



Winker

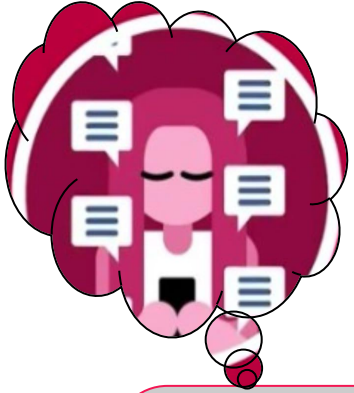
La prima app di Live Dating



PANORAMICA



LA NUOVA FRONTIERA



IL DATING ONLINE

∞ date match da casa



∞ chat aperte



Pochi incontri organizzati

Mesi di chat con zero appuntamenti senza sapere chi c'è dall'altra parte dello schermo?

Non conosci mai nessuno di interessante nei locali che frequenti?



vs



IL LIVE DATING

date match sul luogo



chat aperte



Incontri immediati



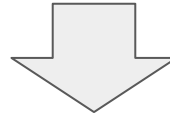
Inverte gli schemi:
"Utilizzo della tecnologia per incontrarsi più facilmente nella vita reale"

Scopri dove vanno i single della città e **ricerca**li sull'app quando ti trovi nello stesso posto per fare subito nuovi **incontri reali**

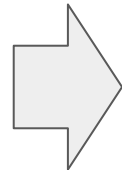


CHE COS'È WINKER?

“ESCI. INCONTRA.”
La nuova frontiera del Dating



**Aggregatore di single nei
luoghi della città**



**La prima
app di
Live Dating**



Guida per i single in città



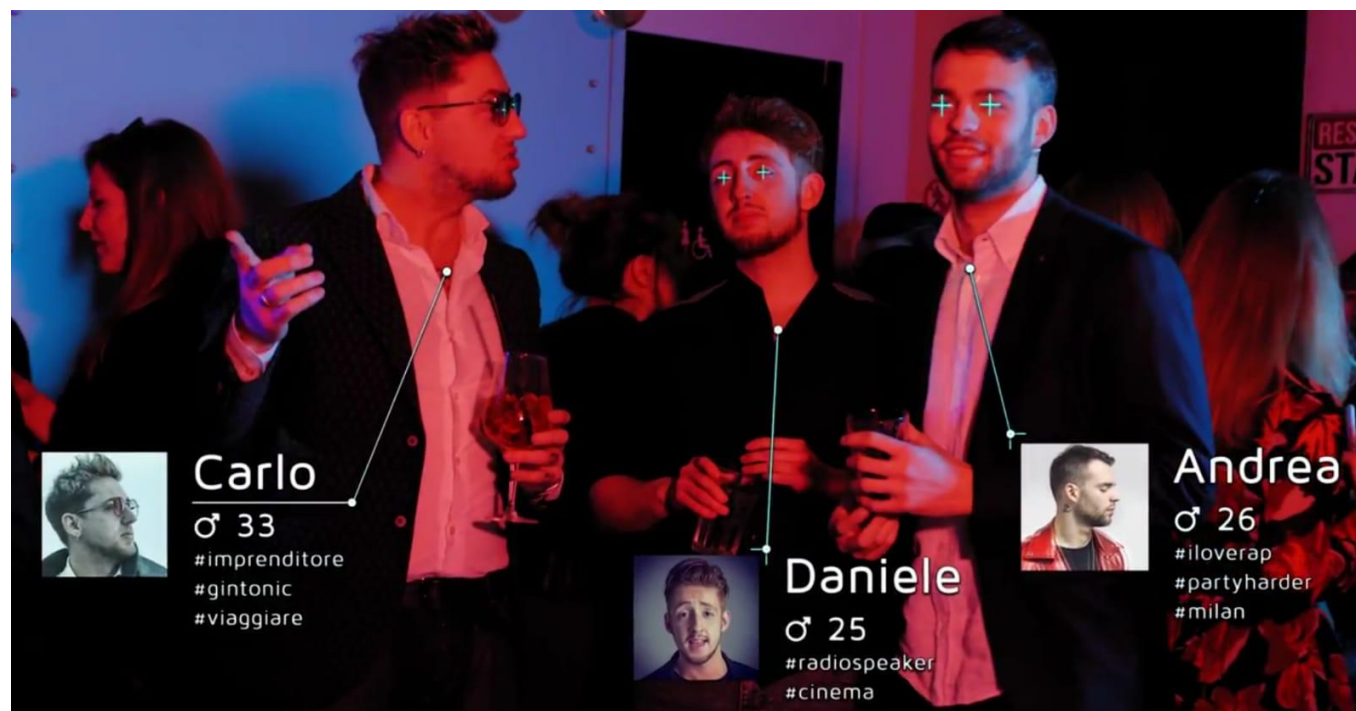
I NOSTRI PUNTI DI FORZA

INNOVAZIONE

Offerta di un servizio innovativo che consente la geolocalizzazione circoscritta in luoghi e locali della città

PRATICITÀ

Di avere a portata di mano una guida dei posti più frequentati dai single in città



UTILITÀ

Abbattimento del distanziamento sociale grazie alla connessione digitale "real time" fra gli utenti all'interno del posto in si trovano

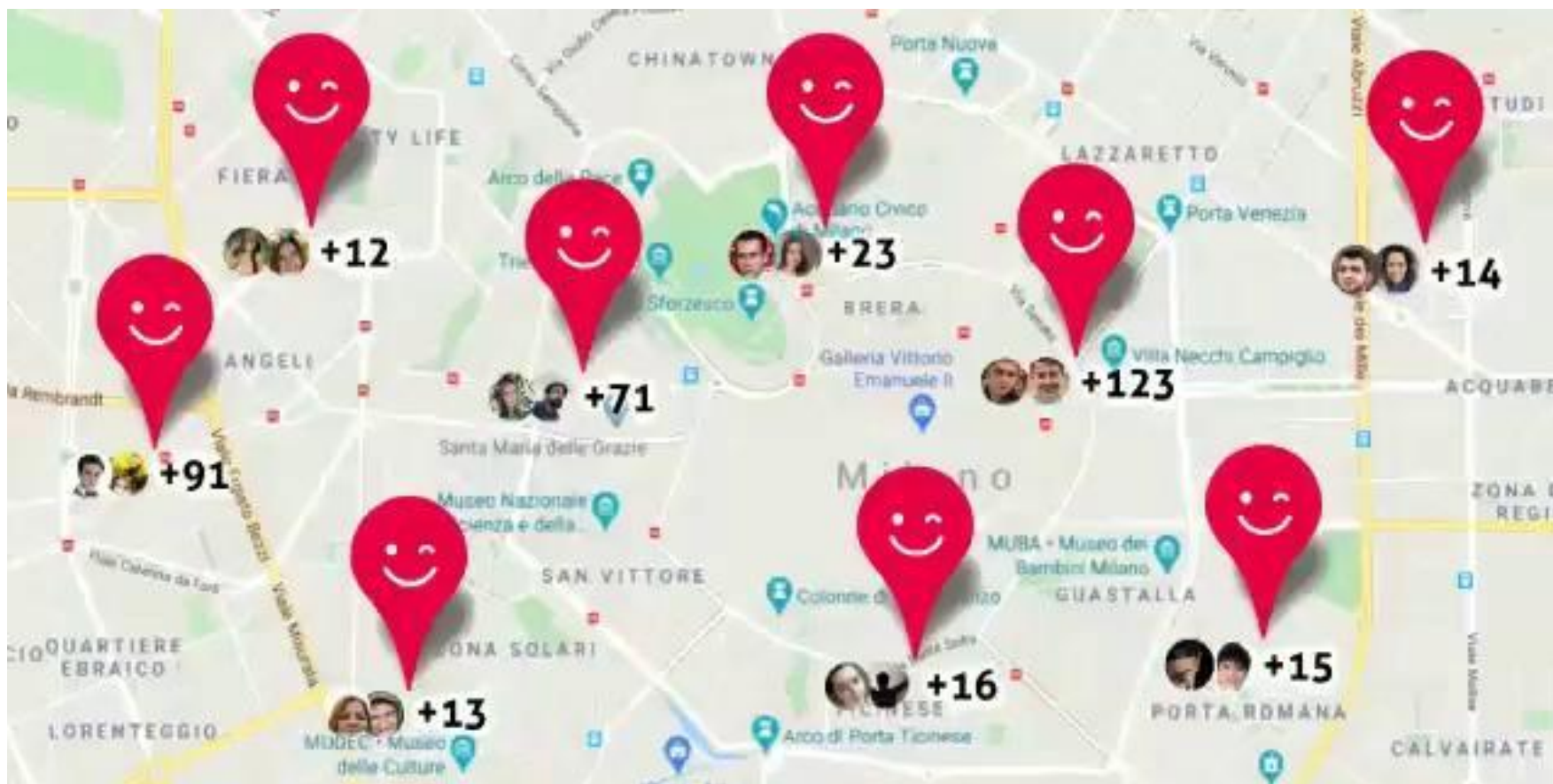
GARANZIA

Garanzia di conoscere solo persone vere nel posto in cui ci troviamo



COME FUNZIONA

Grazie a Winker l'utente, con pochi semplici click, può scoprire i posti (c.d. "Datespot" es. luoghi, locali, eventi ecc) più frequentati dalla community e quelli in cui ha ricevuto più occhiolini, raggiungerli e scoprire i match con gli altri winkers presenti per fare subito nuovi incontri

