer már 3 éve sikeresen üzemel, és a szükséges finomhangolásokon túljutott, a szolgáltatások kiforrottak és megbízhatóak.

Marketing / Értékesítés

Piacra lépési és értékesítési stratégia

- Freemium modell stratégia a piaci terjeszkedéshez.
- A Bercode Platform funkciókorlátozási technikát alkalmaz.
- A Basic és Light szolgáltatási szintek ingyenesek, csak a Classic, Extra és Business szintek után kell díjat fizetni.
- Kedvezményes vásárlási lehetőségek jutalékfizetés nélkül is
- A célzott marketingüzenetekért való fizetés lehetősége.

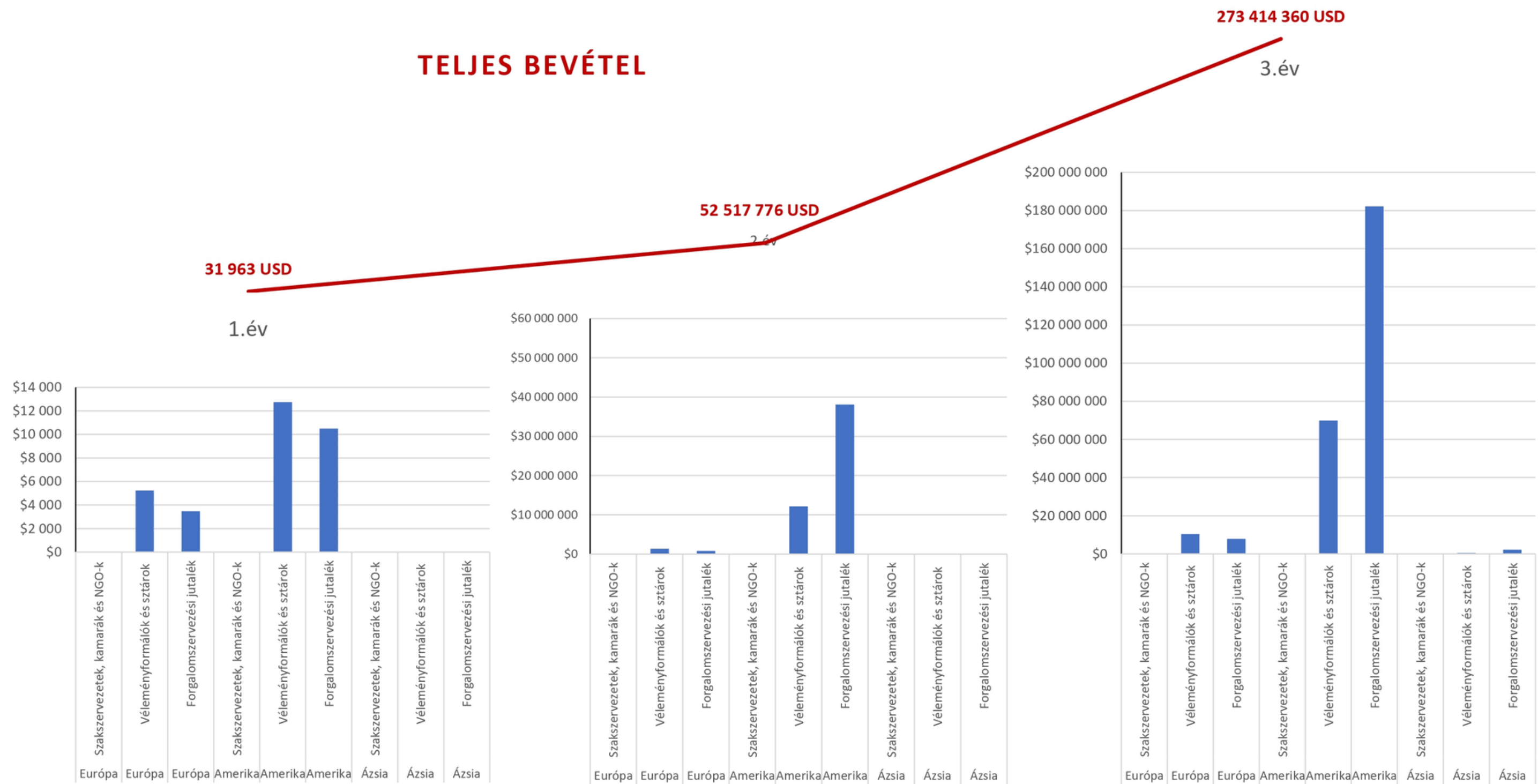
Marketingstratégia

- Művészek, influenszerek és celebek megszólítása, akik fizetett PR-videókon keresztül népszerűsíthetik saját brcode-os merchandise termékeiket. Ezek a termékek azonnali kedvezményt kínálnak a brcode-tulajdonosoknak.
- Nagy figyelmet vonzó művészek és kulturális rendezvények támogatása.
- TOP-DOWN (fentről lefele) megközelítés: fókusz a nagy követőszámú közösségeken és influenszereken.
- BOTTOM-UP (lentől felfele) megközelítés: kisebb közösségek megszólítása, mint városok, iskolák, alapítványok stb.
- Ez az erős influenszer támogatás hozzájárul a platform népszerűsítéséhez és növekedéséhez, valamint segít abban, hogy a Bercode neve ismert és elismert legyen a célközönségünk körében.

