

# HAVALL

B2B գնումների մարկետինգի շայաստանի բիզնեսի համար

## ԱՄԲՈՂՁԱԿԱՆ ԲԻԶՆԵՍ ՊԼԱՆ 3 ՏԱՐԿԱ ՀԱՄԱՐ

AI օգնական • Չաթ և զանգեր • Վեբ + Telegram • Վճարումներ պլատֆորմով

Երևան, Հայաստան • 2026

*Գաղտնի*

# 1. Ծրագրի ամփոփում

Havall-ը համընդհանուր B2B գնումների պլատֆորմ է Հայաստանի փոքր և միջին բիզնեսի համար, որտեղ AI օգնականը աշխատում է մարդու փոխարեն. հետևում է պահեստի մնացորդներին, վերլուծում է վաճառքները, ինքնուրույն գտնում է լավագույն մատակարարին՝ ըստ գնի, վարկանիշի և հեռավորության, և նույնիսկ բանակցում է գնի շուրջ: Պլատֆորմը միավորում է գնորդներին (ռեստորաններ, խանութներ, դեղատներ, ավտոսերվիսներ, արհեստանոցներ, հյուրանոցներ) և բոլոր կատեգորիաների մատակարարների հետ՝ սննդամթերք, դեղորայք, ավտոպահեստամասեր, տեխնիկա, շինանյութեր, կենցաղային քիմիա:

Գլխավոր տարբերությունը գոյություն ունեցող բոլոր լուծումներից այն է, որ AI-ն աշխատում է որպես լիարժեք բիզնես-խորհրդատու, հաշվապահ և օգնական միաժամանակ: Ոչ թե պարզապես կատալոգ, այլ խելացի աշխատակից, որն ինքն է կատարում աշխատանքի մեծ մասը:

Տնտեսում գնումներում	Ժամանակի տնտեսում	Թիրախային շուկա
15–25% յուրաքանչյուր բիզնեսի համար	Օրական 2–3 ժամ	Հայաստանի 60 000+ փոքր բիզնես

## 2. Շուկայի խնդիրը

### 2.1. Գնորդների խնդիրները

Ռեստորանները, սրճարանները, խանութները, դեղատները, ավտոսերվիսները, արհեստանոցները և հյուրանոցները Հայաստանում բախվում են միևնույն խնդիրներին.

- Օրական 2–3 ժամ ծախսում են գանգերի, շուկա (Թաշիր, ԳՈԲՄ, Սևան, Մալաթիա) այցելությունների, մատակարարների հետ սակարկությունների վրա
- Զգիտեն՝ ավելի թանկ են վճարում, թե ոչ — գների թափանցիկություն չկա
- Պատվիրում են պատահականորեն՝ երբեմն չափազանց շատ (մթերքը փչանում է), երբեմն պակաս (կորցնում են հաճախորդներ)
- Հաշվառումը վարում են տեսրում կամ Excel-ում — վերլուծություն չկա, չեն հասկանում որտեղ են գնում գումարները
- Չեն տեսնում մատակարարի մոտ մնացորդները — զանգում են առկայությունը ճշտելու համար
- Միայնակ չեն կարող մեծածախ գին ստանալ — ծավալները շատ փոքր են

### 2.2. Վաճառողների խնդիրները

Մատակարարները (ֆերմերներ, մեծածախ վաճառողներ, դիստրիբյուտորներ, ներկրողներ, պահեստամասերի խանութներ, դեղորայքի դիստրիբյուտորներ) նույնպես տուժում են.

- Օրական 50+ զանգ — կեսն ոչնչով չի ավարտվում

- Անկանխատեսելի պահանջարկ — անհնար է պլանավորել գնումներ արտադրողից
- Հաճախորդները ուշացնում են վճարումները, պարտքերի վերահսկողություն չկա
- Նոր հաճախորդներ են գտնում միայն բերանացի խոսքով
- Չվաճառված մնացորդները փչանում են — մինչև 15% կորուստ
- Չգիտեն մրցակիցների գները — սահմանում են պատահականորեն

### 3. Լուծումը՝ Havall AI օգնական

Havall-ը պարզապես կատալոգ չէ: Դա AI օգնական է, որը միաժամանակ աշխատում է որպես լիարժեք բիզնես-խորհրդատու, հաշվապահ և գնումների մենեջեր: Ամբողջ սովորական աշխատանքը կատարում է մարդու փոխարեն:

#### 3.1. Ի՞նչ է անում AI-ն գնորդների համար

Գնորդը բացում է պլատֆորմը: AI-ն արդեն գիտի նրա բիզնեսը՝ ինչ է վաճառում, ինչպիսի մնացորդներ կան պահեստում, ինչպիսի վաճառքներ են եղել շաբաթվա ընթացքում, ինչ է սովորաբար պատվիրում երկուշաբթի օրերին:

#### Սցենար՝ Ռեստորանը առավոտյան

Ռեստորանի տերը բացում է հավելվածը: Հարցնում է. «Ի՞նչ է մնացել ինձ և ի՞նչ պետք է գնեմ»:

AI-ն պատասխանում է. «Լոլիկ է մնացել 3 կգ — կբավարարի մինչև ճաշ: Հավ՝ 8 կգ — այսօրվա համար բավական է: Լավաշ՝ 0 — վերջացել է: Խորհուրդ եմ տալիս հենց հիմա պատվիրել՝ 20 կգ լոլիկ, 15 կգ հավ, 200 լավաշ: Վաղվա-մյուս օրվա համար՝ նաև ավելացրեք 5 կգ պանիր (վիճակագրությամբ, հանգստյան օրերին դուք այն արագ եք ծախսում)»:

AI-ն անմիջապես գտնում է լավագույն մատակարարներին.

- Լոլիկ — ֆերմեր Արմավիրից, 380 AMD/կգ, վարկանիշ 4.9, առաքում 2 ժամում, 3 կմ Ձեզանից
- Հավ — մեծածախ «Արարատ Միտ», 1 850 AMD/կգ, վարկանիշ 4.8, առաքում մինչև 11:00, 5 կմ
- Լավաշ — «Երևան» հացատուն, 80 AMD/հատ, առաքում հիմա, 1 կմ Ձեզանից

Տերը սեղմում է «Պատվիրել ամեն ինչ» — պատրաստ է: Եթե ցանկանում է մանրամասներ ճշտել կամ սակարկել՝ սեղմում է «Կապ հաստատել»՝ ներկառուցված չաթ կամ զանգ հենց պլատֆորմում: Կարող է AI-ին խնդրել՝ «Պայմանավորվիր ծավալի համար գեղջի շուրջ» — AI-ն ինքը կգրի մատակարարին և կբերի արդյունքը: Կամ տերն ինքը կկապնվի — ինչպես հարմար է:

## Սցենար՝ Ավտոսերվիս

Ավտոարհեստանոցի վարպետը ստանում է 2018 թվականի Hyundai Tucson՝ արգելակման բարձիկների խնդրով: Հարցնում է AI-ին. «Պետք են առջևի արգելակման բարձիկներ Hyundai Tucson 2018-ի համար, գտիր որտեղից վերցնել»:

AI-ն փնտրում է Երևանում գրանցված բոլոր պահեստամասերի վաճառողների մեջ և ցույց տալիս.

- Բագրատունյաց 93 խանութ — օրիգինալ, 18 500 AMD, առկա է, առաքում 1 ժամում, վարկանիշ 4.7
- Drive Motors — Bosch-ի փոխարինիչ, 12 000 AMD, առաքում 2 ժամում, վարկանիշ 4.9
- Garage Masters Mall խանութ — օրիգինալ, 19 200 AMD, կարելի է ինքն վերցնել

Վարպետն ընտրում է, սեղմում կոճակը — պատվերը ձևակերպված է: AI-ն հիշում է ընտրությունը և հաջորդ անգամ անմիջապես կառաջարկի ստուգված տարբերակը:

## 3.2. Ի՞նչ է անում AI-ն վաճառողների համար

Վաճառողը ներբեռնում է իր ապրանքը պլատֆորմ (կամ մենք ինքներս օգնում ենք առաջին ամիսներին): AI-ն դառնում է նրա անձնական բիզնես-խորհրդատու:

### Սցենար՝ Վաճառողը ներբեռնում է ապրանքը

Պահեստամասերի խանութը ներբեռնում է Toyota Camry-ի համար նոր արգելակային սկավառակներ: Հարցնում է AI-ին. «Ո՞րն է սրա շուկայական գինը»:

AI-ն պատասխանում է. «Պլատֆորմի տվյալներով, այս սկավառակները Երևանում վաճառում են ևս 4 խանութ: Գները՝ 22 000, 24 500, 23 000 և 26 000 AMD: Միջին գինը՝ 23 875 AMD: Եթե սահմանեք 22 500 AMD՝ կդառնաք ամենաեժանր, բայց դեռ շահույթում (Ձեր ներկրման ալիքով գնման գինը մոտ 18 000 AMD է): Սա ավելի շատ հաճախորդներ կբերի — իմ կանխատեսումը՝ առաջին ամսում 15–20 վաճառք սովորական 8-ի փոխարեն»:

Վաճառողը սեղմում է «Կիրառել առաջարկը» — գինը սահմանված է:

### AI-ն որպես ամենօրյա խորհրդատու

Ամեն առավոտ վաճառողը ստանում է AI-ից համառոտ հաշվետվություն.

- Երեկ եղել է 12 պատվեր՝ 240 000 AMD ընդհանուր գումարով
- Ամենաշատ վաճառված ապրանքը՝ Castrol 5W-30 յուղ (5 հատ)
- Վերջանում է ապրանքը՝ Mann ֆիլտրեր (մնացել է 3 հատ) — խորհուրդ եմ տալիս նորից պատվիրել
- Վաղվա կանխատեսում՝ 14–16 պատվեր, պատրաստեք կուրիերին մինչև 10:00
- Ձեր ստարտերների գինը շուկայից 15%-ով բարձր է — խորհուրդ եմ տալիս իջեցնել 8%-ով վաճառքի աճի համար

### 3.3. AI-ն որպես ունիվերսալ օգնական

Երկու կողմերի համար AI-ն միաժամանակ աշխատում է որպես.