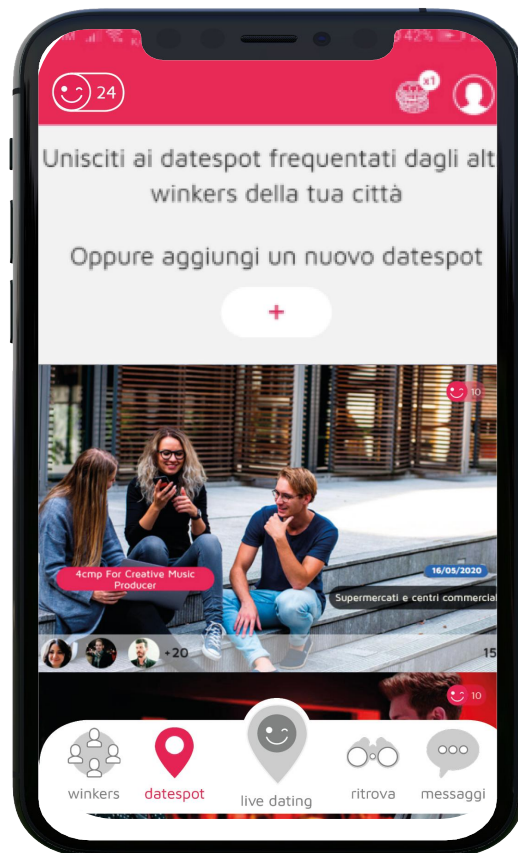




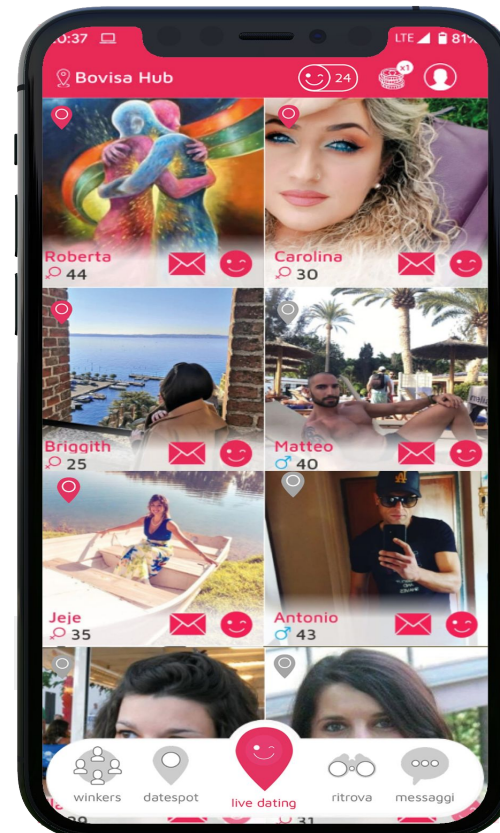
WINKERS IN CITTÀ E LIVE DATING



Fai swipe up e scopri
dove vanno gli altri
single della città



Scopri i datespot
dove hai ricevuto più
occhiolini



Raggiungi il datespot
e scopri i tuoi match!

Connettiti **in live dating**
al datespot con gli altri
utenti presenti

Invia un wink o un
messaggio a un altro
utente



FAI SUBITO UN
NUOVO
INCONTRO!



E IL GIORNO DOPO...

Puoi rimediare subito
ritrovando i winkers
nei datespot dove sei
stato

Pensi di esserti perso
qualcuno di
interessante?



Invia un wink o un
messaggio a un altro
utente

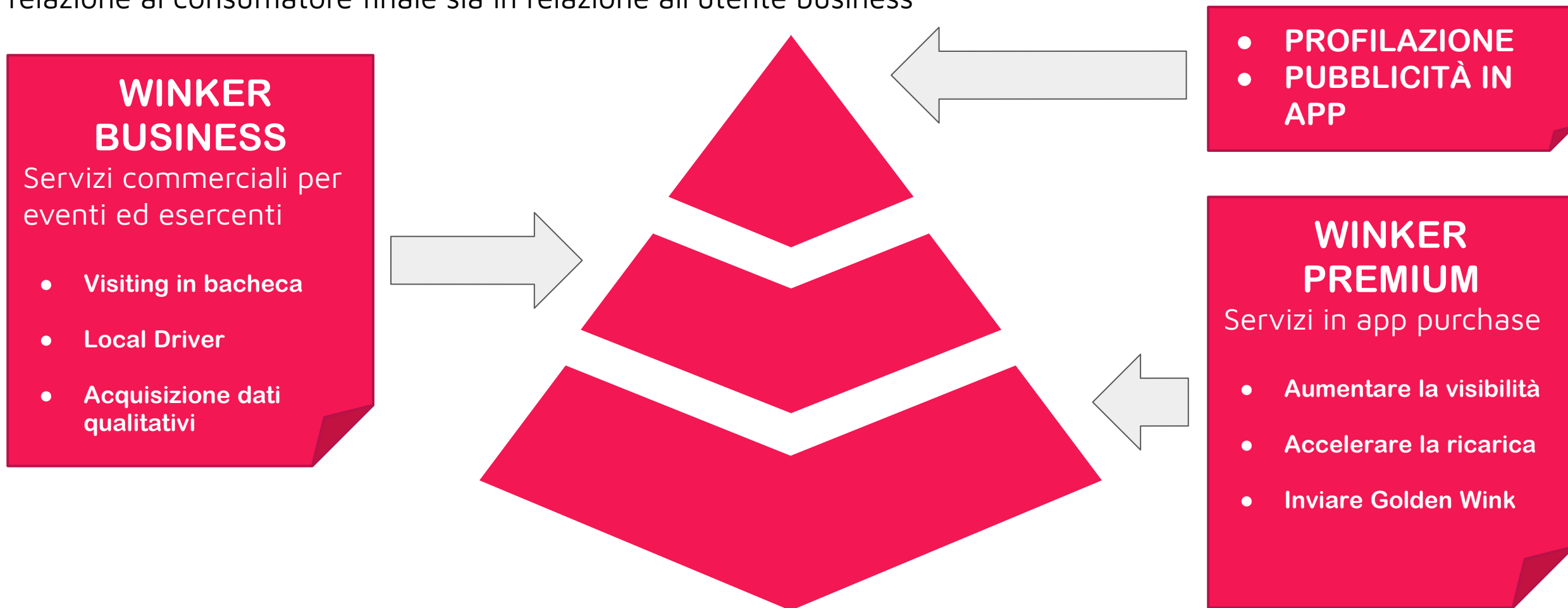




BUSINESS MODEL E LEVE DI REDDITO

Siamo l'unica app di dating con un doppio modello, B2C + B2B.