Terjeszkedési stratégia

- Aktív jelenlét kialakítása a kulcsfontosságú városokban: Los Angeles, Delhi, Budapest.
- Pénzügyi központokban történő irodanyitások fontolóra vétele, például New York, Mumbai és Kalkutta.
- Összpontosítás a hírességekre, marketingügynökségekre és társadalmi szervezetekre (például véradók) a felhasználói bázis gyors növelése érdekében.
- Az organikus növekedés erősítése belső erőforrásaink optimális kihasználásával, valamint partnereink és az influenszerek közösségi tevékenysége által generált médiamegjelenések segítségével.
- Bercode Platform bevételi modellje révén minden brcode-kibocsátó érdekelt új partnerek, elfogadóhelyek bevonásában.
- A kereskedők számának növekedése ösztönzi az új brcode-kibocsátók és -birtokosok csatlakozását.

Pénzügyi előrejelzések



Árbevétel

Bevételi források

1. **A bercode-kibocsátók bercode használati díjai:**

- amikor a profitorientált bercode-kibocsátók, előzetes befektetés nélkül, virtuális bercode-hordozókat a rajongóknak/követőknek a platform webshopján keresztül értékesítik,
- amikor – jellemzően – nonprofit bercode-kibocsátók bercode-kreditet vásárolnak, amelyből virtuális bercode-hordozókat készítenek, és általában (ingyenesen) adományozzák a közösség tagjainak.

2. **Forgalomszervezési jutalék:** A kiemelt elfogadóhelyeken generált vásárlások után fizetett forgalomszervezési jutalék egyharmada.

3. **Marketing szolgáltatások** kereskedőknek: személyre szabott ajánlatok küldése a felhasználóknak. Ez a szolgáltatás akkor válik relevánssá, amikor a beregisztrált bercode-birtokosok aránya magasabb lesz. Ezzel a bevétellel a pénzügyi tervben egyelőre nem számoltunk.

Bevételek alakulása

1. **Első év:** Az első évben a bercode kibocsátóktól és a tranzakciós jutalékból származó bevétel viszonylag alacsony.

2. **Soron következő évek:** A következő években a forgalomszervezési jutalék jelentősen (59-78%-kal) meghaladja a bercode kibocsátóktól származó bevételt.

3. **Növekedés oka:** Ez a növekedés a kiadott kódok számának növekedésének köszönhető, ami több tranzakcióhoz vezet. Ezek a tranzakciók képezik a jutalék alapját.

4. **Platform rentabilitása:** A platform rentabilitását nagymértékben befolyásolja az elfogadó helyek/kereskedők számának növekedése, akik csatlakoznak a rendszerhez, és a tranzakciós jutalékokért hajlandóak fizetni.

Befektetés



Befektetési igény

2 416 060 USD kockázati tőke a részvények **12%-ért**, a platform működtetésére, további képességekkel való bővítésére, valamint a célok eléréséhez szükséges üzletfejlesztési és marketing kiadásokra

Return on Investment

A vállalat becsült értéke a 3. év végén **358 510 939 USD**, így a befektetésarányos megtérülés: **1680,64%**

Csapat



Jäger László

Alapító

Alapító és többségi tulajdonos, felépítette és 20 éven át működtette Magyarországon legnagyobb kedvezménykártya rendszerét. Az itt összegyűjtött tapasztalatok tették lehetővé a Bercode Platform létrejöttét.



Boér László

Vezérigazgató

30 éves tapasztalattal rendelkezik az informatika területén. A Bercode csapatához való csatlakozásig Magyarország vezető gyógyszerári rendszerfejlesztő cégének volt a vezetője.



Dobrosi Zsolt

Technológiai vezető

20 éves tapasztalattal rendelkezik komplex rendszerek tervezésében és fejlesztésében, fejlesztői csapatok irányításában, 10 évet a kedvezménykártya- és jutalékszámítási rendszerek területére összpontosítva.



Vida Virág

Vezető Ügyfélkapcsolati Menedzser

Los Angelesben élő, szabadúszó újságíróként olyan neves lapok szerzője, mint pl. a Forbes, Marie Claire vagy a Glamour. Professzionális média- és kommunikációs szakember.



Kapcsolatfelvétel

+36 (1) 219-7101

bercode@benefitbarcode.com

www.bercode.com