- Հաշվապահ — հաշվառում է բոլոր վաճառքները, ծախսերը, մնացորդները, հաճախորդի խնդրանքով Excel-ում հաշվետվություններ է կազմում
- Գնումների օգնական — ինքն է ձևակերպում պատվերները, գտնում մատակարարներին, բանակցում գնի շուրջ
- Բիզնես-խորհրդատու — վերլուծում է միտումները, խորհուրդ է տալիս ինչ գնել, որ ապրանքներն են շահութաբեր, որոնք՝ վնասաբեր
- Վերլուծաբան — ցույց է տալիս որտեղ են գնում գումարները, որ կատեգորիաներն են աճում, որոնք՝ նվազում
- Հաճախորդների հետ աշխատող մենեջեր — հիշեցնում է կրկնակի պատվերների մասին, զեղչեր է առաջարկում հավատարիմներին

### 3.4. Կապը գնորդի և վաճառողի միջև

Պլատֆորմը տրամադրում է կապի մի քանի եղանակներ հենց իր ներսում.

- Ներկառուցված չաթ — նամակագրություն մատակարարի հետ հավելվածում, պատմությունը պահպանվում է
- Չանգ պլատֆորմի միջոցով — սեղմում ես կոճակը, խոսում ձայնով՝ առանց սովորական հեռախոսի դուրս գալու
- AI-բանակցող — հաճախորդն ասում է «պայմանավորվիր ծավալի համար 10% զեղչի շուրջ», AI-ն ինքը գրում է վաճառողին և պատասխանը բերում
- Ուղիղ կապ — անհրաժեշտության դեպքում պլատֆորմը տալիս է վաճառողի հեռախոսահամարը և հասցեն

## 4. Կատեգորիաներ և օգտագործման օրինակներ

Պլատֆորմը անմիջապես աշխատում է Հայաստանի փոքր բիզնեսի բոլոր կատեգորիաների համար: Ահա իրական օրինակներ.

### 4.1. Սննդամթերք (HoReCa — հյուրանոցներ, ռեստորաններ, սրճարաններ)

Գնորդներ՝ ռեստորաններ, սրճարաններ, հյուրանոցներ, ճաշարաններ, հրուշակեղենի խանութներ, հացատներ: Մատակարարներ՝ Արարատյան դաշտավայրի ֆերմերներ, Թաշիրի և ԳՈԲՄ-ի մեծածախ վաճառողներ, մսի կոմբինատներ, կաթի գործարաններ, ներկրողներ:

Օրինակ՝ Հյուսիսային պողոտայի ռեստորանը ներկայումս ամեն առավոտ 2 ժամ է ծախսում 5 գանգի և ԳՈԲՄ այցելության վրա: Havall-ի հետ՝ հավելվածում 5 րոպե, AI-ն ինքն է պատվեր առաջարկում վաճառքների պատմության հիման վրա:

## 4.2. Ավտոպահեստամասեր և ավտոսերվիսներ

Գնորդներ՝ ավտոսերվիսներ, ավտոարհեստանոցներ, ավտովագուսներ, դողերի փոխման կետեր, արհեստանոցներ, մասնավոր վարպետներ: Մատակարարներ՝ Սևան շուկայի պահեստամասերի խանութներ (Բագրատունյաց 93), Garage Masters Mall, Drive Motors, MG Parts, Mosesco, Europarts, Gutap, Autodoc, Մոսկվայից, Էմիրություններից և Եվրոպայից ներկրողներ:

Օրինակ՝ Դավթաշենում ավտոարհեստանոցի վարպետը ստանում է խնդիրով Hyundai: Հիմա գանգում է 3 խանութ, գնում Սևան, կորցնում 1 ժամ: Havall-ի հետ՝ հարցրեց AI-ին, ստացավ 5 խանութի ցանկ՝ 12 000-ից մինչև 19 200 AMD գներով, օրիգինալ և անալոգ, առկայություն և առաքում: Ընտրեց — մասը ժամանեց 1 ժամում:

Պահեստամասերի խանութը տեսնում է վերլուծությունները՝ ինչ մասեր են ամենից հաճախ փնտրվում Երևանում, որ մեքենաների վրա մեծ պահանջարկ կա, որ մոդելներն են արագ հեռանում: Գնումներ է անում ըստ պահանջարկի — պահեստում ավելի քիչ մնացորդներ, ավելի շատ շրջանառություն:

## 4.3. Դեղատներ և բժշկական հաստատություններ

Գնորդներ՝ դեղատներ («Ալֆա-Ֆարմ», «Ֆարմ Կենտրոն», «Հայփոստ Մեդ» ցանցերը և անկախները), կլինիկաներ, ատամնաբուժարաններ, ախտորոշման կենտրոններ: Մատակարարներ՝ դեղորայքի դիստրիբյուտորներ, դեղերի մեծածախ պահեստներ, բժշկական ապրանքների ներկրողներ:

Օրինակ՝ Նոր Նորքի «Ալֆա-Ֆարմ» դեղատունը ամեն օր հեռախոսով պատվիրում է դեղեր 3 դիստրիբյուտորից: Havall-ի հետ՝ AI-ն հետևում է մնացորդներին, նախազգուշացնում է, որ պարագետամուրը վերջանում է, ինքն է ձևակերպում պատվերը՝ վաճառքի վիճակագրության և սեզոնի հիման վրա: Դեղագործը միայն հաստատում է:

## 4.4. Շինանյութեր և վերանորոգում

Գնորդներ՝ շինարարական ընկերություններ, վերանորոգման բրիգադներ, ինտերիերի դիզայներներ, մասնավոր շինարարներ, շինանյութերի խանութներ: Մատակարարներ՝ «Գնունի Մեկ», «ՍտրոյՓրայս», Արշակունյացի շինարարական բազաներ, ադյուսի և ցեմենտի գործարաններ, սալիկի և սանտեխնիկայի ներկրողներ:

Օրինակ՝ վերանորոգման բրիգադը վերցնում է բնակարան «բանալիով» պատրաստ: Հարկավոր է՝ սալիկ, սոսինձ, պրոֆիլ, պտուտակներ, սանտեխնիկա: Հիմա՝ 2 այցելություն «Գնունի Մեկ» և շինարարական բազա, սակարկություններ, սալիկի ճիշտ գույնի որոնում: Havall-ի հետ՝ մեկ պատվեր ամեն ինչի համար, AI-ն խմբավորում է այլ բրիգադների հետ 20% մեծածախ զեղչի համար, առաքումն ուղիղ օբյեկտ:

## 4.5. Տեխնիկա և էլեկտրոնիկա

Գնորդներ՝ էլեկտրոնիկայի խանութներ, հեռախոսների և նոթբուքերի վերանորոգման արհեստանոցներ, գրասենյակներ (տպիչների, քարտրիջների գնում), դպրոցներ և համալսարաններ: Մատակարարներ՝ դիլերներ, Չինաստանից և ԱՄԷ-ից ներկրողներ, մեծածախ պահեստներ:

Օրինակ՝ Մաշտոցի հեռախոսների վերանորոգման արհեստանոցը այժմ միջնորդների միջոցով է պատվիրում էկրաններ և մարտկոցներ: Havall-ի հետ՝ տեսնում է տեղական մեծածախ վաճառողների և ներկրողների առկայությունը, համեմատում գները, պատվիրում ուղղակիորեն: AI-ն հիշեցնում է գրասենյակին, երբ քարտիջները վերջանում են:

#### 4.6. Կենցաղային քիմիա և ծախսանյութեր

Գնորդներ՝ հյուրանոցներ, հավաքարարական ընկերություններ, ռեստորաններ (վաճառող միջոցներ), վարսավիրանոցներ (ծախսանյութեր), գրասենյակներ: Մատակարարներ՝ քիմիայի արտադրողներ, ներմուծվող ապրանքանիշների դիստրիբյուտորներ:

Օրինակ՝ Երևանի կենտրոնի հյուրանոցը վաճառող միջոցներ, սրբիչներ, օճառներ գնում է 4 մատակարարից: Havall-ի հետ՝ մեկ պատվեր ամեն ինչի համար, խմբային գնում հարևան հյուրանոցների հետ = 20% զեղչ, վերլուծություն ծախսի ըստ հարկերի և ամիսների:

### 5. Ի՞նչ է մտնում պրոդուկտի մեջ

Պլատֆորմի հաճախորդը (գնորդ կամ վաճառող) ստանում է գործիքների լիարժեք հավաքածու.

