



CRAB

BE COOL

Sosyal medya ve e-ticareti bir araya getiren mobil alışveriş uygulaması

Yorum ve puanlama
Kes-yapıştır özelliği
Uygulama içi marka satışı
Video çekme
Chek-in
E-dükkan pasif gelir

Problem

PROBLEM 1

E-ticaret ve mobil üzerinden ürünleri deneyememeleri

PROBLEM 2

Sadece satış odaklı olup ürünleri hakkında başka arkadaşlarının fikirlerini alamamaları

PROBLEM 3

Pasif gelir eksikliği

ÇÖZÜM 1

Profil hesaplarında kombinleri arkadaşlarına yorumlatıp puanlatması.

ÇÖZÜM 2

Kes ve yapıştır özelliği sayesinde elbiseleri deneyebilmesi.

ÇÖZÜM 3

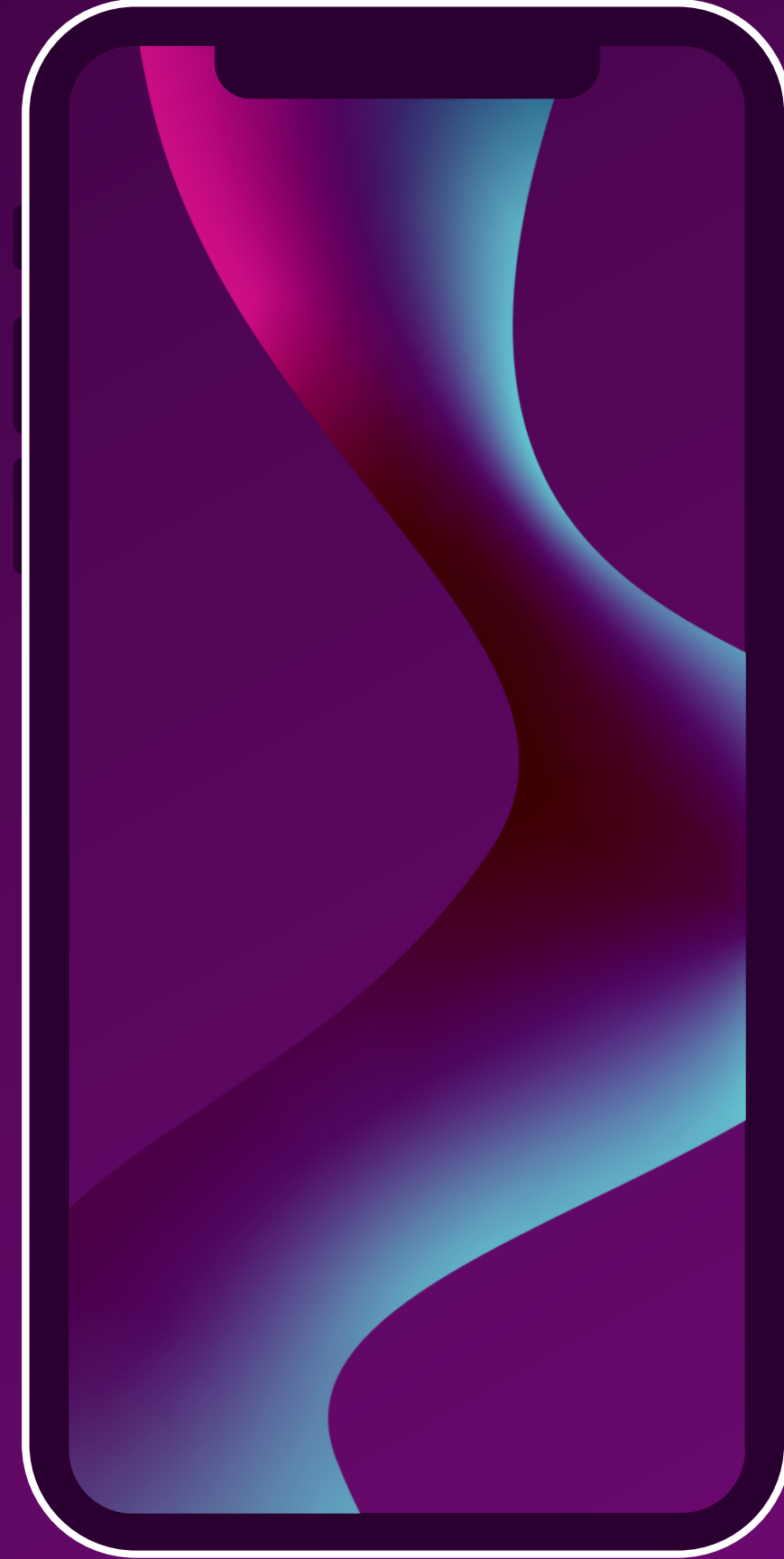
Marka satışı birlikte profil hesabında kişisel satış pasif gelir elde etmesi.