Il piano di industriale è a carattere piramidale finalizzato ad occupare il mercato del dating sia inizialmente in relazione al consumatore finale sia in relazione all'utente business





SERVIZI IN APP PURCHASE & BUSINESS

UTENTE FREE

- Hai a disposizione subito 10 wink coin gratuiti
- Hai finito i tuoi wink coin e devi attendere una ricarica per inviare un wink o una chat ad un nuovo winkers
- Puoi creare o unirti a nuovi datespot e iniziare a fare swipe up fra gli altri profili

UTENTE PREMIUM

- Aumenta la visibilità, ottieni 3 wink coin quotidiani per ogni giorno da premium member
- Accelera la ricarica e invia subito wink e chat a nuovi winkers
- Invia golden wink quando fai swipe up fra gli altri winkers

UTENTE BUSINESS

- Aggiungi o inserisci il tuo locale/evento e mettilo in bacheca
- Metti in evidenza il tuo locale/evento a tutti gli winkers
- Fai sapere dei tuoi eventi a tutti i winkers, richiedi il servizio newsletter e di notifiche push



TIMELINE FINO A OGGI

**Costituzione Startup
Innovativa**
Gennaio 2018



Prelancio sul mercato
Febbraio 2019



**Campagna Brand
Offline**
Aprile 2019



Versione Beta
Novembre 2018



Fundraising 42K
Marzo 2019



**> 10 partnership
nei principali locali
milanesi**
Febbraio 2020



LA PARTNERSHIP COMMERCIALE



Abbiamo firmato una partnership commerciale strategica con il brand "Silent Emotion", uno dei principali service cuffie per eventi Silent Disco in Italia.

La collaborazione che ha dato origine al nuovo format: "Social Silent Disco" in cui i partecipanti, tramite l'app, possono interagire tra loro durante l'evento mentre ascoltano la musica in cuffia.

<http://www.silentemotion.it/social-silent-disco/>

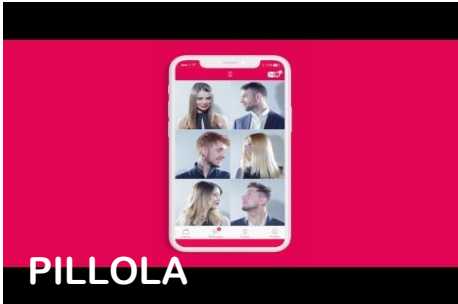


WINKER NEL 2019





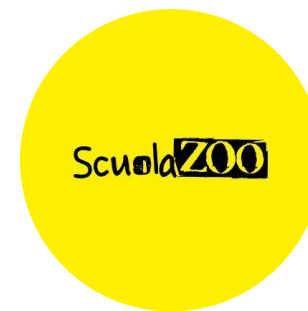
WINKER NEL 2019





HANNO LAVORATO CON NOI

Ci siamo inseriti nella vasta rete della movida milanese (e non solo), stringendo accordi di partnership promozionale con i principali locali ed eventi della città





DICONO DI NOI

TRAME&TECH

Magazine di Tecnologia e Innovazione

"Per tutti i single andare al supermercato a fare la spesa, grazie a Winker, non sarà più la stessa cosa..."

ANSA.it

"La Silent Disco si fa social per abbordare..."

STARTUP
news

"L'app di incontri che sta rivoluzionando il mercato dei locali milanesi..."


VIRGILIO

"L'App tramite geolocalizzazione si connette automaticamente all'Esselunga, e all'interno della bacheca si potranno visualizzare in tempo reale tutti gli altri utenti presenti in quello stesso momento"


Libero Quotidiano.it

Una app per gli incontri nel supermercato di Papiniano

Il giovedì l'anima gemella si trova all'Esselunga

FEDERICA ZANIBONI

■ Se vi è mai capitato di immaginare un incontro romantico al supermercato - sguardi che si incrociano oltre il banco degli ortaggi, o mani che si sfiorano nel tentativo di afferrare uno stesso pacco di pasta -, adesso sarà ancora più facile renderlo realtà. Il supermercato in questione non poteva es-

sere altri che l'Esselunga di viale Papiniano - il supermercato dei single per eccellenza -, dove il giovedì sera è possibile trovare l'anima gemella. Ma prima ancora di incrociarne lo sguardo tra gli scaffali o in fila alla cassa, si incrocerà il suo profilo su Winker, un'applicazione di incontri che verrà in aiuto per un primo contatto.

Infatti, una volta effettuata

l'iscrizione a Winker e aver creato il proprio profilo, basterà recarsi all'Esselunga di zona Sant'Agostino il giovedì sera, tra le 19 e le 20. Automaticamente l'app si conatterà, tramite geolocalizzazione, all'Esselunga, e all'interno della "bacheca" sarà possibile visualizzare in tempo reale tutti gli utenti presenti (...)

segue → a pagina 37

L'Arena
IL GIORNALE DI VERONA

"La Silent Disco si fa social per abbordare..."





VISION



VISION

Winker a partire dal 2020 punta a scalare il mercato per posizionarsi fra le **app di dating più popolari**, con il vantaggio di offrire all'utente un servizio **unico e complementare** a quello dei competitors



Posizionarsi come la prima app di dating con un doppio modello B2C e B2B

Un prodotto che guarda al futuro e alle nuove generazioni, sempre più alla ricerca di novità e tecnologie applicate alla vita reale

Facilità di avere utenti fidelizzati grazie all'unicità del servizio

Facilità di replicare il modello in un mercato in forte crescita, specie nelle città più popolate dove la domanda è molto forte



I NOSTRI CLIENTI

Winker soddisfa efficacemente i bisogni e le criticità tipiche dei propri clienti: consumatori in cerca d'incontri e di esperienze di qualità nella vita reale (B2C) ed esercenti nell'industria del divertimento e del beverage (B2B)

BISOGNO E CRITICITÀ

1. **La tecnologia applicata alla vita reale**
2. **Basta chattare, quando ci incontriamo?**
3. **Vivere l'essere single con leggerezza!** uscire di casa per fare nuovi incontri senza rimanere sul divano a chattare

- A. **Migliorare la domanda e l'affluenza** per il locale/evento
- B. **Raggiungere un target mirato** facilmente fidelizzabile
- C. **Posizionarsi in maniera competitiva** aumentando la fama e la notorietà del locale

PER L'UTENTE

PER L'ESERCENTE

SOLUZIONE WINKER

1. **Geolocalizzazione circoscritta** nel locale/evento in cui ci troviamo
2. **Fare subito nuovi incontri** con altri single presenti nel locale/evento in cui ci troviamo
3. **Una guida a portata di mano** dei locali e degli eventi maggiormente frequentati dai single della città

- A. **Una leva** per portare l'utente dall'online all'offline
- B. **Offrire un'esperienza socialmente innovativa**
- C. **Feedback e dati raccolti** di target e abitudini della clientela



TARGET B2C

Ci rivolgiamo ad un pubblico vasto, popolare, facilmente fidelizzabile e scalabile, che nel tempo può generare un fatturato ricorrente. Il profilo sociale del nostro target è single verticale e comprende un ampio margine di età, interessi e status con prevalenza verso i giovani e le nuove generazioni

DEMOGRAFIA	PROFILO	CAPACITÀ DI SPESA	TEMPO LIBERO
18-24 STUDENTI UNIVERSITARI party harder	Nuove generazioni sempre attente alle nuove tendenze per utilizzare meglio la tecnologia nella vita reale	Bassa	Tanto
25-40 GENERAZIONE Y giovani lavoratori e professionisti	Giovani lavoratori e professionisti che hanno vissuto in prima persona il cambiamento tecnologico	Buona	Limitato
OVER 40 forever young	Alla ricerca di nuove avventure	Ottima	Poco



POTENZIALITÀ DI CRESCITA B2B

Il nostro business B2B presenta un alto potenziale di crescita, offrendo un canale unico e diretto per far leva in una community ben definita con un alto tasso di trasformazione online-offline

VANTAGGI COMPETITIVI PER GLI ESERCENTI



LEVA DA ONLINE A OFFLINE

I clienti maturano preventivamente la curiosità e la voglia di **“esserci”** per scoprire e ricercare in loco, gli altri utenti e vivere nuove esperienze e nuovi incontri reali



OTTIMIZZAZIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE E FIDELIZZAZIONE CLIENTI

Grazie alla profilazione degli utenti all'interno del locale o dell'evento è possibile raccogliere dati relativi alle caratteristiche e alle **abitudini del cliente**, per ottenere un'ottimizzazione della campagna e del target di clientela