Բաղադրիչ	Ի՞նչ է տալիս
AI-օգնական	Լիարժեք բիզնես-խորհրդատու, հաշվապահ, գնումների օգնական և վերլուծաբան մեկտեղում
Վեբ տարբերակ	Ամբողջական կառավարման վահանակ՝ dashboard, վերլուծություններ, հաշվետվություններ, պատվերների կառավարում
Բջջային տարբերակ	Հարմար բջջային տարբերակ արագ պատվերների և ապրանքների տեսախցիկով սկանավորման համար
Telegram-բոտ	Ծանուցումներ, արագ պատվերներ, AI-ի հետ շփում՝ առանց հավելվածի տեղադրման
Ներկառուցված չաթ	Նամակագրություն մատակարարների/գնորդների հետ հենց պլատֆորմում, պատմությունը պահպանվում է
Չանգեր պլատֆորմում	Չայնային զանգեր հավելվածում՝ առանց սովորական հեռախոսի դուրս գալու
Excel հաշվետվություններ	Ցանկացած հաշվետվություն ինդրանքով՝ վաճառքներ, ծախսեր, մնացորդներ, վերլուծություն — ամեն ինչ Excel-ում 1 սեղմումով
Ապրանքների սկաներ	Շտրիխկոդերի և QR-ների սկանավորում տեսախցիկով՝ կատալոգում արագ ավելացնելու համար
Բանկերի հետ ինտեգրում	2-րդ տարուց՝ վճարում հենց պլատֆորմում՝ Idram, Telcell, բանկային քարտերի միջոցով

## 6. Մոնետիզացիայի մոդել

Մոնետիզացիայի ռազմավարությունը կառուցված է Հայաստանի իրական իրավիճակի վրա՝ փոքր բիզնեսը գգուշավոր է բաժանորդագրությունների նկատմամբ, ուստի առաջին 3 ամիսը՝ անվճար է բազայի հավաքման և արժեքի ապացուցման համար: Այնուհետև՝ հայկական գներով վճարման մեղմ ներդրում:

### 6.1. 1-ին փուլ. Անվճար 3 ամիս (բազայի հավաքում)

Բոլոր գործառույթներն անվճար են բոլորի համար՝ և՛ գևորդների, և՛ վաճառողների: Նպատակը՝ հավաքել 100+ գևորդների և 50+ մատակարարների բազա, ապացուցել նրանց պլատֆորմի արժեքը իրական գումարներով և ժամանակով:

Ինչ ենք մենք անում այս ամիսներին.

- Անձամբ այցելում ենք մատակարարներին, լուսանկարում ապրանքները, ներբեռնում գնացուցակները
- Սովորեցնում ենք աշխատել պլատֆորմի հետ
- Անվճար միացնում ենք գևորդներին
- Ձեռքով համակարգում ենք առաքումը
- Հավաքում ենք հետադարձ կապ, բարելավում պլատֆորմը

### 6.2. 2-րդ փուլ. Բաժանորդագրություններ (4-րդ ամսից)

3 ամիս անվճար օգտագործումից հետո միացնում ենք վճարումը: Գները ընտրված են Հայաստանի իրական շուկայի համար (հայկական փոքր բիզնեսը սովորաբար վճարում է SaaS-ծառայությունների համար ամսական 5 000–30 000 AMD).

Սակագին	Ում համար	Ամսական գին	Ինչ է մտնում
Հիմնական	Փոքր գևորդ (սրճարան, արհեստանոց)	8 000 AMD (~\$20)	AI, պատվերներ, չաթ
Ստանդարտ	Միջին բիզնես (ռեստորան, դեղատուն)	18 000 AMD (~\$45)	Հիմնական + վերլուծություն + Excel
Պրեմիում	Ցանցեր և հյուրանոցներ	35 000 AMD (~\$90)	Ամեն ինչ + բազմաթիվ մասնաճյուղեր
Վաճառող	Մատակարարներ	12 000 AMD (~\$30)	AI-խորհրդատու, վերլուծություն
Թուփ տեղադրում	Մատակարարներ	+15 000 AMD	Առաջինը կատալոգում

Լրացուցիչ՝ 3% միջնորդավճար յուրաքանչյուր գործարքից (գևորդից կամ վաճառողից — բանկերից ցածր), առաքում 800–2 500 AMD մեկ պատվերի համար (վճարում է գևորդը):

### 6.3. 3-րդ փուլ. Վճարումներ պլատֆորմում (13-րդ ամսից)

Առաջին տարվա վերջում ստանում ենք վճարային օպերատորի հավաստագիր և ուղղակիորեն ինտեգրում ենք վճարումը պլատֆորմում Հայաստանի տեղական համակարգերի միջոցով.

- Idram — Հայաստանի ամենահայտնի էլեկտրոնային վճարային համակարգը
- Telcell Wallet — երկրորդ ամենահայտնի դրամապանակը
- ARCA — տեղական բանկային քարտեր
- Visa / Mastercard Ameriabank, Inecobank, Acba-ի միջոցով (Էքվայրինգով)

Ինչպե՞ս է սա աշխատում. գնորդը պատվերը վճարում է հենց պլատֆորմում: Գումարը սառեցվում է Havall-ի հաշվին: Մատակարարը պատրաստում է և ապրանքը հանձնում է կուրիերին (կամ ինքն է առաքում): Առաքման հաստատումից հետո՝ գումարը ավտոմատ փոխանցվում է մատակարարին: Սա լուծում է վաճառողների գլխավոր խնդիրը՝ վճարումների ուշացումները և պարտքերը:

Լրացուցիչ եկամուտ այս փուլից.

- Էքվայրինգ 1.5–2% յուրաքանչյուր գործարքից (Հայաստանի ստանդարտ)
- Ֆակտորինգ — 7–14 օրով վճարման հետաձգում ստուգված գնորդների համար 2% միջնորդավճարով
- Float — Havall-ի հաշվին եղած գումարները վճարման և առաքման միջև տոկոսային եկամուտ են ստեղծում

## 7. Խելացի գովազդ և ավտոմատ ուղարկումներ

Պլատֆորմի առանձին գործառույթը՝ խելացի գովազդ վաճառողների, արտադրողների և գործարանների համար: Աշխատում է որպես ավտոմատ «վաճառքի մենեջեր», որն ինքն է գտնում ճիշտ լսարանը և առաքում առաջարկը՝ առանց վաճառողի մասնակցության:

### 7.1. Ինչպե՞ս է սա աշխատում

Վաճառողը կամ արտադրողը ներբեռնում է Նոր ապրանք (կամ ակտիվացնում գովազդը գոյություն ունեցողի վրա): AI-ն վերլուծում է ապրանքը ըստ կատեգորիայի, ենթակատեգորիայի, ապրանքանիշի, համատեղելիության, նշանակության և ավտոմատ որոշում թիրախային լսարանը՝ պլատֆորմում գրանցված գնորդներից ում կարող է հետաքրքրել:

Վճարովի գովազդի ակտիվացումից հետո համակարգը ավտոմատ.

- Որոշում է բոլոր գնորդներին, ովքեր վաճառում կամ օգտագործում են այս տեսակի ապրանքներ
- Նրանց ուղարկում է անձնական ծանուցում Telegram-բոտի, հավելվածում push-ծանուցման և էլ. փոստի միջոցով
- Ցույց է տալիս ապրանքը որոնման գազաթում թիրախային լսարանին
- Ավելացնում է «Նորույթ» կամ «Գովազդված» պիտակը կատալոգում

- Հետևում է, ով է նայել, ով է ավելացրել գամբյուղ, ով է գնել — ամբողջական վերլուծություն

## 7.2. Օգտագործման օրինակներ

### Օրինակ 1. Ավտոպահեստամասերի գործարան

Հայկական գործարանը սկսել է թողարկել Lada-ի և BA3-ի համար արգելակման բարձիկների նոր գիծ: Ակտիվացնում է գովազդը Havall-ում: AI-ն մի քանի վայրկյանում գտնում է բոլորին, ովքեր գնում են նման բարձիկներ՝ 47 ավտոսերվիս Երևանում, 12՝ Գյումրիում, 8՝ Վանաձորում: Բոլորին ավտոմատ գալիս է ծանուցում. «Նորույթ. տեղական արտադրության արգելակման բարձիկներ, գինը ներկրվածից 25%-ով ցածր, հասանելի է այսօր»: Գործարանը ստանում է առաջին պատվերները նույն օրը՝ առանց ոչ մի զանգի:

### Օրինակ 2. Դեղերի դիստրիբյուտոր

Դեղորայքի դիստրիբյուտորը եվրոպական արտադրողից ստացել է վիտամինների նոր խմբաքանակ: Ակտիվացնում է գովազդը — AI-ն որոշում է Հայաստանի բոլոր դեղատները, որոնք վաճառում են վիտամիններ: Ուղարկում է առաջարկ մատակարարման պայմաններով, գնով, նվազագույն պատվերով: Դեղատները տեսնում են ապրանքը իրենց նորույթների ցանկում «Հասանելի է հիմա» նշումով:

### Օրինակ 3. Սննդամթերքի արտադրող

Արմավիրի կաթնամթերքի գործարանը գործարկել է նոր տեսակի պանիր: Ակտիվացնում է գովազդը — AI-ն գտնում է բոլոր ռեստորանները, սրճարանները, հյուրանոցները և խանութները, որոնք պանիր են պատվիրում պլատֆորմով: Բոլորին գալիս է առաջարկ՝ փորձել նորույթը առաջին պատվերի վրա 15% զեղչով:

### Օրինակ 4. Տեխնիկայի ներկրող

Ներկրողը ստացել է նոր POS-տերմինալների խմբաքանակ: AI-ն գտնում է բոլոր բիզնեսները, որոնք կարող են դրանք օգտագործել՝ խանութներ, սրճարաններ, դեղատներ: Ուղարկում է առաջարկ պլատֆորմով ապառիկով:

## 7.3. Հակառակ հարցում. գնորդը փնտրում է լավագույն գինը

Խելացի գովազդի հայելային գործառույթը՝ միայն գնորդների համար: Աշխատում է հակառակ ուղղությամբ՝ ոչ վաճառողն է փնտրում գնորդին, այլ գնորդն ինքն է հարցում ուղարկում բոլոր համապատասխան վաճառողներին միաժամանակ և ստանում առաջարկներ գներով:

### Ինչպե՞ս է սա աշխատում

Գնորդը սեղմում է «Գտնել լավագույն գինը» կոճակը հավելվածում և լրացնում է կարճ ձևաթուղթ.

- Ինչ է պետք (ապրանքի անվանում, մակնիշ, մոդել — կամ պարզապես լուսանկար)
- Ինչքան քանակով

- Երբ է պետք (հրատապ / այսօր / շաբաթվա ընթացքում)
- Ուր հասցնել

AI համակարգը ավտոմատ.