ÇÖZÜM

Müşteri Kanalları

Google play servisi
İOS indirme
Web site



Gelir Modeli

GELİR 1

Profil hesaplarında beğendi elbiseleri yorumlatıp puanlayıp daha sonra sepete ekleyerek uygulama içi satış.

GELİR 2

Marka ve reklam işbirliği sponsorluk desteği

GELİR 3

Kişiler kendi hesaplarında satış veya dropshipping yaparak uygulama üzerinden komisyon alma.



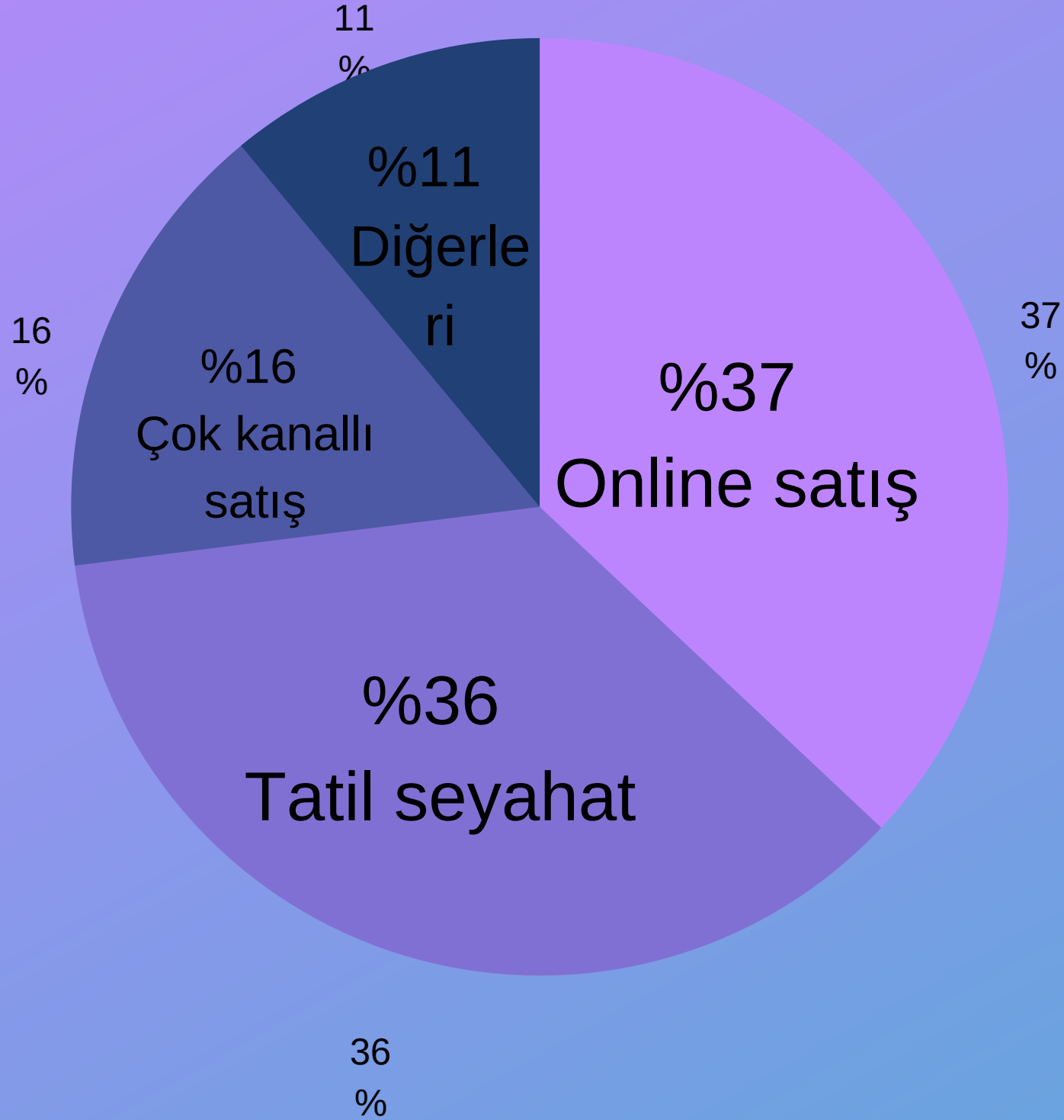
MÜŞTERİ KİTELESİ

Crab uygulaması 18-65 yaş arası hedef kitlesi bulunmaktadır. Özellikle mobil kullanımda y ve z kuşağı hedeflenmektedir.

TEMEL FAALİYET

Crab işleyişi micro satıcı anlayışı takipçilere daha fazla ürün satma

08



91.1 MİLYAR TL



TÜRKİYE'DE E TİCARET PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ İÇ PAZAR



%44
Online giyim ve alışveriş

09

ÇİN

ABD

B.Krallık

Japonya

Almanya

Türkiye

0

250

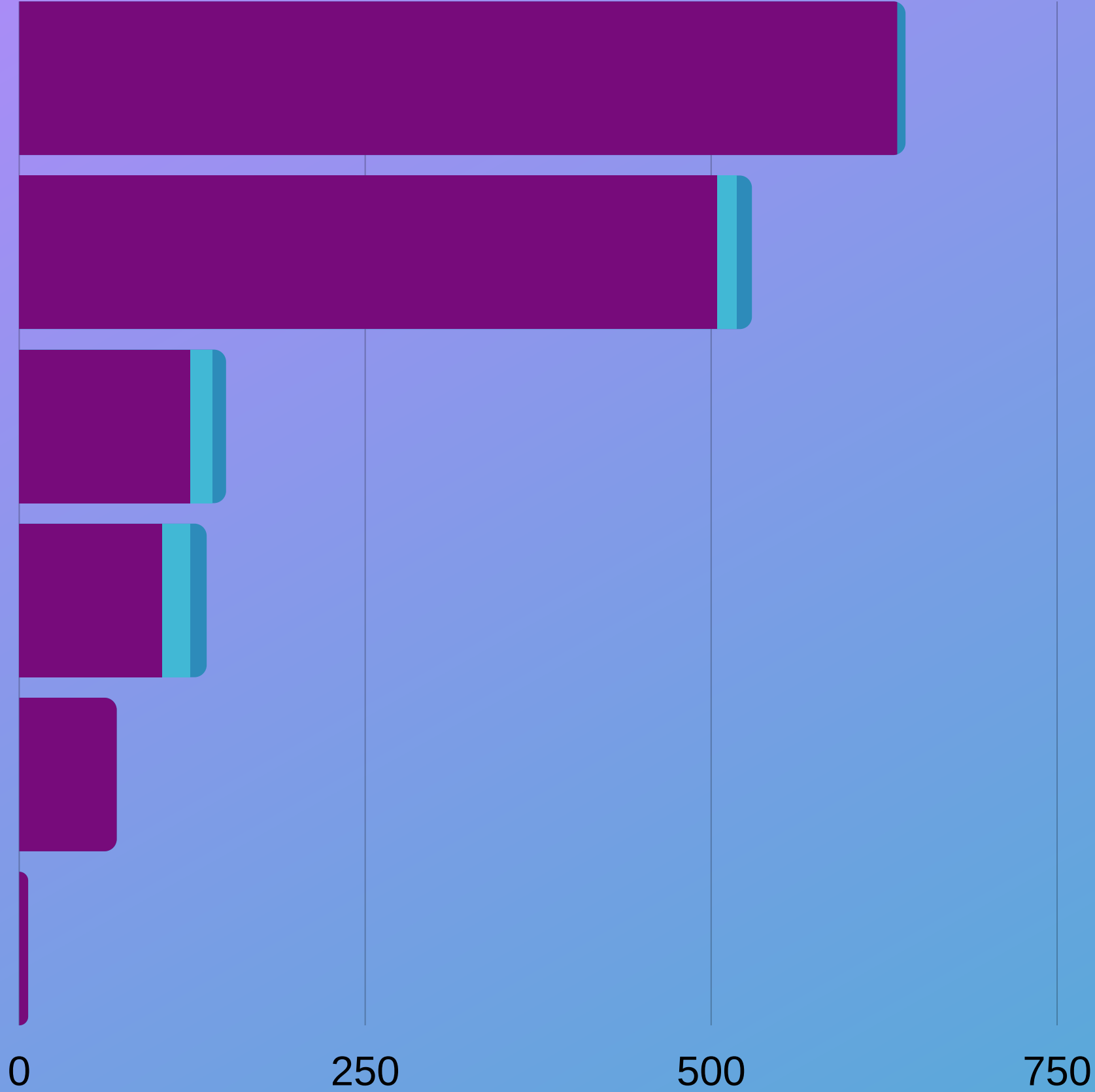
500

750

Küresel B2c e-ticaret pazarının 2020 yılında 5 trilyon ABD dolarını geçmesi bekleniyor.



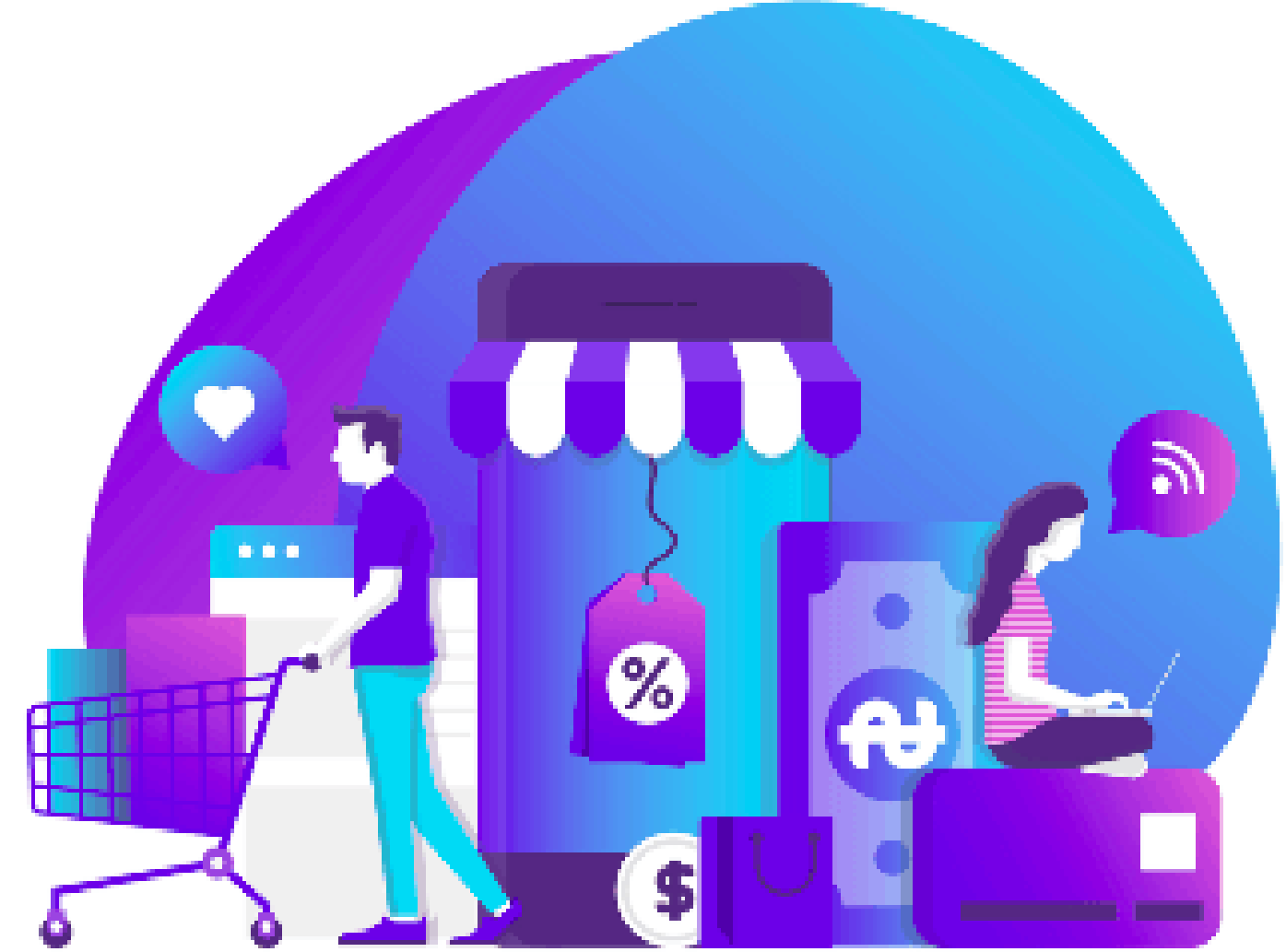
2019-2020 B2c e-ticaret pazar büyüklüğü milyar dolar





Marketplace

Marka	Q4 Mobil Uygulama Gerçek Kişi	Q4 Toplam Erişim Gerçek Kişi
Trendyol	36.1 M	47.9 M
Hepsiburada	28.4 M	43.2 M
N11	23 M	37.4 M
GittiGidiyor	19.1 M	32 M
Çiçek Sepeti	17.3 M	21 M





E-Ticaret Kullanıcılarının Favori Uygulamaları

Mobil Uygulama		Q4 Toplam Erişim Gerçek Kişi
YouTube		38.9 M
Instagram		36.6 M
Facebook		33.8 M
TikTok		21.2 M
Twitter		19 M
Snapchat		17.8 M
Netflix		16.3 M
PUBG		14 M

Mobil Uygulama		Q4 Yoğunluk Haritası
Netflix		77.4%
Twitter		76.3%
TikTok		76%
PUBG		75.1%
Facebook		74.8%
Snapchat		74.7%
Instagram		73.8%
Youtube		71.3%

Online alışverişte yeni norm mobil app ve sosyal medyanın etkisi

%69

Online alışverişte tüketicilerin %69 mobil kanalları tercih ediyor.

%61

Tüketicilerin %61 mobil uyumlu platformu değilse rakip uygulamayı tercih ediyor.

%63

Türkiye'de 52 milyon kullanıcı % 63 sosyal medya karar verme aşamasında online alışveriş tetikliyor ve pozitif etki gösteriyor.

Farklı ve Güçlü Tarafımız

FARK 1

Piysadaki hiçbir e-ticaret uygulamasında sosyal medya tarafını yorum ve puanlama kısmı olmaması ve bizim bunlara sahip olmamız.

FARK 2

Kes -yapıştır özelliği sayesinde elbiseyi mobil üzerinden deneyebilmesi uzaktan alışveriş hissi daha çabuk karar verip ürünü satın alması .

FARK 3

Profil hesaplarından kullanıcılar kendi satışlarını veya dropshipping yaparak pasif gelir elde etmesi

BİRİNCİ ÇEYREK

50 Bin üzeri

2. ÇEYREK

100 Bin-200 Bin

3. ÇEYREK

300 Bin-500 Bin

4.ÇEYREK

500 Bin-1 Milyon

Hedefler

İNDİRME SAYISI

Yatırım

STARTUP DEĞERLENMESİ

SERİ A

5 milyon dolar

SERİ B

10 milyon dolar

SERİ C

50 milyon dolar

SERİ D EXIT

50 milyon dolar üzeri exit

TAKIM



CEM BUĞRA Ç.

Crab Co-founder



NUMAN A.

Crab CTO Founder Mobil
arayüzü ve logo tasarım



MEHMET P.

İOS ve Mobil yazılım geliştirici

**MARKA
SLOGANI**

**ALIŞVERİŞİN
EN COOL HALİ**

BE COOL

Teşekkürler



CRAB

BE COOL

İLETİŞİM

NO:0553 327 27 13

Mail:tmacemm@gmail.com