NESSUN COSTO DI PR E COMUNICAZIONE

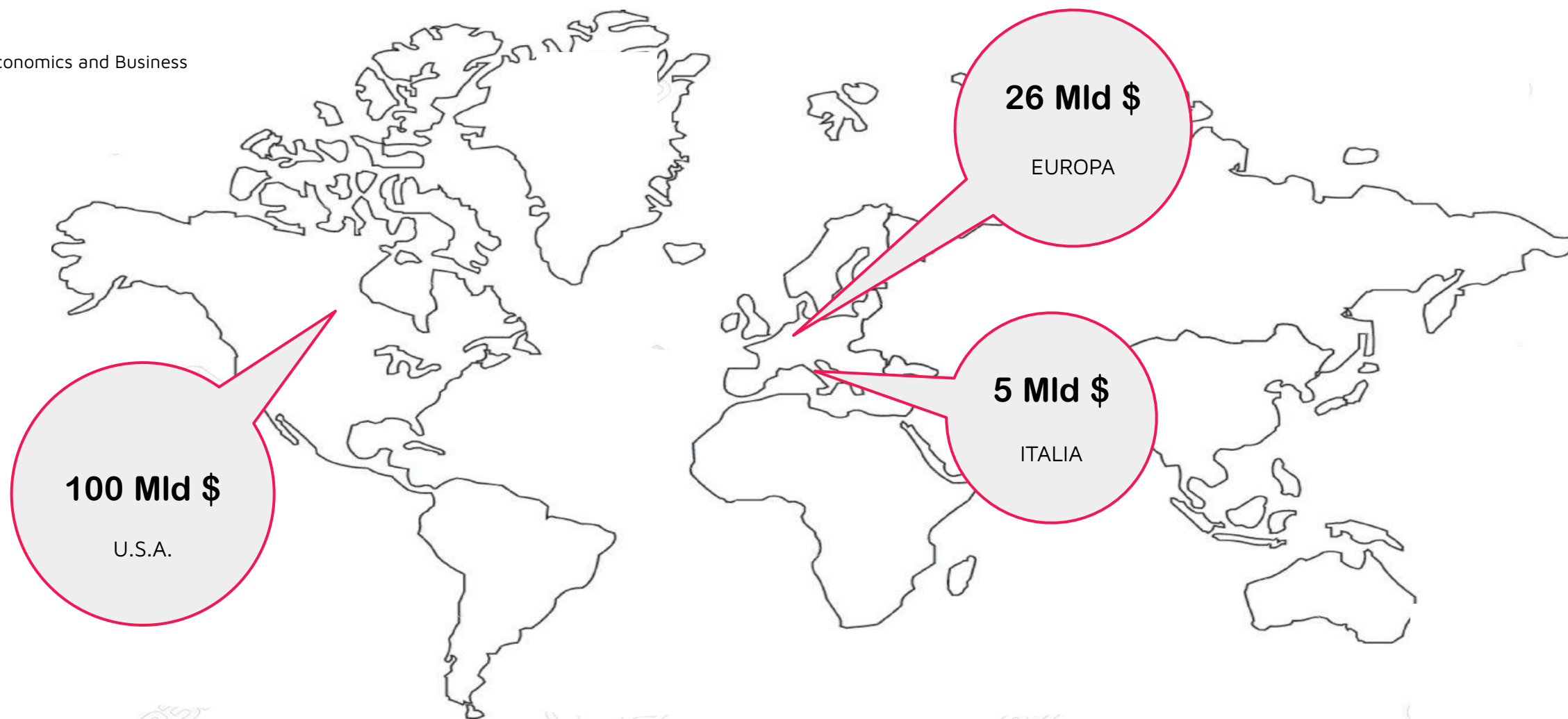
Il locale o l'evento viene promosso all'interno di una **community altamente fidelizzata** che contribuisce ad un miglior posizionamento competitivo



TUTTO L'ORO DEL DATING

Winker si inserisce verticalmente nel mercato del dating che mostra volumi d'affari importanti, con possibilità di crescita ed espansione del nostro business a livello nazionale, europeo e globale.

Fonte:
Center for Economics and Business
Research





HIGHLIGHTS DI MERCATO

Fonte:
Center for Economics and Business
Research



Highligths globale

Tasso
crescita/anno

3,9 %

% Penetrazione
utente

6,3 %

ARPU

4,70 \$

Utenti

329,3 ML



Highligths Europa

3,4 %

9,4 %

6,80 \$

63,2 ML



Highligths Italia

3,8 %

10 %

5,14 \$

4° app per spesa in Italia

8,9 ML

daters più attivi in Europa



I COMPETITORS

Le app di dating sono più di 500 nel mondo (a conferma della ricchezza del mercato), ma il nostro punto di forza è quello di **offrire un servizio e un bisogno UNICO e COMPLEMENTARE** rispetto ai players del settore

Dating online

Tinder



1°

TROVA. CHATTA. INCONTRA

Ok cupid



2°

TROVA LA TUA ANIMA GEMELLA

Happn



3°

RITROVA CHI HAI INCROCIATO

Bumble



4°

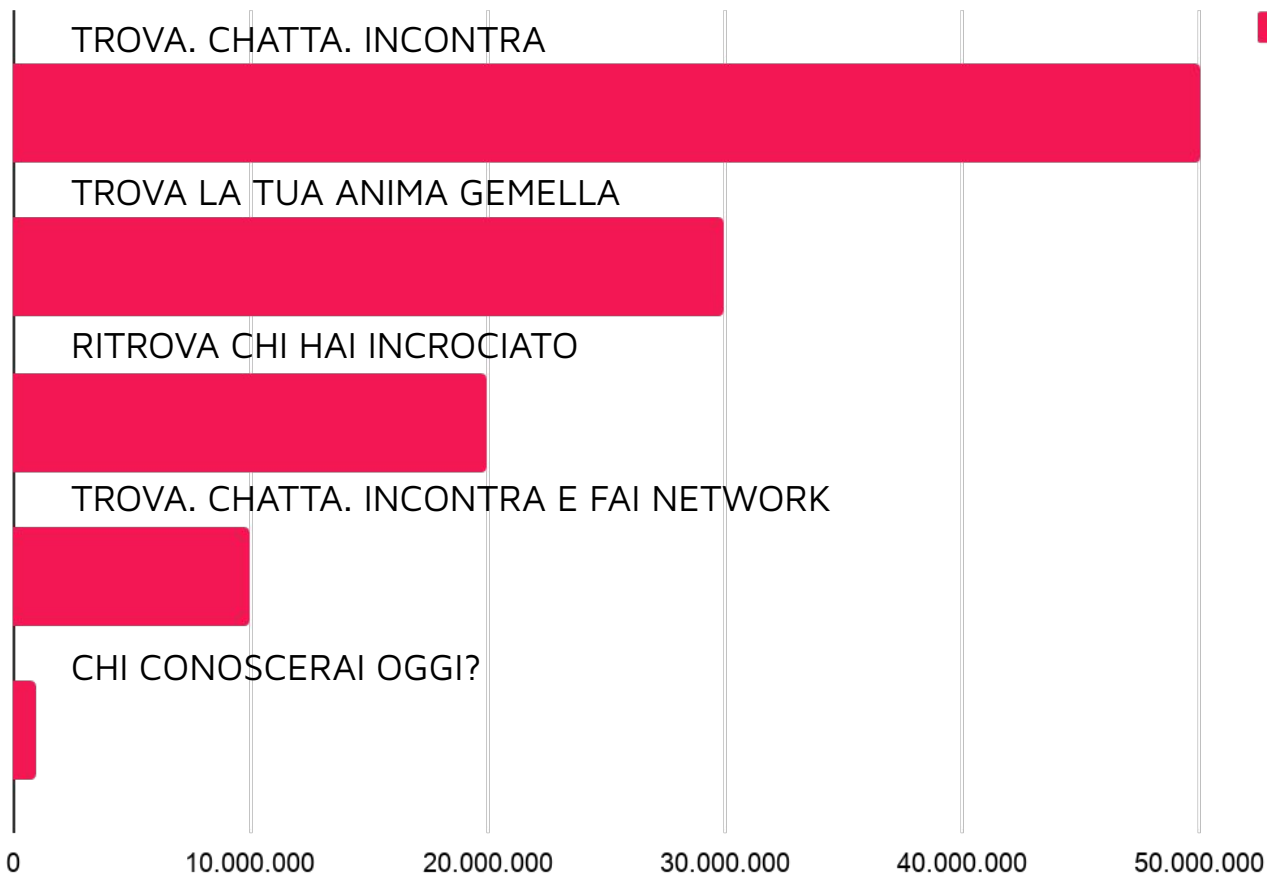
TROVA. CHATTA. INCONTRA E FAI NETWORK

Once



5°

CHI CONOSCERAI OGGI?