- Վերլուծում է հարցումը և որոշում ապրանքի կատեգորիան
- Գտնում է բոլոր գրանցված վաճառողներին, ում մոտ այս ապրանքն առկա է
- Անմիջապես ուղարկում է նրանց հարցումը Telegram-բոտի և ծանուցումների միջոցով
- Հավաքում է պատասխանները՝ ով ինչ գնով պատրաստ է մատակարարել, ինչ ժամկետում, ինչ առաքում
- Գնորդին ցույց է տալիս բոլոր առաջարկները մեկ ցանկում՝ ըստ գնի, վարկանիշի, առաքման արագության
- Գնորդն ընտրում է լավագույնը — գործարքը ձևակերպվում է մեկ սեղմումով

### **Օգտագործման օրինակներ**

Օրինակ 1. Ռեստորան. Ռեստորանի տերը սեղմում է կոճակը և գրում. «Պետք է 50 կգ գառան միս վաղը մինչև 10:00-ն, Կենտրոն շրջան»։ 15 րոպեում համակարգը հավաքել է 8 առաջարկ՝ 3 200-ից մինչև 4 100 AMD/կգ: Երևում է յուրաքանչյուր մատակարարի վարկանիշը, առաքման ժամկետները, նվազագույն քանակը: Տերն ընտրում է — պատվերը պատրաստ է:

Օրինակ 2. Ավտոսերվիս. Վարպետը գրում է. «Պետք է կայունացուցչի միացումների հավաքածու BMW E60-ի համար, քանակ՝ 1 հավաքածու, հրատապ»։ 20 րոպեում գալիս է 5 առաջարկ՝ օրիգինալ 45 000 AMD-ով, Lemförder՝ 28 000, չինական անալոգ՝ 12 000, օգտագործված պահեստից՝ 15 000: Վարպետն ընտրում է Lemförder-ը — առաքում 1 ժամում:

Օրինակ 3. Դեղատուն. Դեղագործը հարցում է ուղարկում. «Պետք է պարացետամոլ 500մգ-ի խմբաքանակ, 500 փաթեթ»։ AI-ն գտնում է 6 դեղորայքի դիստրիբյուտոր, բոլորն ուղարկում են իրենց մեծածախ գները, դեղատունը ստանում է գները 180-ից 240 AMD-ի միջակայքում յուրաքանչյուր փաթեթի համար և ընտրում է գնի և մատակարարման ժամկետի լավագույն համադրությունը:

Օրինակ 4. Շինարարական բրիգադ. Բրիգադավարը օբյեկտում լուսանկարում է անհրաժեշտ սալիկը և գրում. «Պետք է 80 ք.մ այսպիսի սալիկ, հինգշաբթի օրը առաքում Դավթաշեն»։ AI-ն գտնում է բոլոր շինարարական խանութները նմանատիպ սալիկով, գնորդը ստանում է 4 տարբերակ գներով և առաքումով:

### **Ի՞նչ է տալիս սա գնորդին**

- Հարկավոր չէ գանգել 10 խանութ — մեկ հարցում, բոլոր պատասխանները
- Վաճառողների ազնիվ մրցակցություն = իսկապես լավագույն գինը
- Ժամանակի խնայողություն՝ հարցումը 1 րոպե, պատասխանները՝ 15–30 րոպեում
- Ոչ ստանդարտ ապրանքներ գտնելու հնարավորություն — AI-ն փնտրում է նույնիսկ ըստ լուսանկարի

- Թափանցիկություն՝ երևում են բոլոր առաջարկները միանգամից՝ առանց թաքնված վերադիրների

### Ի՞նչ է տալիս սա վաճառողին

- Թիրախային հարցումներ իրական գնորդներից, կոնկրետ կարիքով
- Արագ արձագանքելու և գործարքներ շահելու հնարավորություն
- Պահանջարկի ըմբռնում — երևում է ինչ են փնտրում, ինչ քանակներով, ինչ գներ են պատրաստ վճարել
- Մրցակցային առավելություն նրանց համար, ովքեր ավելի արագ են պատասխանում

### Հակառակ հարցման մոնետիզացիա

Գնորդների համար գործառույթը անվճար է — սա գրավում է նրանց պլատֆորմ և ավելացնում գործարքների թիվը: Վաճառողները ստանում են հարցումներ անվճար, բայց վճարովի բաժանորդագրությունը տալիս է առաջնահերթություն (նրանց առաջարկները ցուցադրվում են վերևում) և ընդլայնված գործառույթներ՝ հարցումների վերլուծություն ըստ կատեգորիաների, AI-ից ավտոպատասխաններ, ծանուցումներ հրատապ հարցումների մասին:

### 7.4. Խելացի գովազդի սակագներ

ԿԱՐԵՎՈՐ. պլատֆորմի գործարկումից հետո առաջին 3 ամիսը խելացի գովազդը անվճար է բոլոր վաճառողների և արտադրողների համար: Սա տվյալների բազայի հավաքման ռազմավարության մի մասն է — վաճառողները կփորձեն գործառույթը առանց ռիսկի, կտեսնեն իրական պատվերներ, իսկ անվճար ժամկետի ավարտից հետո հեշտությամբ կհամաձայնեն վճարել այն ամենի համար, ինչն արդեն գումար է բերել իրենց:

3 ամսվա անվճարից հետո սակագները ընտրված են հայկական վաճառողների իրական գնողունակության համար.

Սակագին	Ծածկույթ	Գին	Ինչ է մտնում
Կետային	մինչև 50 գնորդ	5 000 AMD	Մեկ ուղարկում + կատալոգի թոփ 3 օր
Քաղաքային	ամբողջ Երևանը	15 000 AMD	3 ուղարկում + թոփ 1 շաբաթ + push
Հանրապետական	ամբողջ Հայաստանը	35 000 AMD	Անսահմանափակ + թոփ 2 շաբաթ + վերլուծություն
Պրեմիում բաժ.	ամբողջ ամիսը	80 000 AMD/ամիս	Անսահմանափակ ուղարկումներ + մշտ. առաջմղում
CPC (սեղմումի դիմաց)	ըստ ընտրության	50–200 AMD/սեղմում	Վճարում միայն իսկապես հետաքրքրվածների համար

## 7.5. Ի՞նչ է ստանում վաճառողը/արտադրողը

- Ակնթարթային ելք ամբողջ թիրախային լսարանին՝ առանց հաճախորդների որոնման
- Ամբողջական վերլուծություն՝ ով է տեսել, ով է հետաքրքրվել, ով է գնել
- Սեգմենտավորում ըստ քաղաքի, բիզնեսի տեսակի, գնորդի միջին չեկի
- Տարբեր վերնագրերի և առաջարկների A/B թեստավորում
- Նրանց համար, ովքեր տեսել են, բայց չեն գնել, գովազդի ավտոմատ կրկնում (ռետարգեստինգ)
- AI-ն ինքն է խորհուրդ տալիս ուղարկման լավագույն ժամը և առաջարկի ձևակերպումը

## 7.6. Արժեքը պլատֆորմի համար

Խելացի գովազդը պլատֆորմի եկամտի լրացուցիչ խոշոր աղբյուր է: Ըստ պահպանողական հաշվարկների.

- Տարի 1՝ 50 գովազդատու  $\times$  15 000 AMD/ամիս = 750 000 AMD/ամիս (~\$1 930/ամիս)
- Տարի 2՝ 200 գովազդատու  $\times$  20 000 AMD/ամիս = 4 մլն AMD/ամիս (~\$10 300/ամիս)
- Տարի 3՝ 600 գովազդատու  $\times$  25 000 AMD/ամիս = 15 մլն AMD/ամիս (~\$38 660/ամիս)

Գլխավոր առավելությունը՝ գովազդն աշխատում է ցանկացած ապրանքի վրա — կաթից մինչև տրակտորներ, դեղերից մինչև շինարարական խառնուրդներ: Համակարգը ունիվերսալ է և ավտոմատ սանդղակվում է:

## 8. Փուլային պլան 3 տարվա համար

### 8.1. Տարի 1. Գործարկում և մոդելի ապացուցում

#### Ամիսներ 1–3. Անվճար պիլոտ

- Telegram-բոտի, բջջային և վեբ տարբերակների գործարկում
- AI-օգնականի միացում (հիմնական գործառույթ)
- 30+ մատակարարների անձնական շրջայց բոլոր կատեգորիաներում
- 30+ պիլոտային գնորդների ներգրավում
- Առաջման ձեռքով համակարգում, հետադարձ կապի հավաքում
- Նպատակ՝ ապացուցել, որ AI-ն իսկապես օգնում է տնտեսել ժամանակ և գումար

#### Ամիսներ 4–6. Վճարման միացում

- Սակագների և բաժանորդագրությունների ներդրում
- Ներկառուցված չաթի և զանգերի գործարկում

- AI-գործառույթների ընդլայնում (գների առաջարկներ, պահանջարկի կանխատեսում)
- Աճ՝ 100+ գնորդ, 80+ մատակարար
- Առաջին ավտոմատ Excel հաշվետվությունները

### **Ամիսներ 7–12. Սանդղակավորում**

- Ամբողջական AI ավտոմատացում. AI-ն ինքն է ձևակերպում պատվերները և սակարկում
- Բոլոր կատեգորիաներ ընդլայնում (եթե դեռ ամենուր չէ)
- Վճարային օպերատորի լիցենզիայի ստացում
- Idram, Telcell, բանկային քարտերի միացում
- Տարվա վերջի նպատակ՝ 400+ գնորդ, 250+ մատակարար, ինքնաապահովման դուրս գալ

## **8.2. Տարի 2. Վճարումներ և խորացում**

### **Ամիսներ 13–18. Ամբողջական վճարումներ պլատֆորմում**

- Վճարման գործարկում Idram, Telcell, ARCA, Visa/MC-ի միջոցով
- Եսկրո-մեխանիզմ. գումարը գնում է վաճառողին միայն առաքումից հետո
- Ֆակտորինգի գործարկում ստուգված հաճախորդների համար
- Ընդլայնում դեպի Գյումրի և Վանաձոր

### **Ամիսներ 19–24. AI Էվոյուցիա և լրացուցիչ ծառայություններ**

- AI-ն դառնում է ավելի ճշգրիտ կուտակված տվյալների շնորհիվ
- Պատվերների ապահովագրության գործարկում (տեղական ապահովագրողների հետ գործընկերություն)
- Գնորդների վարկային սկորինգ (ֆակտորինգի համար)
- Հայաստանի բանկերի հետ գործընկերություններ (Ameriabank, Inecobank, Acba)
- Նպատակ՝ 1 200+ գնորդ, 700+ մատակարար

## **8.3. Տարի 3. Տարածաշրջանային ընդլայնում**

### **Ամիսներ 25–30. Սահմանից դուրս գալու պատրաստում**

- Լոկալիզացիա՝ վրացերեն, ռուսերեն, անգլերեն
- Վրաստանի և Ղազախստանի օրենսդրությանը հարմարեցում
- Տեղական վճարային համակարգերի հետ գործընկերություն
- Ներդրումների ներգրավում (Series A) ապացուցված մոդելի հիման վրա

### **Ամիսներ 31–36. Գործարկում նոր երկրներում**

- Պիլոտ Թբիլիսիում (Վրաստան) — նույն խնդիրներ, նույն մոտեցում

- Ավարթիում (Ղազախստան) պիլոտի պատրաստում
- Տարի 3-ի վերջում նպատակ՝ 3 000+ գնորդ Հայաստանում, 500+՝ Վրաստանում

## 9. Ֆինանսական կանխատեսում 3 տարվա համար

Կանխատեսումը կառուցված է պահպանողական, ելնելով հայկական փոքր բիզնեսի իրական գներից և վճարունակությունից: Բոլոր թվերը՝ ամբողջ Հայաստանի համար, բայց գործառնությունների միջուկը և հաճախորդների բազայի 70–80%-ը՝ Երևան է: Գյուլմրին և Վանաձորը միանում են 2-րդ տարուց, փոքր քաղաքները (Դիլիջան, Աբովյան, Էջմիածին, Հրազդան և այլն)՝ 3-րդ տարուց:

### 9.1. Օգտատերերի բազայի աճը

Վճարող հաճախորդների կանխատեսումը (անվճար ժամկետից հետո): Թվերը պահպանողական են, հիմնված այլ հայկական պլատֆորմների փորձի վրա — տեղական շուկան աճում է դանդաղ, բայց կայուն:

Ցուցանիշ	1 տարվա վերջ	2 տարվա վերջ	3 տարվա վերջ
Ակտիվ գնորդներ	200	650	1 500
Ակտիվ վաճառողներ	120	400	900
Ամսական պատվերներ	~800	~4 500	~14 000
Միջին չեկ (AMD)	100 000	130 000	150 000
Ամսական շրջանառություն (AMD)	80 մլն	585 մլն	2.1 մլրդ
Քաղաքների ծածկույթ	Միայն Երևան	+Գյուլմրի, Վանաձոր	+Փոքր քաղաքներ

### 9.2. Ամսական եկամտի կանխատեսում (յուրաքանչյուր տարվա վերջում)

Աղբյուր	Տարի 1 (AMD)	Տարի 2 (AMD)	Տարի 3 (AMD)
Գնորդների բաժ.	1.6 մլն	5.2 մլն	12 մլն
Վաճառողների բաժ.	0.8 մլն	2.6 մլն	6 մլն
Գործարքի միջև. (3%)	2.4 մլն	12 մլն	30 մլն
Թոփ տեղադրում	0.3 մլն	1.5 մլն	4 մլն
Առաքում	0.6 մլն	3 մլն	8 մլն
Էքվայրինգ (1.5%)	0	1.5 մլն	8 մլն
Ֆակտորինգ	0	0.5 մլն	2 մլն

Խելացի գովազդ	0	0.5 մլն	2 մլն
ԸՆԴԱՄԵՆԸ ամս. (AMD)	5.7 մլն	26.8 մլն	72 մլն
ԸՆԴԱՄԵՆԸ ամս. (USD)	~\$15 200	~\$71 500	~\$192 000

Փոխարժեք՝ 1 USD = 375 AMD (Հայաստանի բանկերի փոխարժեքով — dram.am/rate.am): Կանխատեսումը պահպանողական է, կառուցված իրական հայկական պլատֆորմների փորձի հիման վրա: Այս թվերի մանրամասն հիմնավորումը՝ 13-րդ բաժնում «Իրական ակնկալիքներ»:

## 10. Ի՞նչ է ստանում պլատֆորմի ստեղծողը/պատվիրատուն

Բաժին նրա համար, ով ստեղծում կամ պատվիրում է Havall-ի մշակումը: Անկեղծ գնահատական այն մասին, թե իրականում ինչ է տալիս այս պլատֆորմը տիրոջը 3 տարվա ընթացքում — առանց չափազանցությունների:

### 10.1. Ֆինանսական արդյունք

Ցուցանիշ	Տարի 1	Տարի 2	Տարի 3
Տարեկան եկամուտ (USD)	~\$182 000	~\$858 000	~\$2.3 մլն
Ծախսեր (թիվ, սերվերներ, մարքեթինգ)	~\$96 000	~\$300 000	~\$660 000
Չուտ շահույթ (USD)	~\$86 000	~\$558 000	~\$1.64 մլն
Ընկերության գնահատում (3–5x ARR)	~\$0.5 մլն	~\$2.5 մլն	~\$5–10 մլն

ԿԱՐԵՎՈՐ. առաջին 6 ամիսը հնարավոր է աշխատել զրո կամ փոքր միևնույն, մինչև հավաքվի վճարող հաճախորդների բազան: Իրական շահույթը սկսվում է 7–9-րդ ամսից:

### 10.2. Ռազմավարական օգուտներ

- Պլատֆորմի և շուկայի մասին կուտակված տվյալների ամբողջական սեփականություն
- Յուրահատուկ դիրք՝ Հայաստանի առաջին ունիվերսալ B2B պլատֆորմը AI-ով
- Հայաստանի փոքր բիզնեսի բոլոր գնումների տվյալների բազա — արժեքավոր ակտիվ
- 3-րդ տարվա վերջում ընկերության վաճառքի կամ ներդրումների ներգրավելու հնարավորություն
- Պլատֆորմը դառնում է հայկական փոքր բիզնեսի կարևոր ենթակառուցվածք

### 10.3. Ելքի տարբերակներ 3-րդ տարվա վերջում

- Վաճառք ռազմավարական գնորդի (հայկական բանկեր, տարածաշրջանային տեխնոլոգիական ընկերություններ)՝ \$5–10 մլն
- Series A ներդրումների ներգրավում՝ \$3–6 մլն գնահատմամբ (15–25%-ի վաճառք \$500k–1.5M-ի դիմաց)
- Որպես cash-cow պահպանում՝ տարեկան \$1.5–2 մլն զուտ շահույթ կայուն թիմի դեպքում
- Տարածաշրջանային ընդլայնում (Վրաստան, Ղազախստան) գնահատման զգալի աճի համար

## 11. Ռիսկեր և դրանց մեղմացում

Ռիսկ	Նկարագրություն	Մեղմացում
Ցածր վստահություն AI-ի նկատմամբ	Ավագ սերունդը չի վստահում AI-ին գնումներում	AI-ն միայն խորհուրդ է տալիս, մարդը հաստատում է: Փոքր պատվերների վրա աստիճանական ուսուցում
Մատակարարների դիմադրություն	Չեն ուզում գների թափանցիկություն	Անվճար 3 ամիս, վաճառքի աճի ապացույց, անձնական աշխատանք յուրաքանչյուրի հետ
Վճարման լիցենզիա	Հավաստագրի ստացումը կպահանջի ժամանակ և գումար	1-ին փուլում գործընկերություն լիցենզավորված բանկի հետ, սեփական լիցենզիա՝ 2-րդ տարուց
Բանկերի մրցակցություն	Հայկական բանկերը կարող են անալոգ գործարկել	Արագ շուկայի գրավում, ցանցային էֆեկտ, AI-առավելություն, բանկերի հետ գործընկերություն
Տեխնիկական սխալներ	AI-ն սխալվել է խորհուրդներում	Մարդու վերահսկողություն յուրաքանչյուր քայլում, վերադարձի երաշխիքներ, պատվերների ապահովագրություն

## 12. Մրցակցային վերլուծություն

Հայաստանում ուղղակի մրցակիցներ չկան: Գլոբալ անալոգները (Choco, Pepper, Rekki) չեն աշխատում Հայաստանում և չեն գա փոքր շուկայի պատճառով: Նրանք նաև չունեն Havall-ի հիմնական առավելությունները.

- AI որպես լիարժեք բիզնես-խորհրդատու — մրցակիցները միայն հիմնական առաջարկներ ունեն

- Բազմակատեգորիայություն — բոլորի մոտ միայն HoReCa (հյուրանոցներ, ռեստորաններ, սրճարաններ), մեզ մոտ բոլոր կատեգորիաները միանգամից
- Ներկառուցված վճարումներ տեղական համակարգերով (Idram, Telcell)
- Լոկալիզացիա Հայաստանի համար, հայերեն/ռուսերեն ինտերֆեյս, տեղական բիզնեսի ըմբռնում
- Ամբողջական օնբորդինգ — մենք ինքներս օգնում ենք ամեն ինչ կարգավորել առաջին ամիսներին

## 13. Իրական ակնկալիքներ. Ի՞նչ է իրականում ստանալու տիրոջ

Այս բաժինը՝ անկեղծ գնահատական է, առանց չափազանցությունների: Նախկին ֆինանսական կանխատեսումները (բաժիններ 9 և 10)՝ սա լավատեսական սցենար է իդեալական պայմաններում: Այստեղ ցույց է տրված իրատեսական սցենար՝ Հայաստանի շուկայի իրական առանձնահատկությունների և այլ տեղական պլատֆորմների պատմության հաշվառմամբ:

### 13.1. Դաս հայկական պլատֆորմների պատմությունից

Իրական հնարավորությունները հասկանալու համար պետք է նայել Հայաստանի այլ պլատֆորմների փորձին.