Live Dating













Winker

**ESCI.
INCONTRA.**



DOVE I SINGLE GIOCANO FACILE

 1°	STOCCOLMA	Ha il tasso più alto di popolazione che utilizza dating app (34%)	 6°	GINEVRA	Maggior n. di superliked su Tinder. E' la città dei migranti di lusso
 2°	MADRID	Ha il miglior rapporto uomo/donna (1:2) per l'utilizzo di dating app	 7°	PARIGI	Oltre il 51% è single. E' la 3° città per n. di download di dating app
 3°	OSLO	La maggioranza di famiglie è monoparentale (52,9%). Il 31% della popolazione utilizza dating app	 8°	OXFORD	Il 21% della popolazione è universitaria. E' la 3° città per n. di match in dating app
 4°	LONDRA	Ha il maggior n. di match (245 milioni/anno). Il 44% di famiglie monoparentali	 9°	TALLIN	La città con la migliore crescita demografica annuale.
 5°	BERLINO	3,4 Milioni di abitanti della città sono single (51% della popolazione)	 10°	LIMERICK	E' la 2° città più popolare su Tinder

Fonte:

Big 7 Travel

Elaborazione dati 2019: 1) Percentuale di single che vivono in città 2) Numero totale della popolazione 3) Frequenza fruizione dating app 4) Opinioni degli utenti residenti



PIANO INDUSTRIALE



ROADMAP

Il modello di Business di Winker è stato lanciato ed è pronto per la fase di posizionamento sul mercato milanese, per poi essere consolidato a livello nazionale ed internazionalizzato



STARTUP

modello di business su
Milano



LANCIO

del modello di business
sul mercato Milanese



POSIZIONAMENTO

del modello di business
sul mercato Milanese



SCALE UP NAZIONALE

del modello di business in
10 big city italiane

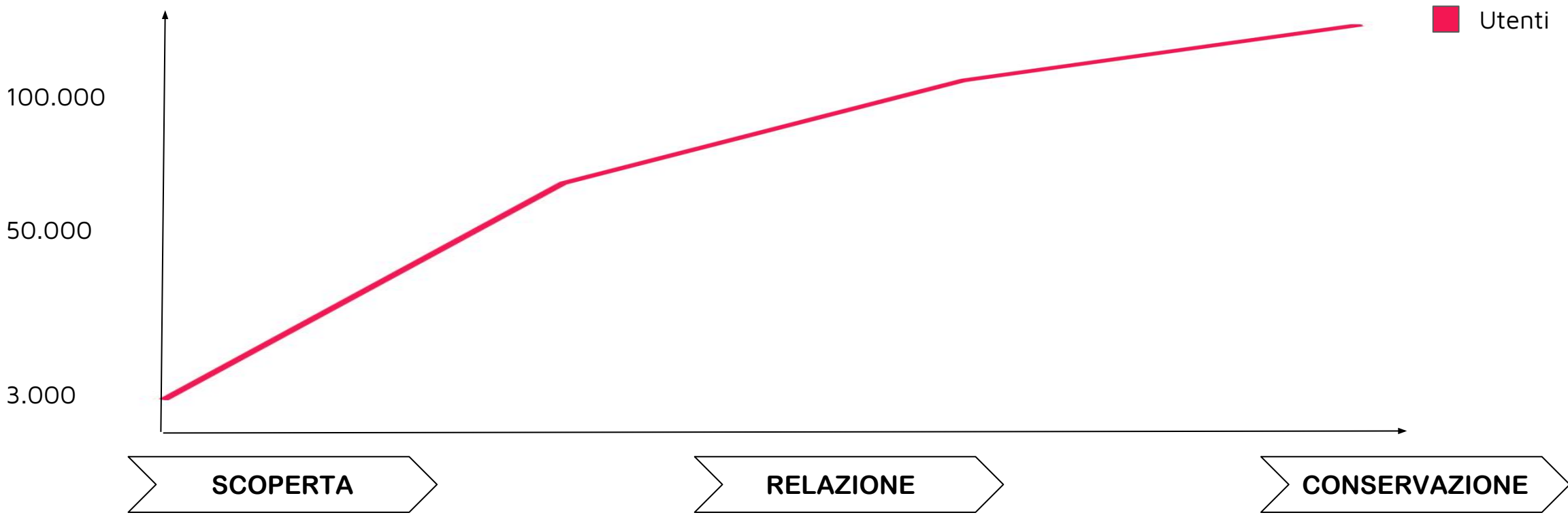


SCALE UP INTERNAZIONALE

del modello di Business in
10 big city europee



STRATEGIA DI MARKETING IN 3 FASI



Obiettivo: Facilità nel salire a bordo

Contenuti verticali: Blog, video e attività organiche coinvolgenti

Chiavi di performance: numero di iscrizioni e cancellazioni

Obiettivo: Costruire relazioni solide

Contenuti dedicati: Engagement con gli utenti

Analisi metriche: Per la fruizione del servizio

Obiettivo: UX sempre più di qualità

Campagne loyalty: migliorare profilazione e cross selling

Analisi profili: Studio dei comportamenti in app



WINKER IN VOLO

Campagna Social Media

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Youtube

Relation Marketing

- Community trigger
- Newsletters
- Guerrilla marketing
- Blog
- Website



Pubbliche Relazioni

- Partnership strategiche con esercenti ed event planner

ADS

- Cinema
- Radio
- Mobile store
- Activity social
- Google



Fase 1: Milano

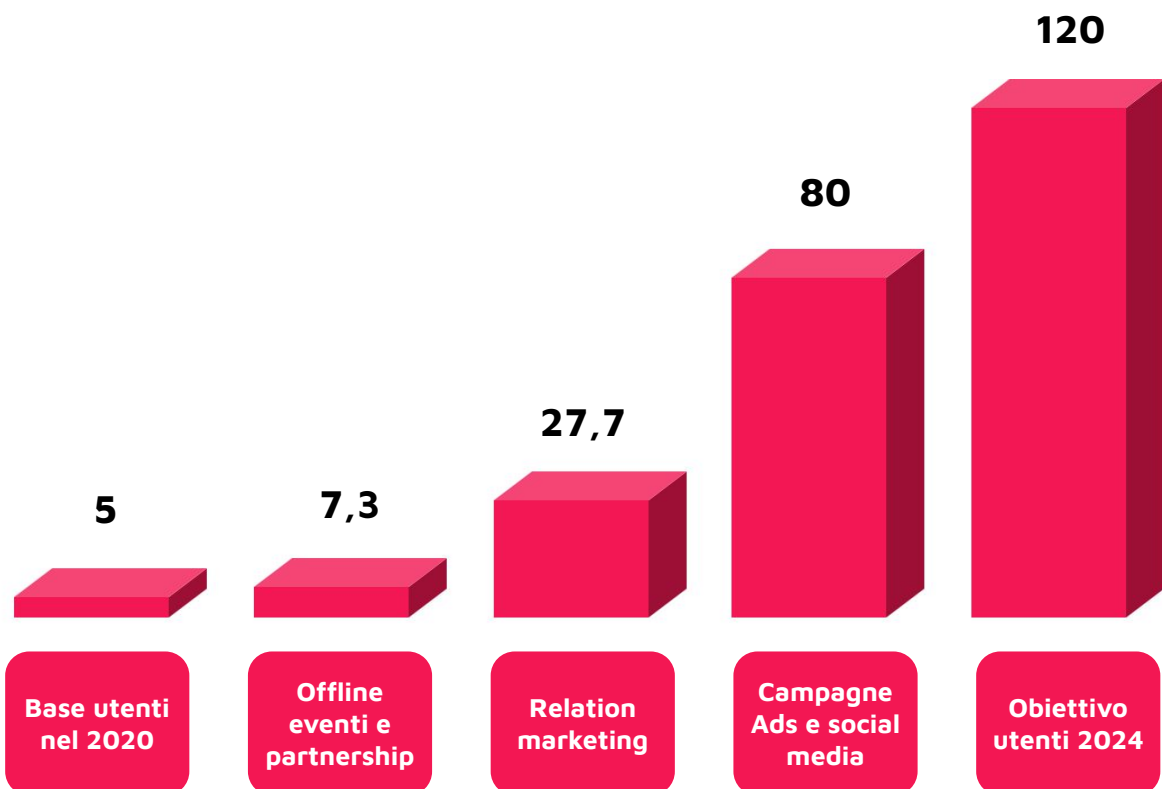
Fase 2: Scale-Up



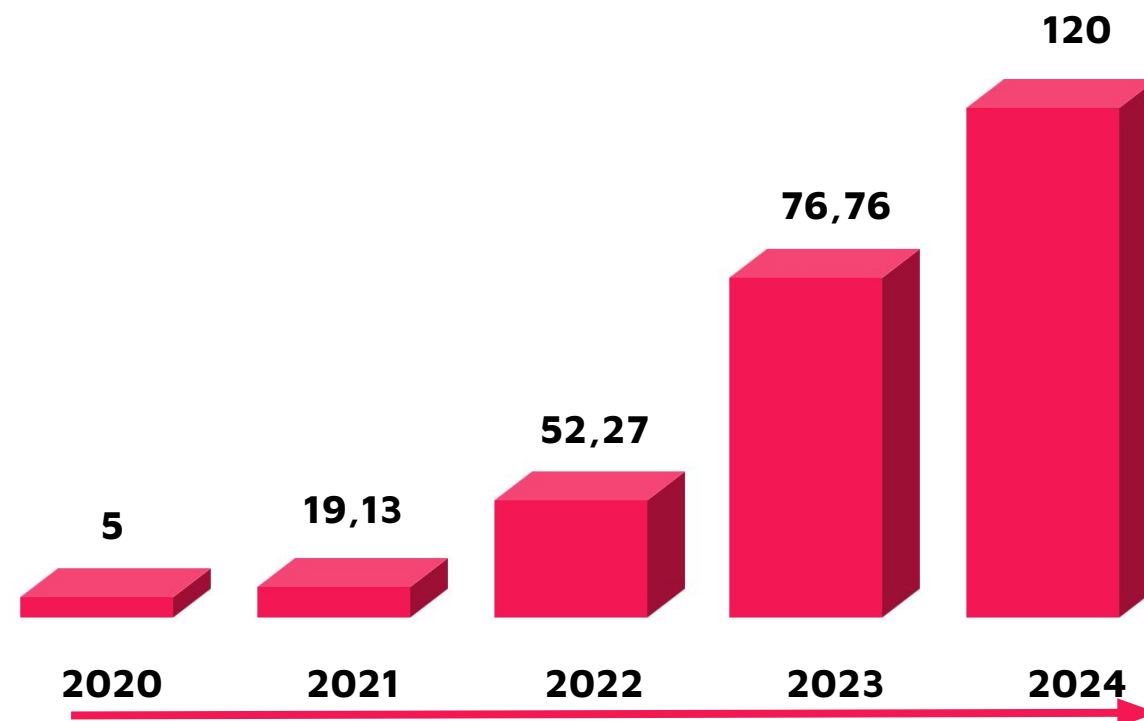
MILANO: CRESCITA BASE UTENTI

Il piano di lancio su Milano prevede la crescita della base utenti fino a 120.000 nel 2024, mediante strategie e iniziative di marketing che comprendono campagne mediatiche su canali tradizionali (e.g. giornali, radio) e web (e.g. facebook, instagram) e altre attività creative di Relation Marketing.

Leve di crescita base utenti ('000 utenti, 2020-2024)



Evoluzione annuale utenti ('000 utenti, 2020-2024)

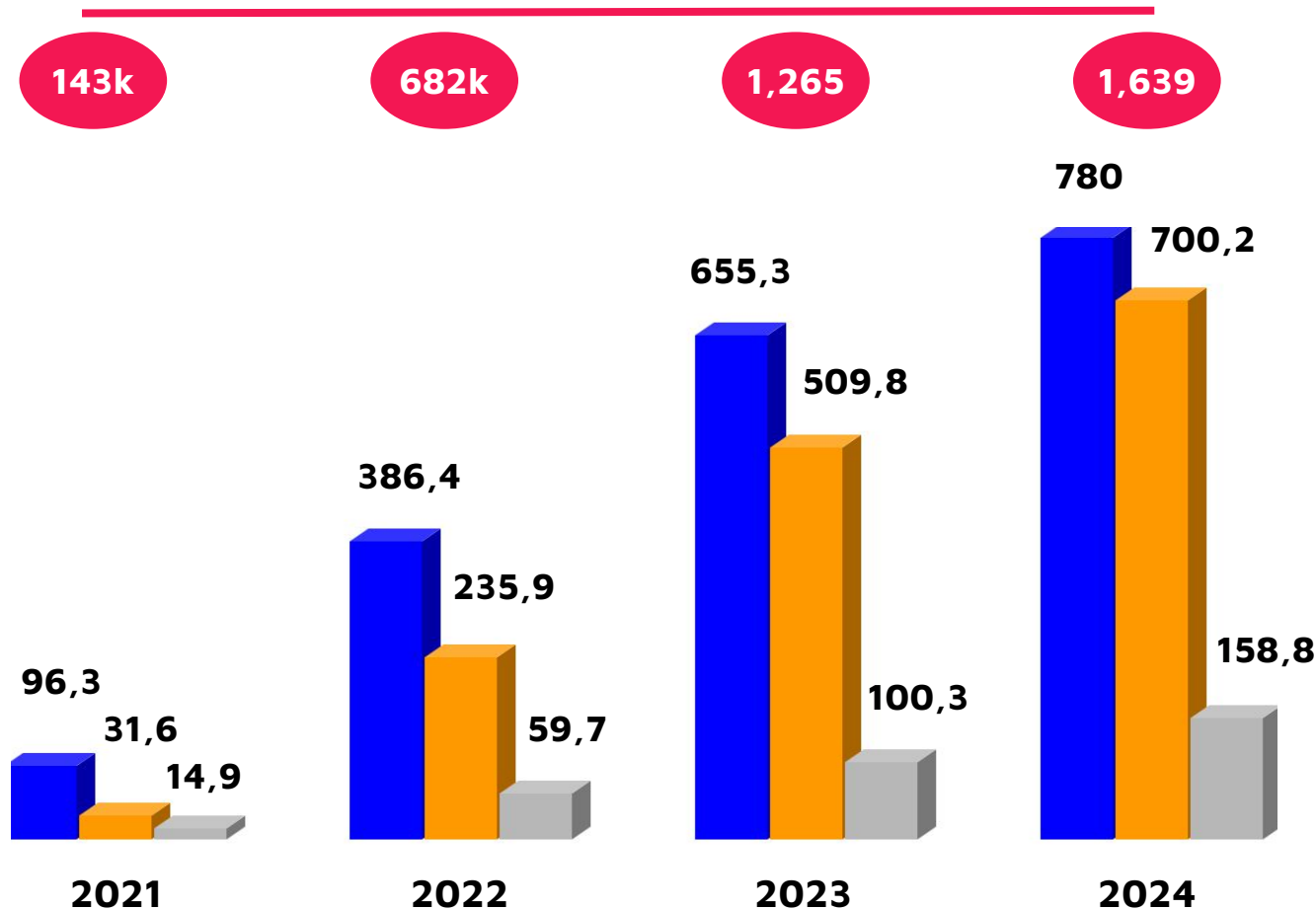




MILANO: BUSINESS PLAN (1/3)

Il lancio mediatico consentirà di raggiungere un fatturato superiore a 1,5K€ nel 2024 mediante la vendita di abbonamenti ai clienti B2C, unita ad un modello B2B, alla pubblicità in app e alla rivendita dati.

Evoluzione Ricavi ('000€, 2020-2024)



1

B2C abbonamenti: si ipotizza conservativamente in fase iniziale che solo fra il 2,5% e il 5,0% di utenti sottoscriveranno un abbonamento annuale al prezzo di 60€/utente per poi raggiungere un Arpu nel 2024 pari a 6,5€ in linea con il settore di mercato

2

Pubblicità: vendita di spazio pubblicitario agli esercenti (utenti business) sulla vetrina Winker, e vendita della pubblicità online sull'app

3

Profilazione utenti: vendita di pacchetti di informazioni a clienti B2B relative ai dati ricavati dagli utenti in app

NB: Ipotesi di ricavi a regime conservativa:
Una volta completata l'acquisizione di esercenti e utenti, Winker potrà ulteriormente esprimere il proprio potenziale mediante evolutive all'App e servizi complementari



MILANO: BUSINESS PLAN (2/3)

Winker, tramite il solo lancio su Milano, ambisce a raggiungere un EBITDA di ca. 775K€ nel 2024

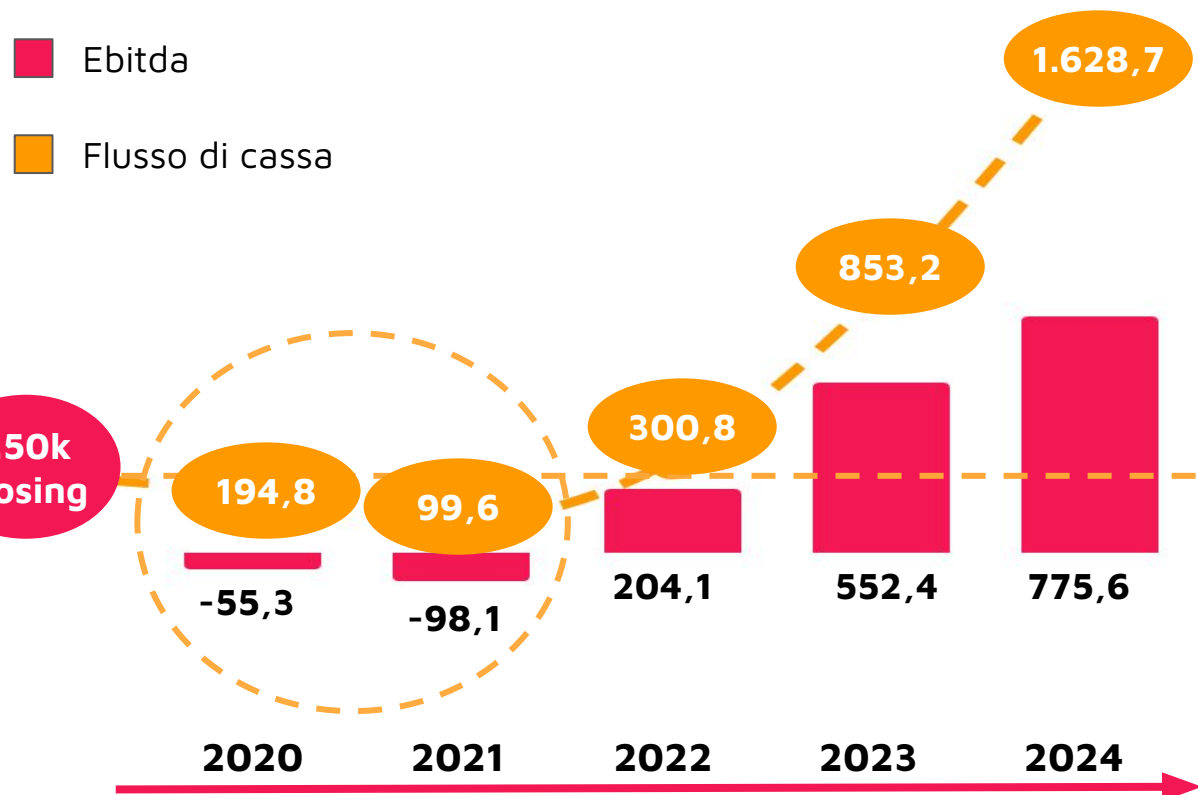
	2020	2021	2022	2023	2024
Abbonamenti B2C	-	96,305	386,364	655,256	780,000
Pubblicità e B2B	-	31,598	235,900	509,799	700,248
Profilazione utenti	-	14,989	59,727	100,345	158,765
Ricavi	-	142,892	681,991	1,265,400	1,639,013
<i>Crescita %</i>	-	-	477%	186%	130%
Marketing	(37,981)	(128,063)	(156,933)	(135,927)	(81,351)
CTA	7,60	6,24	3,55	4,16	4,61
Primo margine	(37,981)	14,829	525,058	1,129,473	1,557,662
<i>Margine %</i>	-	10%	77%	89%	95%
Lavoro	-	(90,600)	(293,707)	(544,800)	(744,800)
IT & GDPR	(17,280)	(22,280)	(27,280)	(32,280)	(37,280)
Costi fissi	(17,280)	(112,880)	(320,987)	(577,080)	(782,080)
EBITDA	(55,261)	(98,051)	204,071	552,393	775,582
<i>Margine %</i>	-	-	30%	44%	47%



MILANO: BUSINESS PLAN (3/3)

Si ipotizza un investimento di almeno 250K€, sufficienti per finanziare la crescita dei prossimi due anni e garantire quindi una generazione di cassa positiva a partire dal 2022

Flusso di cassa ('000€, 2020-2024)



▣ Previsto aumento di capitale da 250 k€ nel corso del 2020

- ▣ Assorbimento di cassa nei primi due anni necessario per sostenere i costi di acquisizione utenti ed esercenti (che genereranno ricavi negli anni seguenti), e per rafforzare la struttura
- ▣ La spesa sarà calibrata con prudenza, verificando gradualmente l'efficacia delle campagne di acquisizione e monitorando la crescita della base utenti



Fase 1: Milano

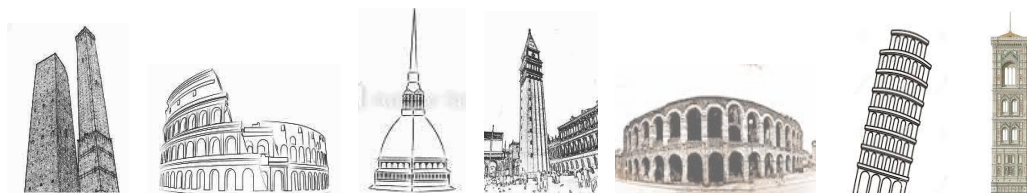
Fase 2: Scale-Up



FASE 2: SCALE UP

Successivamente al lancio sul mercato milanese, e mediante un successivo round di investimento a partire dal 2022, Winker potrà replicare il proprio modello di business sul mercato nazionale ed Europeo nelle città strategiche con il più alto tasso di single e utenti attivi

ITALIA



Lancio nelle principali città italiane (centri universitari) comprese le più popolate località turistiche

EUROPA



Lancio nelle principali città europee con la miglior domanda di dating app, tra cui:

- | | |
|--------------|--------------|
| 1) Stoccolma | 6) Ginevra |
| 2) Madrid | 7) Parigi |
| 3) Oslo | 8) Oxford |
| 4) Londra | 9) Tallin |
| 5) Berlino | 10) Limerick |



FASE 2: BUSINESS PLAN

L'espansione geografica nel 2024 in consentira' di raggiungere un fatturato di ca. 18 milioni di Euro entro il 2026

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Abbonamenti B2C	-	96,305	386,364	655,256	2,057,946	3,673,680	5,717,160
Pubblicita' e B2B	-	31,598	235,900	509,799	2,362,222	4,091,666	5,811,790
Profilazione utenti	-	14,989	59,727	100,345	1,602,756	3,349,692	6,572,700
Ricavi	-	142,892	681,991	1,265,400	6,022,924	11,115,038	18,101,650
<i>Crescita %</i>	-	-	477%	186%	476%	185%	163%
Marketing	(37,981)	(128,063)	(156,933)	(135,927)	(1,531,000)	(3,136,000)	(5,106,000)
Primo margine	(68,049)	14,829	525,058	1,129,473	4,491,924	7,979,038	12,995,650
<i>Margine %</i>	-	10%	77%	89%	75%	72%	72%
Lavoro	-	(90,600)	(293,707)	(544,800)	(1,248,000)	(1,632,000)	(2,592,000)
IT & GDPR	(17.280)	(22,280)	(27,280)	(32,280)	(64,520)	(787,280)	(1,357,280)
Costi fissi	(17,289)	(112,880)	(320,987)	(577,080)	(1,312,520)	(2,419,280)	(3,949,280)
EBITDA	(55.261)	(98,051)	(204,071)	552,393	3,179,404	5,559,758	9,046,370
<i>Margine %</i>	-	-	30%	44%	53%	50%	50%



VIA PER L'EXIT STRATEGY

Ci poniamo l'obiettivo nel medio lungo periodo di arrivare ad occupare stabilmente il mercato globale insieme ai più forti players del settore

1

IPO (quotazione al pubblico)

2

Acquisizione da una BIG COMPANY nel settore dating o eventi (es. Tinder, Eventbrite)

3

Acquisizione da un player finanziario (Es. fondo di investimenti)

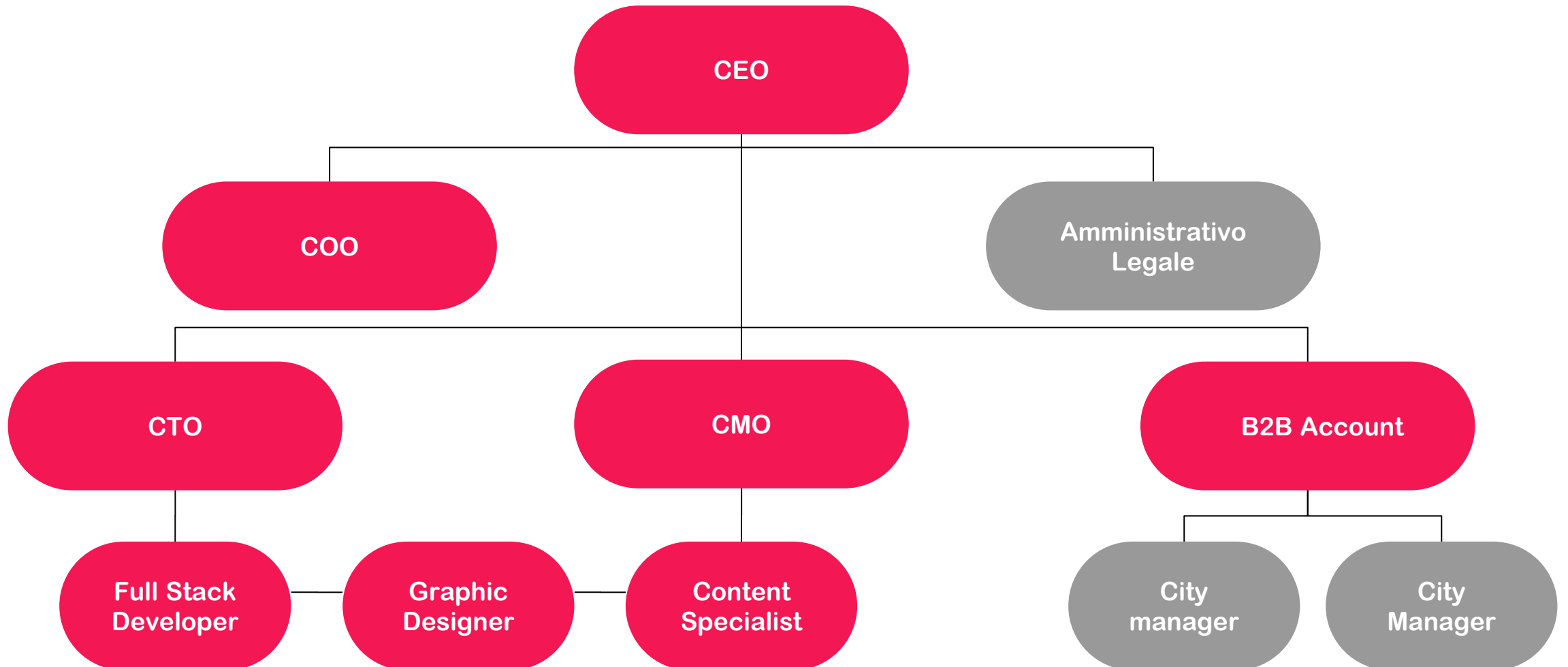


IL TEAM



ORGANIGRAMMA PROSPETTICO

La struttura organizzativa di Winker è completa di un team strategico che a seguito dello sviluppo del business verrà rafforzato nelle funzioni chiave per accelerare la crescita





IL NOSTRO TEAM

Il team di Winker si compone di profili strategici e operativi con competenze ed esperienze complementari, che lavorano sul progetto condividendo una cultura aziendale comune e un forte orientamento ai risultati



Andrea Pravato
CEO
Fiscal & Management
+5 years



Matteo Colombo
COO
Business analyst
+5 years



Alfonso Adduci
CTO
Full stack developer
+5 years



Guglielmo Corsini
CMO
Digital marketer
+5 years



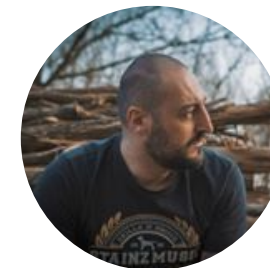
Valentina Geminiani
Content Specialist
Copywriter & SMM
+5 years



Giada Sabbarese
Graphic Designer
Digital Designer
+3 years



Giancarlo Romano
B2B Account
Event Brand Manager
+5 years



Paolo Meroni
Editor video graphic
Editor video maker
+5 years

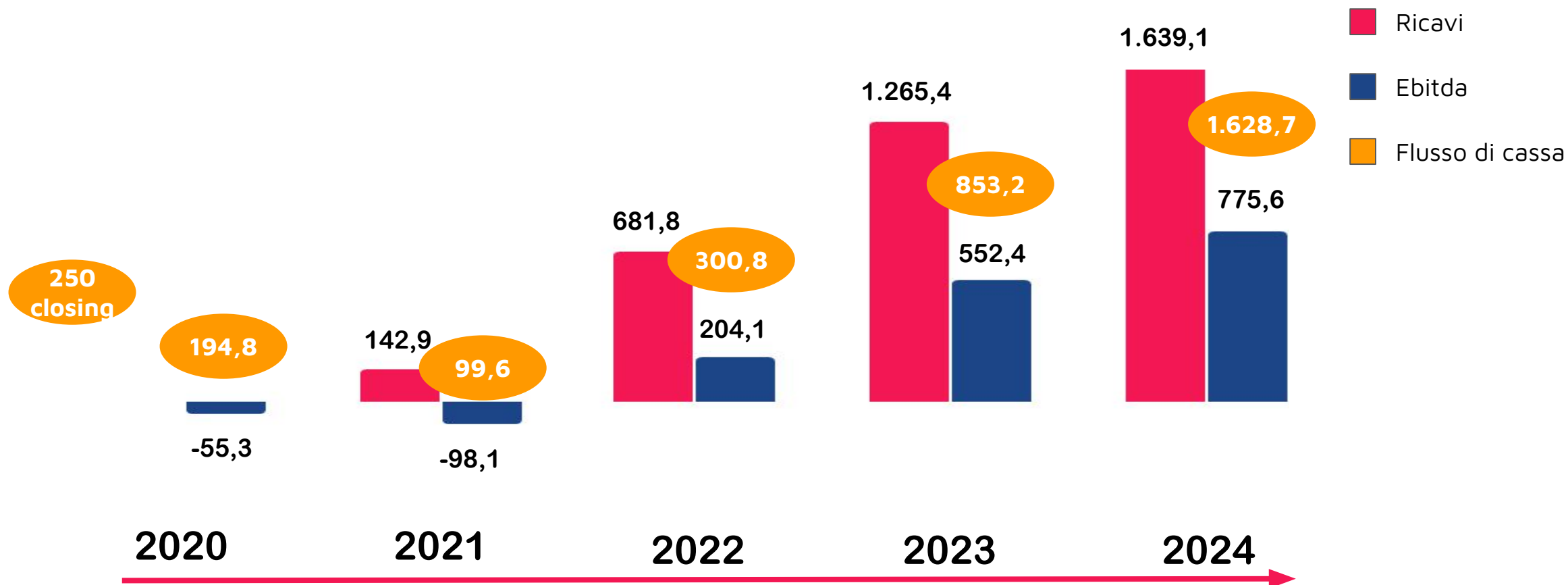


SEED ROUND



INVESTIMENTO RICHIESTO

Il Seed Round servirà ad occupare stabilmente il mercato sul territorio di Milano, portando l'azienda a break even nel 2022 e ad un EBITDA superiore al 50% che consentirà di iniziare il processo di SCALE-UP





PERCHÈ INVESTIRE IN WINKER?

RIVOLUZIONE

Rivoluziona l'esperienza del dating online applicandolo alla vita reale

SCALABILITÀ

Il modello di business è facilmente replicabile in un settore profittevole ed in costante crescita esponenziale

BUSINESS

L'opportunità di moltiplicare il valore dell'investimento: Siamo ambiziosi e determinati a sviluppare tutte le fasi di crescita per arrivare ad occupare stabilmente il mercato internazionale insieme ai più forti players del settore