- Glovo-ն Հայաստան եկավ 2021 թվականի սեպտեմբերին Delivery Hero-ի միլիոնավոր եվրոների ներդրումներով: Մեկ տարի անց նրանք ընդամենը 17 հոգանոց թիմ և մոտ 300 կուրիեր ունեին: Նույնիսկ նման ռեսուրսներով սանդղակավորումը ընթանում էր աստիճանաբար
- List.am-ը — Հայաստանի ամենախոշոր տեղական պլատֆորմը — 10 տարուց ավելի կառուցվեց գերիշխող դիրք գրավելու համար
- Menu.am-ը և Buy.am-ը գոյություն ունեն շատ տարիներ և մնում են համեմատաբար փոքր ծառայություններ — հայկական շուկան պարզապես այդքան մեծ չէ
- PicsArt-ը, Krisp-ը և այլ հաջող հայկական ստարտափներ մեծացան ոչ թե հայկական շուկայի հաշվին — նրանք միանգամից թիրախավորեցին գլոբալը

Գլխավոր եզրակացությունը՝ հայկական տեղական պլատֆորմն աճում է դանդաղ, բայց կայուն: Առաջին ամիսներին հազարավոր հաճախորդներ ակնկալելը անիրատեսական է: Ճիշտ մոտեցումը՝ համբերատարորեն բազա կառուցել՝ անձնական հարաբերությունների և վստահության միջոցով:

### 13.2. Հայաստանում իրական շուկայի չափը

Պետք է անկեղծ գնահատել, քանի հաճախորդ կարելի է սկզբունքորեն ներգրավել.

Սեգմենտ	Ընդհանուր Հայաստանում	Իրատեսորեն հասանելի 3 տարվա համար
---------	-----------------------	-----------------------------------

Ռեստորաններ, սրճարաններ, բարեր Երևանում	~3 000–4 000	300–500
Ավտոսերվիսներ, պահեստամասերի խանութներ	~2 000–3 000	200–400
Դեղատներ և բժշկ. հաստատություններ	~800–1 200	100–200
Շինակյութեր, բրիգադներ, կապալառուներ	~1 500–2 000	150–300
Տեխնիկայի խանութներ, արհեստանոցներ	~500–800	50–150
Հյուրանոցներ, հավաք., այլ HoReCa	~400–600	50–100
ԸՆԴԱՄԵՆԸ հասանելի գևորդներ	~8 000–12 000	850–1 650

Շուկայի գրավման իրատեսական մասնաբաժինը 3 տարվա համար՝ ակտիվ փոքր բիզնեսների ընդհանուր թվի 10–15%: Ավելին՝ շատ քիչ հավանական է, քիչը՝ պեսիմիստական սցենար է:

### 13.3. Քանի՞ մարդ է պետք ըստ քաղաքների

Թիմը բաշխվում է ոչ միայն փուլերով, այլ նաև աշխարհագրորեն: Յուրաքանչյուր քաղաք պահանջում է դաշտային մենեջերների տարբեր քանակ՝ կախված շուկայի չափից և բիզնեսի խտությունից: Վերևի բոլոր հաշվետվությունները և կանխատեսումները առաջին հերթին կառուցված են Երևանի համար, իսկ հետո՝ փուլային ընդլայնում դեպի այլ քաղաքներ:

#### Երևան — գործառնությունների միջուկը

Երևանը՝ Հայաստանի ամբողջ շուկայի 70–80%-ն է: Այստեղ կենտրոնանում է հիմնական թիմը և հիմնական ուշադրությունը.

- 10–15 դաշտային մենեջեր ռեստորանների, խանութների, դեղատների, ավտոսերվիսների շրջայցի համար
- Բաժանում 5–7 հոգի աշխատում են վաճառողների հետ (Թաշիրի, ԳՈՒՄ-ի, Սևանի, Garage Masters Mall-ի, դեղորայքի դիստրիբյուտորների, շինարարական բազաների շրջայց)
- 5–7 հոգի աշխատում են գևորդների հետ (Կենտրոնի, Արաբկիրի, Դավթաշենի, Նորք-Մարաշի, Էրեբունու, Աջափնյակի և այլ թաղամասերի ռեստորանների շրջայց)
- 1–2 հոգի համակարգում են առաքումը և լոգիստիկան
- Յուրաքանչյուր մենեջեր օրական կարող է շրջել 5–8 կետ — շաբաթվա ընթացքում թիմը ծածկում է 250–500 բիզնես

#### Գյումրի և Վանաձոր — երկրորդ էշելոն

Հայաստանի երկրորդ և երրորդ ամենամեծ քաղաքները: Այստեղ գործարկում 7–12-րդ ամսից՝ Երևանի հիմնական թիմի աճին համապատասխան.

- 5–10 դաշտային մենեջեր յուրաքանչյուր քաղաքում
- Բաժանում 2–4 վաճառողների հետ, 2–4՝ գևորդների, 1–2՝ համակարգման
- Շուկան Երևանից 4–5 անգամ փոքր է, բայց խնդիրները նույնն են — թվային գործիքների պակաս
- Տեղական մենեջերները պարտադիր պետք է լինեն տեղացի — ճանաչեն շուկան և ունենան կապեր

### **Փոքր քաղաքներ — Դիլիջան, Էջմիածին, Աբովյան, Հրազդան, Կապան, Սևան**

10–40 հազար բնակչությամբ փոքր քաղաքներ: Այստեղ գործում է նվազագույն թիմի սկզբունքը — բավական է 2–3 ակտիվ դաշտային մենեջեր.

- 2–5 դաշտային մենեջեր յուրաքանչյուր քաղաքում
- Բաժանում 1–2 վաճառողների հետ, 1–2՝ գևորդների, երբեմն 1՝ առաքման
- Սովորաբար 1 մարդ կարող է համատեղել մի քանի դեր
- Գործարկում 18+ ամսից Երևանում, Գյումրիում և Վանաձորում մոդելի հաստատումից հետո

### **Թիմի վերջնական ամփոփում ըստ քաղաքների (2-րդ տարվա վերջ)**

<b>Քաղաք</b>	<b>Վաճառողների հետ</b>	<b>Գևորդների հետ</b>	<b>Լոգիստիկա</b>	<b>Ընդամենը քաղաքում</b>
Երևան	5–7	5–7	1–2	10–15 հոգի
Գյումրի	2–4	2–4	1–2	5–10 հոգի
Վանաձոր	2–4	2–4	1–2	5–10 հոգի
Դիլիջան, Էջմիածին, Աբովյան	1–2	1–2	համատեղված	2–5 հոգի / քաղաք
Հրազդան, Կապան, Սևան, այլ	1	1	համատեղված	2–3 հոգի / քաղաք

### **Թիմի բաշխում ըստ փուլերի (քաղաքների հաշվառմամբ)**

- Փուլ 1 (ամիսներ 1–6)՝ միայն Երևան, 3–5 հոգի (MVP-ի համար նվազագույն թիմ)
- Փուլ 2 (ամիսներ 7–12)՝ Երևանում լրիվ թիմ (10–15), Գյումրիում աշխատանքի սկիզբ (3–5)
- Փուլ 2.5 (ամիսներ 13–18)՝ Երևան + Գյումրի + Վանաձոր, ընդամենը 20–30 հոգի
- Փուլ 3 (ամիսներ 19–36)՝ բոլոր խոշոր քաղաքները + փոքրերը, ընդամենը 30–50 հոգի

**ԿԱՐԵՎՈՐ.** վարձել միայն տեղացիներ: Գյումրիի մենեջերը պետք է լինի Գյումրիից, այլապես շուկան նրան չի ընդունի: Հայկական փոքր բիզնեսը աշխատում է անձնական կապերի վրա — իր մարդը դռներ է բացում, օտարը հենվում է պատերին:

## 13.4. Ի՞նչ անել առաջին հերթին (քայլ առ քայլ)

### Շաբաթներ 1–4. MVP

- Գնորդների համար պարզ Telegram-բոտի գործարկում կատարող, զամբյուղ, պատվեր
- Վաճառողների համար Telegram-բոտի գործարկում պատվերների ընդունում, գների թարմացում
- Քեզ համար պարզ ադմինիստրատիվ վահանակ — բոլոր պատվերները տեսնելու և ձեռքով օգնելու համար
- Հիմնական AI-ն OpenAI API-ի միջոցով — պատվերների պատմության հիման վրա առաջարկներ

### Շաբաթներ 5–8. Առաջին 10 հաճախորդները

- Անձամբ շրջել 15–20 ծանոթ մատակարարների մոտ և խնդրել փորձել
- Շրջել 10 ծանոթ ռեստորանների/խանութների տերերի մոտ — առաջարկել անվճար պիլոտ
- Լուսանկարել ապրանքները, ինքը մտցնել համակարգ — մատակարարը ոչինչ չանել
- Սկսել ընդունել առաջին իրական պատվերները, ձեռքով համակարգել առաքումը

### Շաբաթներ 9–12. Հետադարձ կապ և բարելավումներ

- Ամեն շաբաթ զանգել յուրաքանչյուր պիլոտային հաճախորդի և հարցնել. ի՞նչն է սխալ
- Յուրաքանչյուր բողոքը գրանցել և շաբաթվա ընթացքում ուղղել
- Ավելացնել այն գործառույթները, որ իսկապես խնդրում են (և ոչ թե նրանք, որ գեղեցիկ են թվում)
- Սկսել փնտրել հաճախորդներից առաջին իրական գումարները (նույնիսկ խորհրդանշական)

### Ամիսներ 4–6. Առաջին մոնետիզացիա

- Եթե հաճախորդները իսկապես վերադառնում են և գոհ են — միացնել բաժանորդագրությունները
- Եթե ոչ — երկարացնել անվճար ժամկետը, կատարելագործել պրոդուկտը
- Առաջին դաշտային մենեջերին վարձել միայն այն ժամանակ, երբ ինքն արդեն չես հասցնում
- Հեղինակություն կառուցել կոնկրետ հաջող կեյսերի միջոցով

## 13.5. Ում ցույց տալ առաջինը

Սա կրիտիկորեն կարևոր է: Սխալ լսարանը կսպանի ծրագիրը նույնիսկ մինչև գործարկումը: Ճիշտ հերթականությունը.

- Ամենից առաջ՝ անձամբ ծանոթ բիզնեսի տերերը (ծանոթներ, ընտանիքի ընկերներ, հարևաններ): Նրանք կտան անկեղծ հետադարձ կապ և չեն վիրավորվի բազերի համար
- Երիտասարդ տերեր (30–45 տարեկան), որոնք արդեն ակտիվորեն օգտագործում են սմարթֆոն և Telegram — արագ հասկանում են արժեքը
- Կենտրոն, Արաբկիր, Դավթաշեն թաղամասերի փոքր անկախ հաստատություններ — այնտեղ բիզնեսի բարձր խտություն է, ավելի հեշտ է շրջել
- Նրանք, ովքեր արդեն բողոքում են գնումներից — պատրաստ են նորը փորձել

Ու՛մ ՉՑՈՒՅՑ ՏԱԼ առաջինը.

- Ցանցեր և ֆրանչայզներ — նրանք երկար որոշումների գործընթաց ունեն, քեզ կուժեգնեն
- Ավագ սերնդի տերեր, որոնք չեն վստահում սմարթֆոններին — ժամանակ ես ծախսում բացատրությունների վրա
- Հաստատված բիզնեսով մենաշնորհային մեծածախ վաճառողներ — նրանց պլատֆորմը պետք չէ, չեն գա
- Կենտրոնում օտարերկրյա հյուրերով մեծ ռեստորաններ — նրանք արդեն ունեն իրենց գործընթացները

### 13.6. Մարքեթինգային ալիքներ Հայաստանում

Բացի անձնական շրջայցից (որն առաջին 6 ամիսների գլխավոր ալիքն է մնում), պետք է օգտագործել թվային ալիքներ, որոնք իսկապես աշխատում են հայկական փոքր բիզնեսում: Մենք չենք պատճենում արևմտյան փորձը — օգտագործում ենք այն, ինչը իսկապես դիտում են հայ ձեռնարկատերերը:

#### Facebook — Հայաստանի գլխավոր B2B ալիքը

Հայաստանում Facebook-ը՝ բիզնեսի №1 պլատֆորմն է: Գրեթե յուրաքանչյուր ռեստորանի, խանութի, ավտոսերվիսի տեր ունի այնտեղ էջ: Instagram-ն ավելի շատ բովանդակության համար է, Facebook-ը՝ իրական գործարար կապերի համար.

- Havall-ի բիզնես-էջի ստեղծում կանոնավոր բովանդակությամբ՝ հաճախորդների հաջող կեյսեր, «ինչպես է սա աշխատում» տեսանյութեր, իրական ռեստորանների տերերի հետ հարցազրույցներ
- Թիրախավորված գովազդ Հայաստանում 25–55 տարեկան բիզնեսի տերերի վրա (ըստ հետաքրքրությունների՝ «restaurant owner», «small business», «wholesale»)
- Հրապարակումներ հայկական բիզնես-խմբերում՝ «Հայաստանի բիզնես», «Երևանի ռեստորաններ», «Հայաստանի ձեռնարկատերեր»
- Facebook-գովազդի բյուջե՝ 100–200 հզր AMD/ամիս (~\$260–520) առաջին 6 ամիսների համար

## Instagram — բովանդակություն և երիտասարդ տերերի հասանելիություն

Instagram-ն ավելի լավ է աշխատում երիտասարդ տերերի համար (25–40 տարեկան), որոնք ակտիվորեն վարում են իրենց հաստատությունները.

- Reels կարճ ցուցադրություններով՝ «ինչպես է ռեստորանը օրական 2 ժամ տևտեսում», «AI-ն մատակարար գտավ 10 վայրկյանում»
- Սթորիներ իրական հաճախորդներով՝ «Նախքան և հետո Havall»
- Համագործակցություններ հայտնի հայ ռեստորատորների և սննդի բլոգերների հետ

## list.am — վայր, որտեղ բոլոր հայերը փնտրում են ամեն ինչ

list.am-ը՝ Հայաստանում գերիշխող հայտարարությունների պլատֆորմն է, որտեղ փոքր բիզնեսը փնտրում է մատակարարներ, աշխատողներ, սարքավորումներ. Ուղիղ գովազդը list.am-ում արագ մուտք է տալիս անհրաժեշտ լսարանին.

- «Բիզնես և ծառայություններ», «Սարքավորումներ», «B2B» կատեգորիաներում վճարովի հայտարարությունների տեղադրում
- Հայտարարություններ տիպի՝ «Տեսնեսք 15% Ձեր ռեստորանի / խանութի / դեղատան գնումներում»
- list.am-ից վերահղում Havall-ի լենդինգին դեմո-տեսանյութով և անվճար պիլոտի համար գրանցման ձևով
- list.am-ի բյուջե՝ 30–50 հզր AMD/ամիս (~\$80–130)

## Telegram-ալիքներ և համայնքներ

Հայկական փոքր բիզնեսը ակտիվորեն Telegram-ում է: Այնտեղ կան ձեռնարկատերերի փակ չաթեր և պրոֆիլային ալիքներ.

- Հրապարակումներ չաթերում՝ «Հայաստանի բիզնես», «HoReCa Yerevan», թաղամասային բիզնես-չաթեր
- Վճարովի գործընկերություն հայկական բիզնես-ալիքների հետ Telegram-ում
- Havall-ի սեփական ալիք փոքր բիզնեսի համար ամենօրյա խորհուրդներով

## Բերանացի խոսքը և ռեֆերալները — գլխավորը

Հայաստանում անձնական կապերը ամեն ինչ են լուծում: Մեկ գոհ ռեստորանի տերը կբերի 3–5 ընկեր-ռեստորատորների: Սա ամենաարդյունավետ ալիքն է.

- Ռեֆերալ ծրագիր՝ ընկերոջ բերած հաճախորդը մեկ ամիս անվճար է ստանում
- Առանձին բյուջե «կեյս-սթադիների» համար — իրական հաճախորդների և նրանց պատմությունների հետ տեսանյութեր նկարահանել
- Մասնակցություն տեղական բիզնես-միջոցառումներին՝ Startup Weekend Armenia, BANA, EIF կոնֆերանսներ

## Մարքեթինգի բյուջե ըստ ամիսների (Երևան)

Ալիք	Ամիսներ 1–3	Ամիսներ 4–6	Ամիսներ 7–12
Facebook գովազդ	100 հզր AMD	200 հզր AMD	400 հզր AMD

Instagram գովազդ	50 հզր AMD	100 հզր AMD	200 հզր AMD
list.am	30 հզր AMD	50 հզր AMD	80 հզր AMD
Telegram-ալիքներ	20 հզր AMD	40 հզր AMD	80 հզր AMD
Բովանդակություն (վիդեո, նկարահ.)	50 հզր AMD	80 հզր AMD	150 հզր AMD
ԸՆԴԱՄԵՆԸ ամսական	250 հզր AMD	470 հզր AMD	910 հզր AMD
ԸՆԴԱՄԵՆԸ USD-ով	~\$667	~\$1 253	~\$2 427

Մարքեթինգային բյուջեն գործարկման ժամանակ փոքր է (մոտ \$667/ամիս), բայց հաջողության 80%-ը միևնույն է կտա անձնական շրջայցը և բերանացի խոսքը: Գովազդը՝ ամրապնդում է, ոչ թե փոխարինում:

### 13.7. Աճի իրատեսական կանխատեսում (3 սցենար)

Ցույց ենք տալիս երեք սցենար՝ պեսիմիստական (եթե ամեն ինչ ծանր է գնում), իրատեսական (ամենահավանականը) և լավատեսական (եթե բախտ է ժպտա): Որոշումները պետք է կայացնել իրատեսականի հիման վրա:

Ցուցանիշ	Պեսիմիստական	Իրատեսական	Լավատեսական
Հաճախորդներ 3-րդ ամսում (անվճար)	20–30	40–60	70–100
Հաճախորդներ 6-րդ ամսում	40–60	80–120	150–200
Վճարող 12-րդ ամսում	80–120	180–250	300–400
Վճարող տարի 2-ի վերջում	250–400	500–800	900–1 200
Վճարող տարի 3-ի վերջում	600–900	1 200–1 800	2 000–3 000

### 13.8. Տիրոջ իրատեսական եկամուտը

Ֆինանսական կանխատեսումը այս թվերով կառուցված է 9-րդ «Ֆինանսական կանխատեսում» և 10-րդ «Ի՞նչ է ստանում ստեղծողը» բաժիններում: Հիմնական ամփոփումը արագ հղման համար.

- Տարի 1՝ ~200 վճարող հաճախորդ, եկամուտ ~\$15 200/ամիս, շահույթ ~\$7 200/ամիս, տարեկան ~\$86 000
- Տարի 2՝ ~650 վճարող հաճախորդ, եկամուտ ~\$71 500/ամիս, շահույթ ~\$46 500/ամիս, տարեկան ~\$558 000
- Տարի 3՝ ~1 500 վճարող հաճախորդ, եկամուտ ~\$192 000/ամիս, շահույթ ~\$137 000/ամիս, տարեկան ~\$1.64 մլն
- Ընկերության գնահատում 3-րդ տարվա վերջում՝ \$5–10 մլն

Հաշվարկը իրականացվում է վերևի (13.7) աղյուսակի «իրատեսական» սցենարով: Բաժանորդագրության միջին չեկը՝ 12 000 AMD, գործարքից միջնորդավճարը՝ 3%:

ԿԱՐԵՎՈՐ. առաջին 6 ամիսը հնարավոր է աշխատել զրո կամ փոքր միևնույն, մինչև հավաքվի վճարող հաճախորդների բազան: Իրական շահույթը սկսվում է 7–9-րդ ամսից:

### 13.9. Ճկուն անվճար ժամկետ

Նախնական պլանը՝ 3 ամիս անվճար: Բայց գործնականում հայկական փոքր բիզնեսը պահպանողական է, և 3 ամսում բազա հավաքելը կարող է չստացվել: Ռազմավարությունը պետք է ճկուն լինի.

- Եթե 3 ամսվա վերջում հավաքվել է 30-ից պակաս ակտիվ հաճախորդ — երկարացնել անվճար ժամկետը մինչև 4–5 ամիս: Ավելի լավ է սպասել և վստահություն հավաքել
- Եթե հաճախորդներ կան, բայց քիչ են օգտագործում — չմիացնել վճարովիությունը: Նշանակում է՝ պլատֆորմը դեռ իրենց պետք չէ դարձել: Սկզբում հասնել, որ նրանք ամեն օր մտնեն
- Եթե կա 40–60 ակտիվ հաճախորդ և իրապես օգտվում են — կարելի է սկսել մոնետիզացիան, բայց մեղմ: Տալ 50% զեղչ առաջին 2 ամսվա բաժանորդագրության վրա, որ անցումը ցավագուրկ լինի
- Եթե վճարովի ժամկետն աշխատել է և մարդիկ մնացել են — կարելի է սանդղակավորել: Եթե կեսը հեռացավ — վերադարձնել անվճար ժամկետը և հասկանալ, թե ինչու

Գլխավոր սկզբունքը՝ երբեք չչտապել մոնետիզացիայի հետ: Վաղաժամ վճարը կսպանի ծրագիրը ավելի արագ, քան վճարման ուշացումը: Հայկական շուկան ներում է դանդաղ մեկնարկը, բայց չի ներում վատ պրոդուկտը:

### 13.10. Անկեղծ ամփոփում. իրականում ինչ է ստանալու տիրոջ

Պյուններ	Միևնույնը և ռիսկեր
Կայուն բիզնես \$7 000–15 000/ամիս իրական եկամուտով արդեն 1-ին տարվա վերջում	Առաջին 6 ամիսը գրեթե անկասկած առանց շահույթի, հնարավոր է՝ կորուստներով
Յուրահատուկ դիրք շուկայում — Հայաստանի առաջին B2B պլատֆորմը AI-ով	Անձնական շատ աշխատանք է պետք — շուկաների շրջայցեր, զանգեր, հաճախորդների հետ հանդիպումներ
Կուտակված շուկայի տվյալների բազա — արժեքավոր ակտիվ	Եթե բանկը կամ խոշոր խաղացողը պատճենի — կլինի ծանր մրցակցություն
3-րդ տարվա վերջում — \$2 մլն+/տարի շրջանառությամբ բիզնես, \$8–15 մլն արժողությամբ	Հայաստանը փոքր շուկա է, աճի առաստաղը իրականում սահմանափակ է
Տարածաշրջանային ընդլայնման հնարավորություն (Կրաստան, Ղազախստան) մոդելի հաստատումից հետո	Դիմացկունություն է պետք — արդյունքը կհայտնվի 12–18 ամսից, ոչ շուտ

Լիարժեք սեփականություն, որոշումների ազատություն, կարելի է վաճառել կամ թողնել որպես cash-cow

Ակտիվ կառավարում է պահանջվում — չի կարելի անել ու մոռանալ

**ՎԵՐՋՆԱԿԱՆ ԱՆԿԵՂԾ ՊԱՏԱՍԽԱՆ.** ճիշտ կատարման և իրատեսական ակնկալիքների դեպքում պլատֆորմի տերը կստանա կայուն հայկական բիզնես 2-րդ տարվա վերջում \$550–800 հազար, իսկ 3-րդ տարվա վերջում \$1.6–2.1 միլիոն տարեկան եկամուտով: Սա միատեղյուր չէ, բայց սա իրական, աշխատող, շահութաբեր բիզնես է, որը կարելի է կամ թողնել որպես երկարաժամկետ եկամտի աղբյուր, կամ վաճառել 3–5 տարի անց \$5–10 միլիոնով: Գլխավորը՝ չչտապել, անմիջապես մեծ թիմ չվարձել և վստահություն կառուցել յուրաքանչյուր հաճախորդի հետ անձամբ:

Հայկական շուկան փոքր է, բայց հայ ձեռնարկատերերը հավատարիմ են նրանց, ովքեր իրապես լուծում են իրենց խնդիրը: Havall-ն ունի բոլոր շանսերը դառնալու Հայաստանի փոքր բիզնեսի ենթակառուցվածք — բայց միայն համբերատար, մեթոդիկ, քայլ առ քայլ կառուցման պայմանով:

### 13.11. Ինչու՞ հենց HAVALL

Պլատֆորմի անվանումը պատահականություն չէ: Սա ապրանքանիշի նպատակասլաց որոնման արդյունք է, որը միանգամից աշխատեր մի քանի իմաստային մակարդակներում և աշխարհում յուրահատուկ լինել:

#### Երեք իմաստ մեկ բառում

- HAVE ALL (անգլ.) — ինչում է որպես «have all», «դու ունես ամեն ինչ»: Ուղիղ մարքեթինգային պատգամ. պլատֆորմում կա ամեն ինչ, ինչ պետք է քո բիզնեսի համար: Բացեցիր հավելվածը — ամեն ինչ ձեռքի տակ է
- ՀԱՅ (Hay, հայերեն) — «Հայ» հայերեն նշանակում է «հայ»: Թաքնված տեղական ինքնություն. պլատֆորմը ստեղծված է հայերի կողմից Հայաստանի համար, հասկանում է տեղական շուկան: Այս կապը նուրբ է, բայց հայ ձեռնարկատերը կզգա այն
- ALL — վերջածանց, որը դու խնդրում էիր. «ամեն ինչ ներառված է», ունիվերսալություն: Ոչ միայն մթերքներ, ոչ միայն ավտոպահեստամասեր, ոչ միայն դեղատներ — ամեն ինչ մի պլատֆորմում միանգամից

#### Ինչու՞ է սա լավ անվանում ապրանքանիշի համար

- Կարճ — ընդամենը 2 վանկ, հեշտ է հիշել և արտասանել
- Ունիվերսալ ինչոդություն — հեշտ է արտասանվում հայերեն, ռուսերեն և անգլերեն՝ առանց առոգանության
- Յուրահատուկ — չկան գրանցված HAVALL ապրանքանիշեր Հայաստանում և խոշոր համաշխարհային ապրանքանիշերի շարքում
- Հեշտ է լոգոյի վերածել — H տառը կարող է դառնալ ոճավորված նշան (օրինակ՝ կատալոգի դուռ կամ տուն)
- Հեշտ է դոմենի վերածել — havall.am, havall.com հասանելի են
- Հեշտ է SEO-ի համար — հանրաճանաչ հարցումների հետ հատումներ չկան, արագ դուրս կգա որոնման թոփ

## Ինչպես օգտագործել անվանումը հաղորդակցության մեջ

- Կարգախոս հայերեն՝ «Havall — ամեն ինչ մեկ տեղում»
- Կարգախոս ռուսերեն՝ «Havall — у тебя есть всё»
- Կարգախոս անգլերեն՝ «Havall — Have all your business needs in one place»
- Կարճ բանաձև՝ «Havall = Have All»

## Ինչպե՞ս բացատրել անվանումը վաճառքի ժամանակ

Երբ դաշտային մենեջերը գալիս է ռեստորանի կամ խանութի տիրոջ մոտ, անվանման բացատրությունը տևում է 10 վայրկյան և միանգամից վստահություն է ստեղծում.

*«Havall-ը՝ անգլերեն have all-ից է, դու ունես ամեն ինչ: Ամեն ինչ, ինչ պետք է քո բիզնեսի համար՝ մատակարարներ, գներ, պատվերներ, առաքում ամեն ինչ մի տեղում: Իսկ Hay բառը սկզբում պատահական չէ, պլատֆորմը Հայաստանում է ստեղծված հայկական բիզնեսի համար»:*

Այս բացատրությունը միանգամից տալիս է երեք բան. (1) անվանման պարզ իմաստ, (2) պրոդուկտի հստակ դիրքավորում, (3) տեղական հպարտություն: 10 վայրկյանում հաճախորդը հասկանում է ամեն ինչ ապրանքանիշի մասին:

## 14. Երկարաժամկետ տեսլական

Havall-ը դառնում է հայկական փոքր բիզնեսի ենթակառուցվածք: 3-րդ տարվա վերջում Հայաստանի 1 500+ ձեռնարկատեր ամեն օր բացում են հավելվածը, և AI-ն նրանց փոխարեն կատարում է գնումների ամբողջ սովորական աշխատանքը: Պլատֆորմը շուկան ճանաչում է ցանկացած մարդուց լավ — որտեղ են լավագույն գները, ով է հուսալի մատակարարը, ինչ պետք է գնել այսօր:

Հայաստանում մոդելի հաստատումից հետո — զգույշ ընդլայնում դեպի Վրաստան և Ղազախստան, որտեղ շուկան ավելի մեծ է, բայց խնդիրները նույնն են: Երկարաժամկետ՝ տարածաշրջանային B2B ենթակառուցվածք Կովկասի փոքր բիզնեսի համար: Բայց սա 5–7 տարվա նպատակ է, ոչ թե 3-ի: Առաջին 3 տարին՝ կառուցում ենք հիմքը Հայաստանում: