

Krótki Biznesplan

INVESTOLINGO

Investolingo to robocza nazwa projektu, nie docelowa nazwa aplikacji

Investolingo tworzy platformę edukacyjną dla inwestorów, która zamiast uczyć teorii, analizuje rzeczywiste decyzje użytkownika i eliminuje jego błędy decyzyjne, przygotowując go do skutecznego działania na rynkach finansowych.

Opracowanie:

Rafał Słaby - pomysłodawca i założyciel

Błażej Dziuk - konsultant / analiza biznesowa

Mikołaj Nawojowski - konsultant / Backend Lead Programmer

Filip Loster - konsultant / Frontend Lead Programmer

KRAKÓW, KWIECIEŃ 2026

Niniejszy dokument stanowi zaledwie wstęp do projektu Inwestolingo.

Pełny biznesplan zawiera 180 stron i dokładnie wyjaśnia wszystkie mechanizmy oraz prezentuje badania rynkowe. Jest on dostępny dla zainteresowanych inwestorów. Projekt znajduje się obecnie w fazie realizacji, nie weryfikacji - chętnie przedstawimy działające prototypy silnika edukacyjnego i UX aplikacji.

Dysponujemy bardzo dokładnymi dokumentami dotyczące szansy rynkowej, potencjału rynku, modelu edukacyjnego, biznesowego i finansowego. Chętnie przedstawimy również odpowiedzialny za niego zespół, omówimy możliwe strategie wyjścia, zidentyfikowane ryzyka i wyniki dotychczasowych konsultacji z brokerami.

W razie pytań lub w celu umówienia spotkania zapraszam do kontaktu pod adresem email rafal.slaby@gmail.com lub telefonicznie +48 500 248 576

Wprowadzenie i unikatowość projektu

Nasz zespół tworzy **aplikację szkoleniową dla przyszłych i obecnych inwestorów**, która w nowy sposób przygotowuje użytkowników - przede wszystkim młode osoby - do inwestowania na rynkach kapitałowych. **Na rynku nie istnieje obecnie podobne rozwiązanie**, kompleksowo łączące naukę teorii z realnym treningiem praktycznym inwestowania.

Nasza platforma wypełnia tę lukę, wykorzystując system analizy zachowań użytkownika oraz korepetytora AI, który identyfikuje i eliminuje błędy decyzyjne w trakcie nauki. Dzięki temu wyróżniamy się na tle tradycyjnych kursów czy symulatorów giełdowych dostępnych na rynku.

Zapotrzebowanie rynkowe

Aplikacja jest skierowana do **szerokiej grupy odbiorców** zainteresowanych rynkami finansowymi:

- osób całkowicie początkujących, które dopiero wchodzą na rynek,
- użytkowników posiadających już doświadczenie inwestycyjne oraz korzystających z usług brokerów, chcących doskonalić swoje umiejętności

Rosnąca popularność inwestowania wśród indywidualnych uczestników rynku potwierdza zapotrzebowanie na takie narzędzia - obecnie **inwestorzy detaliczni stanowią ok. 25% uczestników rynku** (wzrost z ~10-15% przed 2020 r.) Badania rynkowe wykazują, że brak edukacji finansowej prowadzi do poważnych strat. Dla przykładu, **raport regulatora rynku wykazał, że aż 71% inwestorów indywidualnych ponosi straty**, a wskaźnik ten jest

znacznie wyższy wśród osób początkujących. Wraz ze wzrostem doświadczenia użytkownicy podejmują lepsze decyzje inwestycyjne, co potwierdza, że kluczowym problemem nie jest sam rynek, lecz brak odpowiedniego przygotowania.

Równocześnie **instytucje finansowe mierzą się z rosnącymi kosztami pozyskania klienta**, które w ostatnich latach przekraczają 800 EUR CAC (Customer Acquisition Cost). Pomimo wysokiej wartości pojedynczego użytkownika, problemem pozostaje jego niska aktywność oraz wysoki CHURN (wskaźnik rezygnacji klientów). **Platformy tradingowe w praktyce nie zyskują na klientach, którzy tracą środki i szybko kończą swoją aktywność** – ich model opiera się na długoterminowym zaangażowaniu użytkownika. W ich interesie jest, aby klient pozostał na platformie jak najdłużej i był aktywny, jednak w praktyce wielu użytkowników popełnia podstawowe błędy na początku i szybko rezygnuje.

Prowadzi to do obniżenia LTV (Lifetime Value – łączna wartość przychodu generowanego przez użytkownika w całym okresie jego aktywności), co bezpośrednio pogłębia problem ekonomiczny po stronie instytucji finansowych.

Oznacza to, że zarówno inwestorzy indywidualni, jak i instytucje finansowe mierzą się z tym samym problemem – brakiem skutecznego przygotowania użytkowników do realnego inwestowania. Nasz **projekt adresuje oba te obszary jednocześnie**, dodatkowo udostępniając brokerom nowe, bardziej efektywne ścieżki pozyskiwania klientów.

Nowatorski system nauczania

Platforma została zaprojektowana jako **kompletny system nauczania**, skoncentrowany nie na przekazywaniu wiedzy teoretycznej ani powtarzaniu treningu praktycznego, lecz na **bezpośrednim eliminowaniu błędów popełnianych przez użytkowników**. Proces nauki opiera się na ciągłej ekspozycji na praktykę, klasyfikacji błędów (wynikających z niewłaściwej techniki lub braku wiedzy), uzupełnianiu braków teoretycznych oraz selektywnym doborze ćwiczeń. Użytkownik nie przechodzi jednej, z góry ustalonej ścieżki – zamiast tego tworzona jest dla niego dynamiczna, wysoko sprofilowana ścieżka rozwoju, dostosowana do jego zachowań. Każda decyzja użytkownika jest analizowana, a system identyfikuje powtarzalne schematy prowadzące do strat, **zwiększając ekspozycję na najczęściej popełniane błędy** i dostarczając dokładnie tych informacji, które są potrzebne do ich eliminacji.

Projekt wykorzystuje model analizy behawioralnej do lokalizowania błędów i budowania procesu nauczania, natomiast sztuczna inteligencja pełni wyłącznie rolę warstwy interpretacyjnej. Modele machine learningowe odpowiadają za analizę zachowań i podejmowanie decyzji edukacyjnych, a modele językowe generują wyjaśnienia na podstawie tych danych. Takie **podejście pozwala znacząco ograniczyć koszty**, zwiększyć precyzję działania systemu oraz uniknąć problemów typowych dla rozwiązań opartych wyłącznie na AI, gdzie brak kontroli nad procesem prowadzi do niskiej jakości wyników.

Strategia wejścia na rynek

Strategia wejścia na rynek została zaprojektowana w oparciu o kontrolowaną dystrybucję, a nie klasyczne działania marketingowe. Koncentrujemy się na precyzyjnym docieraniu do już zagregowanych grup zainteresowanych użytkowników, które charakteryzują się wysokim potencjałem aktywności i długoterminowego zaangażowania. W praktyce oznacza to dystrybucję w środowisku akademickim, współpracę z instytucjami finansowymi oraz obecność w kanałach cyfrowych skupiających społeczności inwestorów. **W ramach rozmów z brokerami zbudowaliśmy dostęp do puli około 120 tysięcy potencjalnych użytkowników,** co umożliwia szybki start aplikacji i wygenerowanie istotnego ruchu już na początkowym etapie.

Aplikacja nie będzie oferować modelu freemium - każdy użytkownik będzie musiał opłacić licencję, pozyskać licencję od swojego brokera lub być objęty grupą darmowej dystrybucji. Podejście to, choć nie wydaje się to logiczne, pozwoli nam na szybszą ekspansję rynkową. Zagregowane grupy użytkowników, stanowiące ok 77% prognozowanego ruchu dla etapu SEED, będą **znacznie łatwiejsze do pozyskania** jeżeli dostaną za darmo produkt "premium". Decyzja ta przekłada się również na łatwiejsze nawiązywanie partnerstw B2B i współprac z twórcami cyfrowymi.

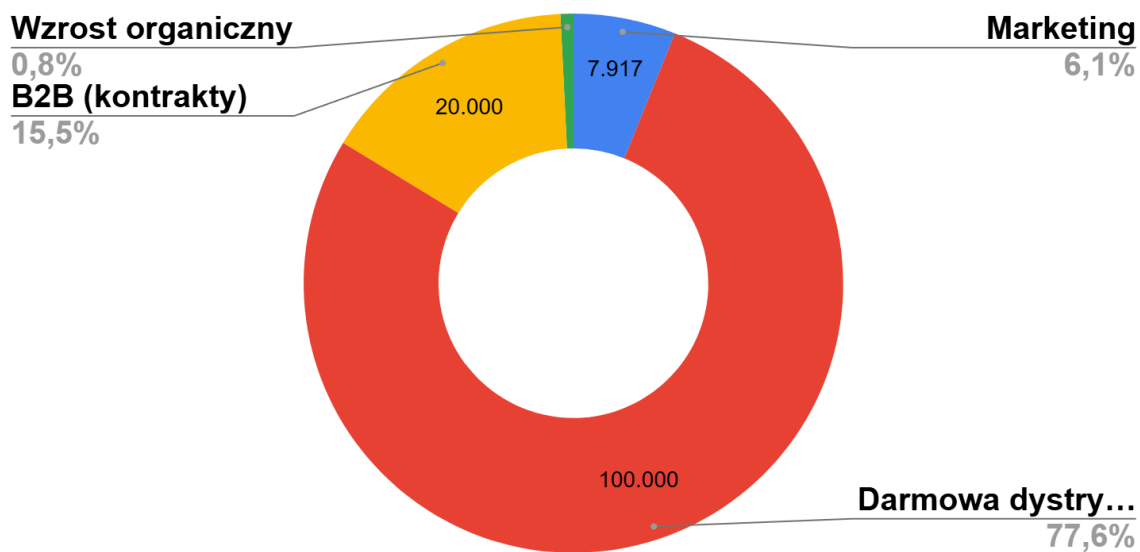
Planujemy **współpracę z instytucjami i programami unijnymi**, takimi jak Erasmus+, które oprócz możliwości pozyskania finansowania odgrywają kluczową rolę w procesie wejścia na rynek. Dzięki temu nie musimy budować relacji z uczelniami wyłącznie od zera - wsparcie instytucjonalne zwiększa wiarygodność projektu i ułatwia wdrożenia w środowisku akademickim. W efekcie jesteśmy w stanie **szybciej skalować dystrybucję** oraz docierać do dużych grup użytkowników bez konieczności ponoszenia wysokich kosztów marketingowych. Użytkownicy pozyskiwani w ramach tej kontrolowanej dystrybucji generują dodatni efekt ekonomiczny oraz budują social proof, który umożliwia dalszą ekspansję projektu.

Ze względu na specyfikę projektu i szczegóły modelu monetyzacji, planujemy początkowe wdrożenie na rynku Unii Europejskiej, co pozwoli na szybką ekspansję międzynarodową - w pierwszej kolejności w obrębie UE oraz Wielkiej Brytanii. Nasz elastyczny plan zakłada, że zaczynając od Europy, gdzie posiadamy know-how oraz wsparcie partnerów, możemy płynnie przejść do globalnej skali działania wraz z dostępnością kapitału, **minimalizując ryzyko i dostosowując tempo wzrostu do możliwości finansowych.**

W związku z powyższym, prognozujemy **w 6 miesięcy od rozpoczęcia Go-To-Market pozyskanie 130 000 użytkowników.** Każdy z tych użytkowników będzie dla nas dodatnią wartością ekonomiczną ze względu na wysoką dywersyfikację monetyzacji użytkowników opisaną w następnej sekcji. Jest to bardzo odważne założenie, jednak badania rynkowe i przygotowany model finansowy udowadniają że **możliwe do osiągnięcia.** Planujemy pozyskanie 100 000 użytkowników z darmowej dystrybucji, 8000 klientów B2C, 20000 klientów B2B oraz ok 1000 klientów wynikających ze wzrostu organicznego.

Struktura została zobrazowana na Wykresie 1.

Struktura użytkowników Investolingo w etapie seed według kanałów dystrybucji



Wykres 1. Struktura bazy użytkowników w etapie seed z podziałem na kanały pozyskania

Model biznesowy i źródła przychodów

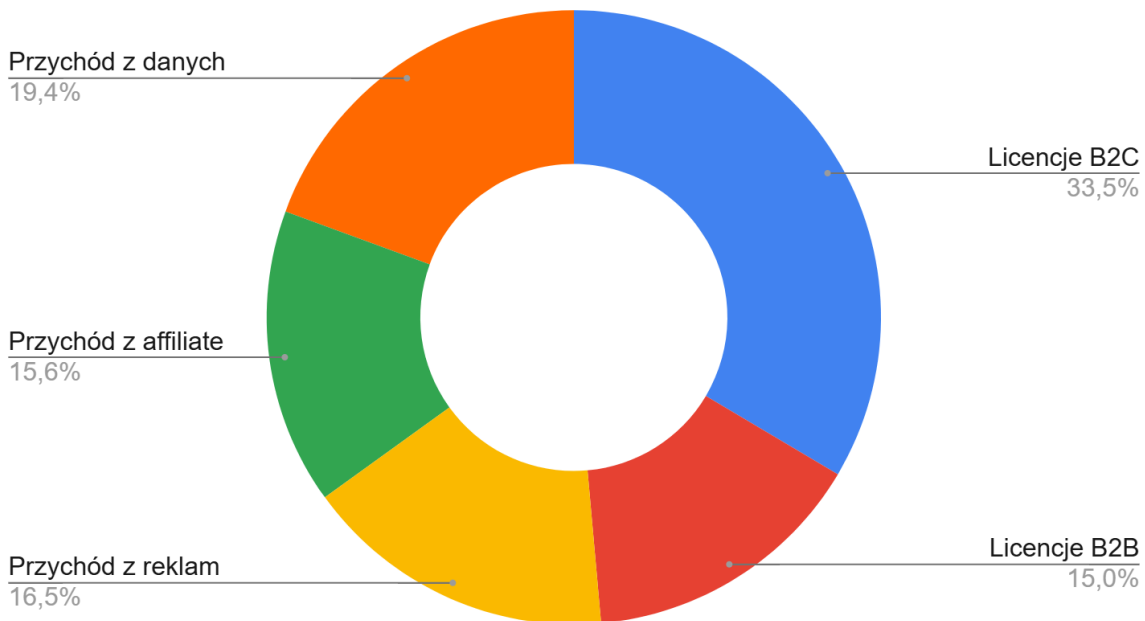
Model biznesowy projektu opiera się na **dywersyfikacji źródeł przychodu**, co zwiększa stabilność finansową i redukuje ryzyko. Zaplanowaliśmy cztery główne filary przychodów związane z funkcjonowaniem aplikacji:

- **Przychody z aplikacji (B2C)** – podstawowe wpływy pochodzące od użytkowników aplikacji. Zakładamy model subskrypcyjny, w którym dostęp do zaawansowanych funkcji szkoleniowych, dodatkowych kursów czy personalizowanych analiz będzie odpłatny.
- **Sprzedaż unikatowych danych** – funkcjonowanie aplikacji wygeneruje bogaty zbiór danych na temat zachowań inwestorów w środowisku edukacyjnym (np. reakcje na wydarzenia rynkowe, typowe błędy początkujących, efektywność różnych strategii) a także generuje dane LEAD. Takie zagregowane dane mają dużą wartość komercyjną i mogą być sprzedawane instytucjom finansowym, domom maklerskim czy firmom analitycznym.
- **Współpraca partnerska (B2B)** – strategiczne partnerstwa z instytucjami finansowymi, domami maklerskimi, firmami fintech oraz podmiotami edukacyjnymi. Możliwe modele to np. licencjonowanie naszej platformy szkoleniowej (white-label) dla banków lub brokerów chcących edukować swoich klientów, sponsorowane programy szkoleniowe, czy tworzenie dedykowanych wersji aplikacji pod potrzeby partnerów. Takie umowy mogą generować stałe opłaty licencyjne lub inne formy wynagrodzenia, stanowiąc istotny, stabilny, strumień przychodów.
- **Przekierowywanie klientów (affiliate, CPL)** – aplikacja będzie naturalnym pomostem między edukacją a realnym inwestowaniem. Gdy użytkownik poczuje się gotów inwestować prawdziwe środki, możemy kierować go do zaufanych partnerów (np. domów maklerskich, platform tradingowych) w ramach programów afiliacyjnych. Za każdego użytkownika pozyskanego w ten sposób, partner wypłaca prowizję lub udział w przychodach. Dzięki potencjalnie dużej skali bazy użytkowników, ten kanał ma bardzo wysoki potencjał zysków – stanowi de facto monetyzację zaufania i relacji z wyedukowanym inwestorem.

Aplikacja w darmowej dystrybucji darmowej początkowo ma również zawierać reklamy partnerskie zwiększając potencjał afiliacyjny i zwiększając uzyskane zyski.

Przygotowany model finansowy pozwala na przybliżenie struktury przychodów, przedstawionej na wykresie 2.

Porównanie źródeł przychodu



Wykres 2. Struktura przychodów Investolingo na etapie SEED

Ze względu na dodatnią wartość ekonomiczną każdego użytkownika (wynikający z czerpania zysków z rynków finansowych, niskiemu kosztowi pozyskania użytkowników CAC charakterystycznego dla rynku edukacyjnego a także niskiemu kosztowi utrzymania i obsługi), nie musimy koncentrować się na krótkoterminowej monetyzacji. Zamiast tego możemy dostarczyć użytkownikowi produkt o najwyższej możliwej jakości, skoncentrowany na wartości dostarczanej naszym użytkownikom. Budowa marki premium w przypadku Investolingo wymaga świadomego odniesienia się do specyfiki rynku finansowego oraz jego percepcji wśród użytkowników. Przez wiele lat sektor edukacji finansowej koncentrował się przede wszystkim na maksymalizacji sprzedaży produktów finansowych, często kosztem ich realnej wartości dla użytkownika. W efekcie doprowadziło to do utrwalenia się negatywnego wizerunku branży, kojarzonej z agresywną sprzedażą, niską transparentnością oraz licznymi nadużyciami.

Model biznesowy zakłada **dostarczenie produktu postrzeganego jako wartościowy sam w sobie**, działającego wyłącznie w formule premium. Planujemy rozwój Product-Led, w którym głównym czynnikiem wzrostu nie jest intensywna akwizycja marketingowa, lecz jakość i postrzegana wartość.

Oznacza to, że produkt staje się podstawowym mechanizmem dystrybucji, umożliwiając naturalną i przyspieszoną ekspansję poprzez zaangażowanie oraz rekomendacje użytkowników. W naszym modelu biznesowym, wyznaczyliśmy **cel strategiczny jest pozycjonowanie Investolingo jako standardowego punktu wejścia na rynki inwestycyjne**, czyli miejsca, do którego użytkownicy trafiają w pierwszej kolejności, rozpoczynając swoją edukację i aktywność inwestycyjną.

W celu jego osiągnięcia, koncentrujemy się na realizacji trzech fundamentalnych celów początkowych:

- szybkie osiągnięcie skali użytkowników,
- budowę produktu premium o wysokiej wartości edukacyjnej,
- wytworzenie efektu social proof wynikającego z realnej wartości dostarczanej użytkownikom.

Zajęcie tej niszy wymaga nie tylko stworzenia produktu wysokiej jakości, lecz przede wszystkim **zbudowania przewagi trudnej do replikacji**. Obejmuje ona zarówno komponent technologiczny i metodologiczny, jak i sposób wejścia na rynek oraz tempo skalowania, które w praktyce determinują możliwość osiągnięcia pozycji standardu.

Dodatkowo model biznesowy jest poparty nie tylko dywersyfikacją przychodów, ale również użytkowników oraz metod ich pozyskania. Tak **szeroka dywersyfikacja nie zwiększa istotnie złożoności technologicznej produktu, natomiast rozszerza zakres operacyjny i biznesowy** projektu, Dzięki niej możemy rozwijać projekt w oparciu o jasno zdefiniowane metryki, które pozwalają analizować zachowania użytkowników, ich charakterystykę oraz identyfikować obszary o największym potencjale wzrostu, co umożliwi redukcję ryzyka i zwiększenie skalowalności biznesu.

Model finansowy

Przedstawiony model finansowy, możemy poprzeć prezentacją kompletnych obliczeń oraz zaawansowaną analizą finansową. Sekcja opisuje jedynie etap SEED, bazuje na konserwatywnych (dolnych) zakresach danych rynkowych i nie obejmuje reinwestowania uzyskanych przychodów. Wartości te stanowią “podłogę” możliwych wyników finansowych i obrazują początkowy stan projektu, który będzie optymalizowany w czasie . Dodatkowo nie uwzględniono tutaj współpracy i funduszy związanymi z instytucjami Unijnymi.

Struktura finansowa została zdefiniowana o wartości oparte na danych rynkowych. W szczególności przyjęto:

- Subskrypcję B2C na poziomie 10 EUR miesięcznie
- Licencję B2B rozliczaną per użytkownik na poziomie 2 EUR
- Przychody afiliacyjne oparte o wartość pojedynczej konwersji na poziomie 50 EUR, wynikające z przyjętego rozkładu prawdopodobieństwa, zgodnie z którym 8% użytkowników zakłada konto demo, z czego 4 % rozszerzy je o prawdziwe konta inwestycyjne. 0,9% użytkowników dokonuje bezpośredniej konwersji do pełnego konta inwestycyjnego, co w ujęciu uśrednionym przekłada się na około 1,74 EUR przychodu afiliacyjnego na użytkownika
- Monetyzację danych użytkownika na poziomie 2 EUR, wynikającą z ograniczonej infrastruktury sprzedażowej na etapie seed
- Przychody reklamowe oparte o stawkę CPM na poziomie około 9 EUR/1000 reklam dla komunikacji partnerskiej
- **Model przyjmuje, że użytkownik może generować wartość równoległe w kilku kanałach**, co wynika z konstrukcji modelu biznesowego opisanej powyżej. Użytkownik nie jest przypisany do jednego źródła przychodu, lecz stanowi element wielokanałowej monetyzacji.
- Koszt infrastrukturalny użytkownika 0,10173 EUR miesięcznie, w oparciu o rynkowe dane aktywności użytkowników w branży oraz cennik usług AWS.
- Wyznaczone CAC kampani marketingowych 27,31 EUR. Zakładamy 40% wyższe CAC od uśrednionych wartości w czasie trwania testów marketingowych i początkowej niewielkiej rozpoznawalności projektu. Dodatkowo **charakter działań marketingowych został wyznaczony w oparciu o działania nie koncentrujące się na pozyskiwaniu użytkowników, lecz budowie świadomości marki** co również wpływa na jego wartość.
- Koszt pozyskania użytkowników B2B i darmowej dystrybucji wynosi 0,78 EUR przy przedstawionej wcześniej strukturze użytkowników. Wynika to z bazowania na zagregowanych grupach użytkowników, co wymaga jedynie wydatków na utrzymanie zespołu pozyskujących partnerów. Wydatki mają charakter pół stały więc wyznaczone CAC zmienia się wraz z ilością użytkowników pozyskanych w segmentach, co obrazuje Wykres 8.
- Przyjęty CHURN na etapie SEED (miesięczny wskaźnik rezygnacji klientów) wynosi 20% i przekłada się na średnie 5 miesięcy użytkownika na platformie. Na podstawie dostępnych analiz rynkowych oraz benchmarków dla aplikacji edukacyjnych i subskrypcyjnych, miesięczny churn w tej kategorii najczęściej mieści się w przedziale od około 8% do 20%, w zależności od charakterystyki produktu, poziomu zaangażowania użytkowników oraz dojrzałości rozwiązania.

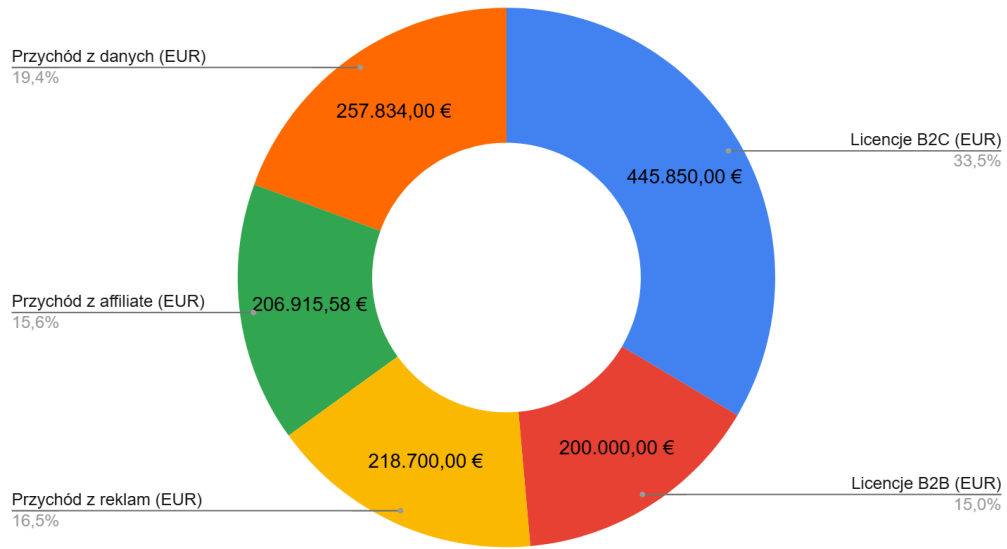
Bazując na wyżej wyznaczonych parametrach w Tabel 1 zebrano wszystkie obliczone przychody, koszty i zysk dla pojedynczego użytkownika:

Segment	Darmowa Dystrybucja aplikacji	Klienci B2C	Klienci z kontraktów B2B
Przychód Affiliate/Użytkownik (EUR)	1,74 €	0,87 €	1,74 €
Przychód z danych / użytkownika (EUR)	2,00 €	2,00 €	2,00 €
Przychód z B2C (EUR)	- €	50,00 €	- €
Przychód B2B(EUR)	- €	- €	10,00 €
Przychód z reklam (EUR)	2,19 €	- €	- €
Łączny przychód na użytkownika (EUR)	5,93 €	52,87 €	15,74 €
CAC (EUR)	0,78 €	25,26 €	0,78 €
LTC (EUR)	0,51 €	0,51 €	0,51 €
Zysk na użytkownika (EUR)	4,64 €	27,10 €	12,45 €

Tabela 1. Struktura przychodów i zysków dla pojedynczego użytkowników Investolingo w etapie seed

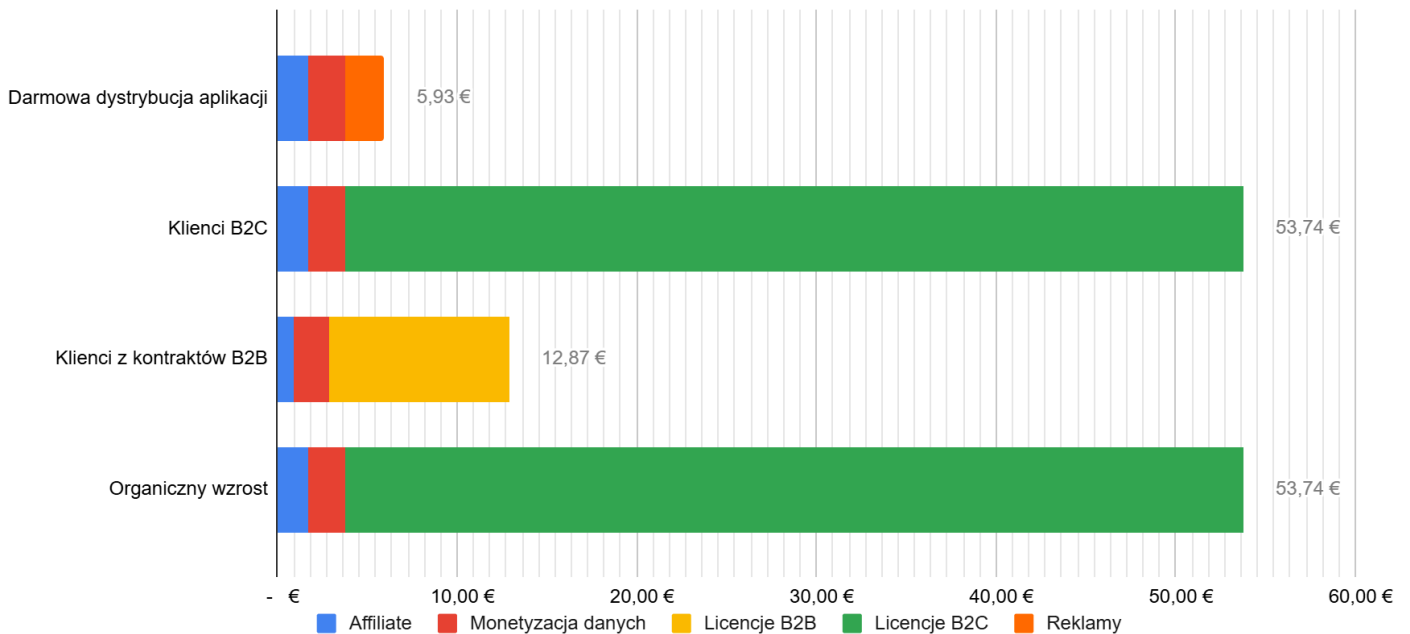
Zestawiając prognozowaną liczbę użytkowników na etapie SEED z opisanymi wcześniej parametrami, można przedstawić kluczowe zależności w formie wykresów 3-8, tabel 2-3. **Dodatkowo na Wykresie 9 zebrano wyznaczone parametry ekonomiczne w formie blended dla całego projektu na etapie SEED.**

Porównanie źródeł przychodu



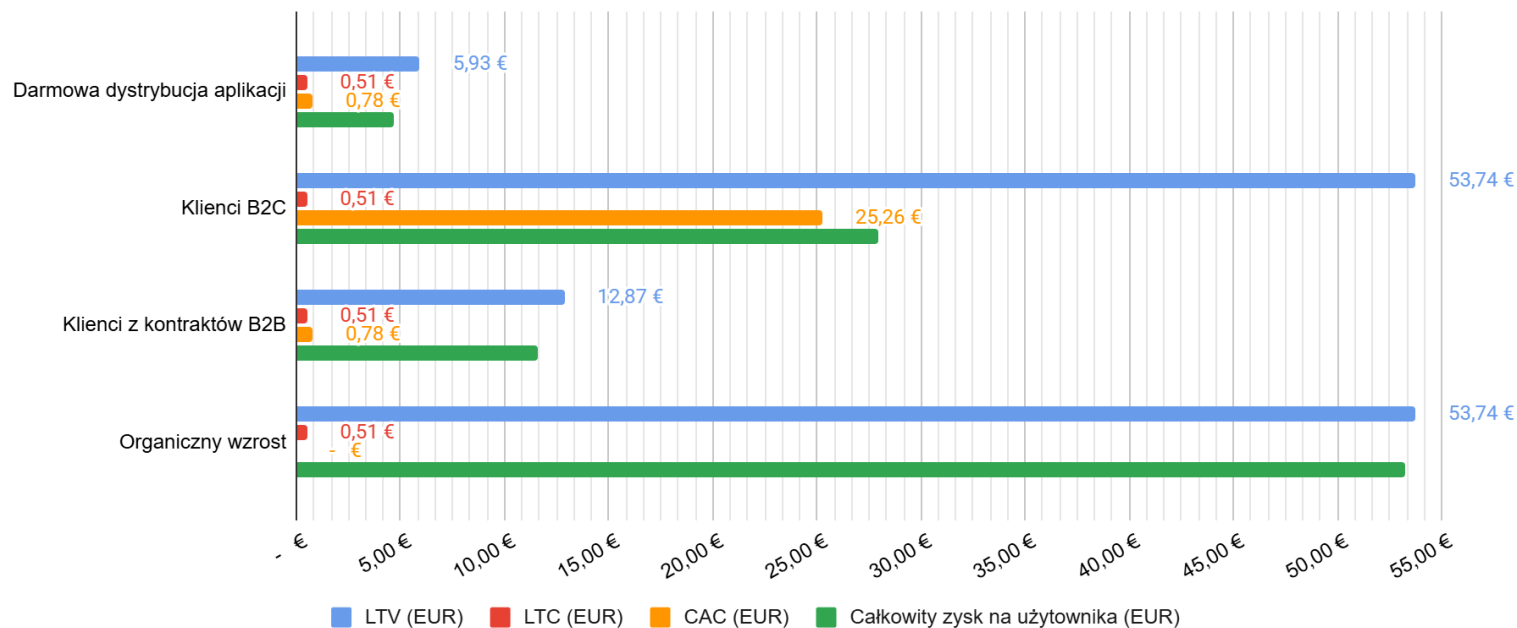
Wykres 3. Porównanie przychodów z wszystkich źródeł wg. założonej struktury użytkowników

Model przychodów wieloźródłowej monetyzacji użytkownika



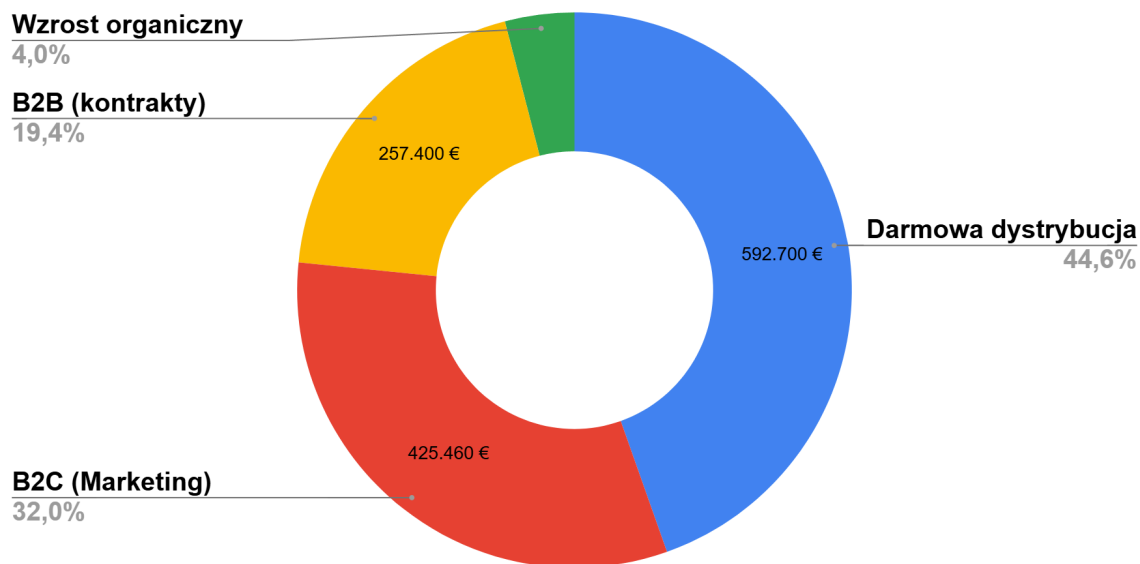
Wykres 4. Struktura wartości użytkownika (LTV) według kanału pozyskania w modelu wieloźródłowej monetyzacji Investolingo

Ekonomia jednostkowa użytkownika według kanału pozyskania



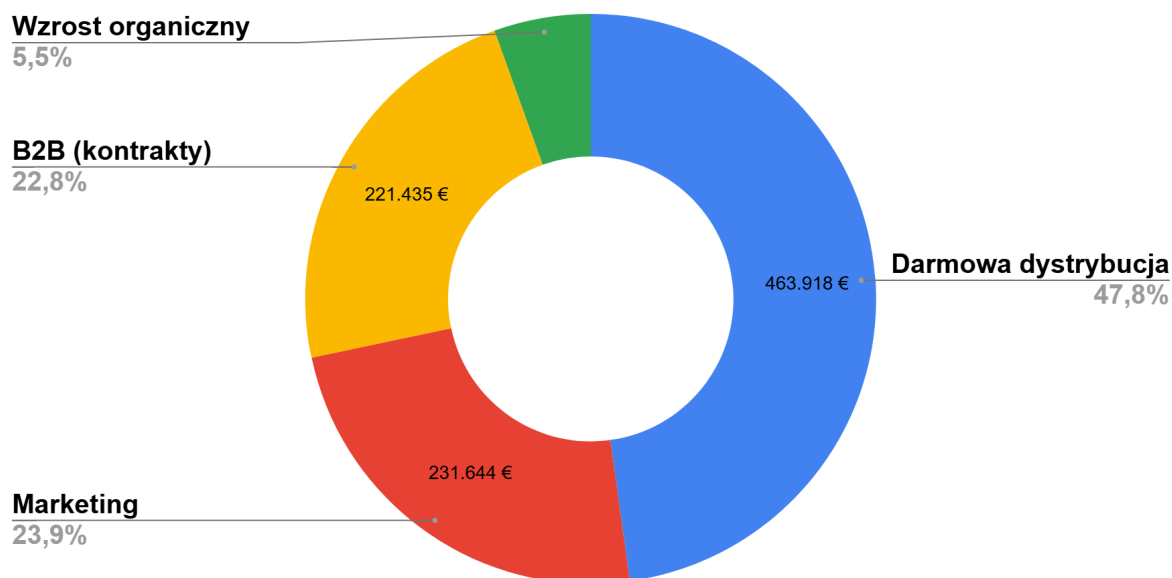
Wykres 5. Porównanie wartości (LTV), kosztu LTC, kosztu CAC i zysku na użytkownika w zależności od rodzaju klienta w modelu Investolingo

Struktura przychodów według kanałów dystrybucji



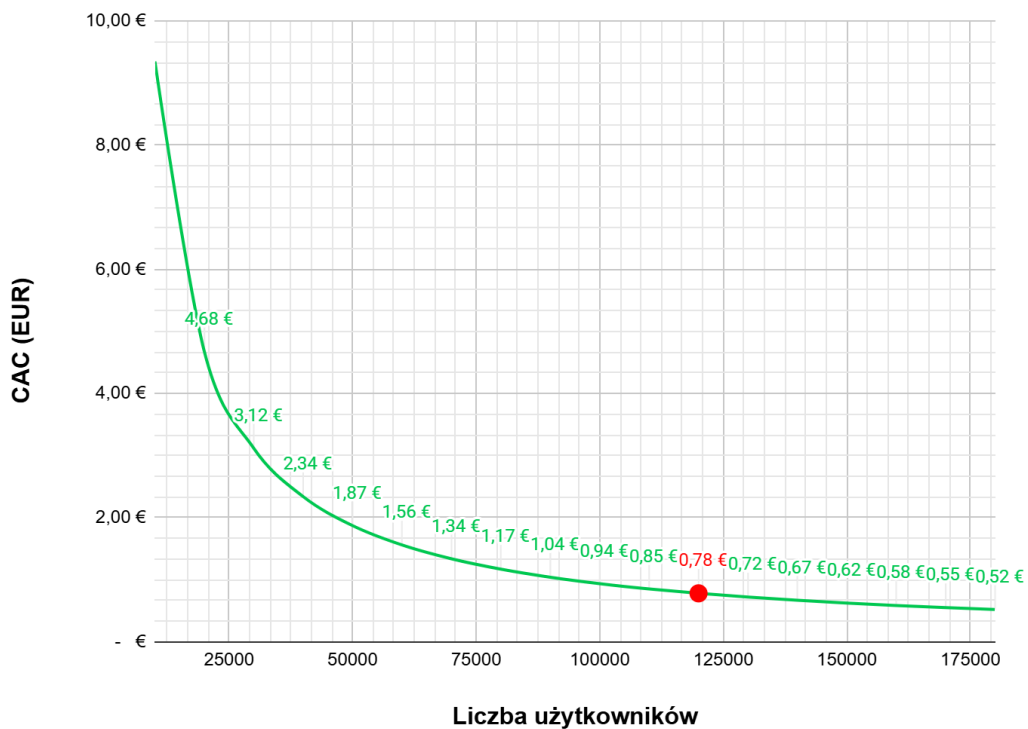
Wykres 6. Podział przychodów według segmentu użytkowników

Struktura zysków według kanałów dystrybucji



Wykres 7. Podział zysków według segmentu użytkowników

Zmiana CAC darmowej dystrybucji w zależności od ilości pozyskanych użytkowników



Wykres 8. Zmiana kosztu pozyskania użytkownika (CAC) od ilości pozyskanych użytkowników.

Segment	Darmowa Dystrybucja aplikacji	Klienci B2C	Klienci z kontraktów B2B	Organiczny wzrost
Szacowana liczba użytkowników	100.000	7.917	20.000	1.000
CHURN	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Średni lifetime (miesiące)	5	5	5	5
CAC (EUR)	0,78 €	25,26 €	0,78 €	- €
Miesięczny koszt utrzymania platformy/użytkownika (EUR)	0,10 €	0,10 €	0,10 €	0,10 €
LTC (EUR)	1,29 €	25,77 €	1,29 €	0,51 €
Miesięczny przychód z licencji B2C (EUR)	- €	10,00 €	- €	10,00 €
Miesięczny przychód z licencji B2B (EUR)	- €	- €	2,00 €	- €
Miesięczny przychód z reklam (EUR)	0,44 €	- €	- €	- €
Całkowity przychód B2C (EUR)	- €	50,00 €	- €	50,00 €
Całkowity przychód B2B (EUR)	- €	- €	10,00 €	- €
Całkowity przychód z reklam (EUR)	2,19 €	- €	- €	- €
Całkowity przychód z affiliate (EUR)	1,74 €	1,74 €	0,87 €	1,74 €
Całkowity przychód z danych (EUR)	2,00 €	2,00 €	2,00 €	2,00 €
LTV (EUR)	5,93 €	53,74 €	12,87 €	53,74 €
Całkowity LTV na segment (EUR)	592.700,00 €	425.459,58 €	257.400,00 €	53.740,00 €
Całkowity zysk na użytkownika (EUR)	4,64 €	27,97 €	11,58 €	53,23 €
Całkowity zysk na segment (EUR)	463.918,33 €	221.435,32 €	231.643,67 €	53.231,35 €

Tabela 2. Sumaryczne zestawienie wszystkich kosztów, przychodów i zysków generowanych przez klientów na etapie SEED

Segment	Zysk na klienta (EUR)	Zysk/Segment (EUR)	LTV/klient	LTV/segment
Darmowa dystrybucja	4,64 €	463.918,33 €	5,93 €	592.700,00 €
Marketing	27,97 €	221.435,32 €	53,74 €	425.459,58 €
B2B (kontrakty)	11,58 €	231.643,67 €	12,87 €	257.400,00 €
Wzrost organiczny	53,23 €	53.231,35 €	53,74 €	53.740,00 €
Suma	97,42 €	970.228,67 €	126,277	1.329.299,58 €

Tabela 3. Podsumowanie przychodów i zysków dla Investolingo na etapie SEED



Wykres 9. Wyznaczone parametry ekonomiczne etapu SEED

Przedstawione wyniki bezpośrednio prowadzą do wniosków:

- Prognozowane przychody oraz zyski zostały oszacowane przy założeniu niskiego poziomu optymalizacji produktu** oraz konserwatywnej wyceny danych na poziomie 2,00 € na użytkownika. Dane rynkowe wskazują jednak, że rzeczywista wartość samych danych LEAD na rynkach finansowych - w zależności od poziomu kwalifikacji i profilowania użytkownika - waha się w przedziale 15-30 €, a w wybranych przypadkach może być istotnie wyższa. Oznacza to istnienie bardzo dużego, niewykorzystanego potencjału wzrostu, który w obecnym modelu ograniczany jest głównie przez poziom wiarygodności projektu wśród partnerów oraz możliwości monetyzacji danych na rynkach międzynarodowych, często objętych ograniczeniami regionalnymi. Z tego wynika bezpośrednia potrzeba szybkiej ekspansji międzynarodowej.

- Wyznaczone parametry ekonomiczne, w szczególności relacja przychodów, zysków oraz kosztów pozyskania użytkowników – wskazują na wysoką **odporność modelu na odchylenia od założeń**. Nawet w scenariuszu odchylenia o około 40% mniejszej liczby użytkowników niż zakładano, projekt generuje wystarczający poziom przychodów na etapie SEED, aby **osiągnąć operacyjną niezależność, w wyniku której nie będą wymagane kolejne rundy finansowania**. Wynika to z faktu nieuwzględnienia reinwestycji środków w tych obliczeniach.
- Ze względu na charakter projektu, jego model dystrybucyjny oraz połączenie obszarów AI, edukacji i rynków finansowych, **kwifikujemy się do ośmiu programów grantowych finansowania publicznego**. Ich liczba oraz dostępność rosną wraz z obecnym kierunkiem polityki Unii Europejskiej, co znacząco zwiększa możliwości rozwoju i skalowania projektu, jednocześnie ograniczając ryzyko. Na różnych etapach rozwoju możemy pozyskiwać dodatkowe środki, co zostanie szczegółowo omówione w dalszej części biznesplanu.
- Monetyzacja użytkownika nie opiera się na jednym źródle przychodu, co zwiększa stabilność modelu i ułatwia dalsze skalowanie.
- Pozycjonowanie projektu na styku edukacji i finansów umożliwia jednoczesne wykorzystanie niskiego CAC i wysokiej wartości użytkownika dla partnerów B2B
- **Projekt operuje w modelu market expansion**, a nie wyłącznie klasycznego TAM/SAM, co znacząco zwiększa jego potencjał skalowania. Największy wolumen użytkowników pochodzi z darmowej dystrybucji (100 000 użytkowników), która stanowi główny mechanizm realizacji modelu market expansion, umożliwiając wprowadzanie nowych użytkowników z obszaru edukacji bezpośrednio do rynku finansowego przy minimalnej barierze wejścia.
- Brak modelu freemium umożliwia projektowi szybki wzrost który nie odbija się negatywnie na parametrach ekonomicznych
- Przygotowany model finansowy stanowi scenariusz bazowy dla etapu SEED oparty na konserwatywnych założeniach, co oznacza, że przedstawione wyniki należy traktować jako dolny poziom oczekiwanych rezultatów. W praktyce istnieje istotne prawdopodobieństwo osiągnięcia wyższych wartości. Na dalszych etapach **wraz z optymalizacją produktu, poprawą parametrów monetyzacji, rozwojem współprac z partnerami model finansowy projektu będzie znacznie atrakcyjniejszy**.
- Największa część zysku generowana jest przez skalę, a nie przez pojedyncze wysokie ARPU
- Klienci darmowej dystrybucji stanowiący 77,6% prognozowanej bazy użytkowników odpowiadają za 44,6% przychodów i 47,8 % zysków
- Klienci B2B mimo dużego zysku jednostkowego odpowiadają jedynie 23,9 % zysków
- Klienci pozyskani w wyniku wzrostu organicznego mimo stanowienia najmniejszej grupy, jedynie 0,8% bazy użytkowników odpowiadają za 5,5% zysków. Rynek jednoznacznie wskazuje że wraz ze wzrostem rozpoznawalności aplikacji, segment ten stanowi coraz większą część puli użytkowników. Przedstawiony wcześniej model biznesowy **dotatkowo zwiększa potencjał wzrostu tego segmentu**. Są to równocześnie użytkownicy o największym zysku jednostkowym.

- Model posiada wysoką odporność na błędy estymacji oraz zmienność parametrów rynkowych. Przy blended LTV na poziomie 10,31 EUR oraz CAC 2,28 EUR, istnieje znaczący bufor bezpieczeństwa na poziomie ekonomiki jednostkowej. Oznacza to, że nawet istotny wzrost kosztów pozyskania użytkownika lub spadek przychodów nie prowadzi do utraty rentowności całego modelu.
- Przychody reklamowe, przy utrzymaniu bardzo niskiej ilości reklam przyjętej w obliczeniach, nie stanowią głównego źródła zysku, Pełnią funkcję wspierającą, umożliwiając częściowe pokrycie kosztów pozyskania i utrzymania użytkowników oraz zwiększenie całkowitą wartości jednostkowej bez negatywnego wpływu na user experience.

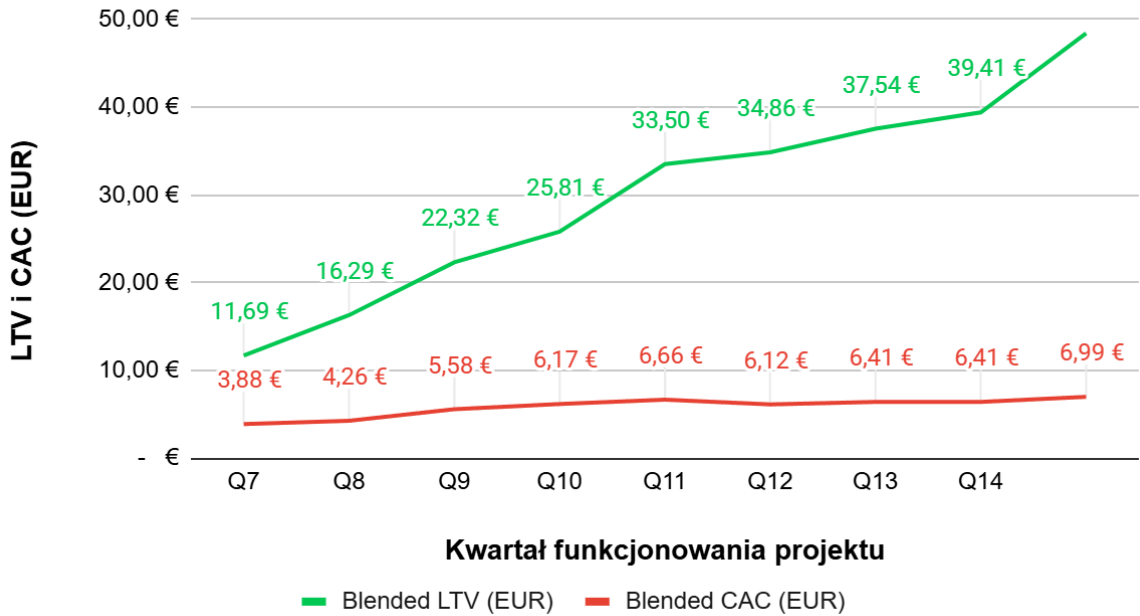
Dodatkowo **przedstawione wcześniej parametry ekonomiczne będą podlegać dalszej optymalizacji wraz z rozwojem produktu**, analizą metryk, identyfikacją wąskich gardeł oraz optymalizacją kanałów dystrybucji i samej aplikacji, a także rosnącą rozpoznawalnością i social proof, które będą stopniowo zwiększać napływ użytkowników, co bezpośrednio przełoży się na poprawę wyników projektu względem prognozowanych wartości przedstawionych w poniższej tabeli. Warto podkreślić, że nawet te wartości – uwzględniając dalszy etap projekcji – **pozostają poniżej poziomów raportowanych przez liderów rynku**, co wskazuje na duży potencjał wzrostu.

Okres (kwartał)	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14
CAC marketingu (EUR)	22,12 €	20,57 €	19,54 €	18,57 €	17,82 €	17,82 €	17,82 €	17,82 €	17,82 €
Churn (%)	20%	17%	17%	17%	15%	15%	15%	15%	13%
LTC	0,51€	0,64€	0,64€	0,64€	0,76€	0,76€	0,76€	0,77€	0,90€
Monetyzacja danych (EUR)	3,00 €	3,00 €	5,00 €	6,00 €	6,00 €	7,00 €	7,00 €	7,00 €	7,00 €
CPM reklam partnerskich (EUR)	9,00 €	10,00 €	11,00 €	12,00 €	13,00 €	14,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €

Tabela 4. Ewolucja kluczowych parametrów ekonomicznych i operacyjnych projektu w kolejnych kwartałach po etapie seed

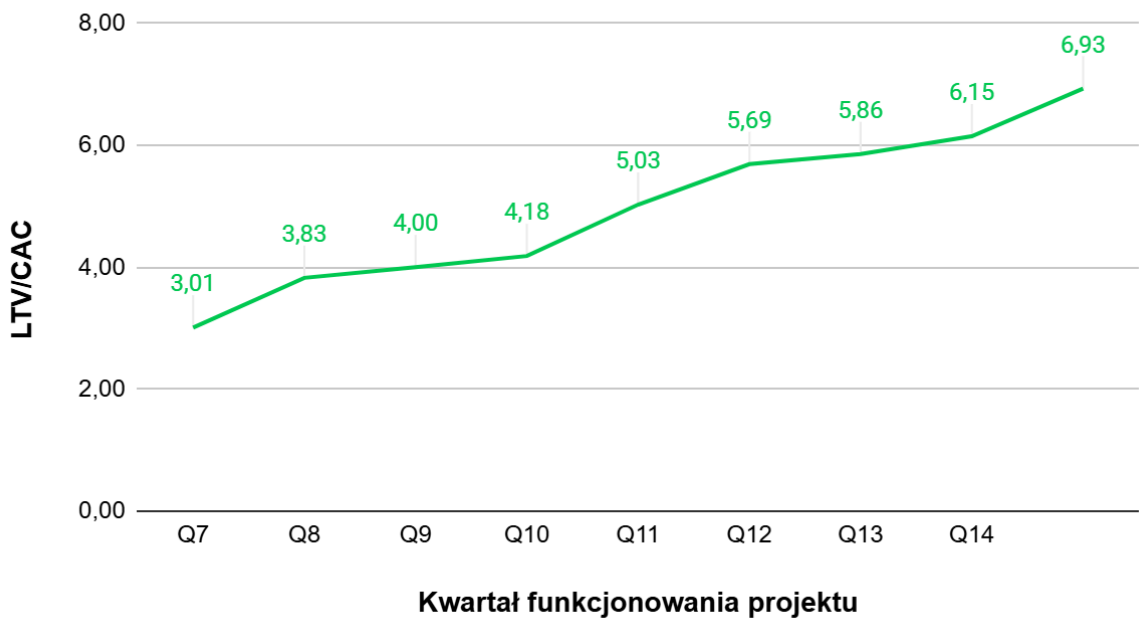
Ze względu na skrótowy charakter tego dokumentu na następnej stronie przedstawiamy jedynie wykresy obrazujące wpływ tych czynników na kluczowe parametry ekonomiczne, najlepiej oddające potencjał dalszego wzrostu oraz skalowania projektu.

Zmiana LTV i CAC w czasie skalowania



Wykres 9. Zmiana LTV i CAC w trakcie dalszej optymalizacji i skalowania projektu

Zmiana LTV/CAC w czasie skalowania



Wykres 10. Zmiana LTV i CAC w trakcie dalszej optymalizacji i skalowania projektu

Przedstawione parametry ekonomiczne oraz przyjęty konserwatyzm założeń wymagają szerszego komentarza w kontekście dalszego rozwoju projektu oraz jego pełnego potencjału. Ze względu na zakres przeprowadzonych analiz, oraz ilość pracy włożonej w przygotowanie projektu nie jesteśmy w stanie przedstawić wszystkich scenariusz w tak skrótowej formie. Dlatego zapraszamy Państwa do umawiania spotkań, podczas których możemy szczegółowo przedstawić zarówno uzasadnienie przyjętych założeń, jak i symulacje alternatywnych scenariuszy - w tym przypadków odbiegających od scenariusza bazowego oraz sytuacji uwzględniających potencjalne ryzyka projektowe.

Na tym etapie zostały również przygotowane mechanizmy mitygacji ryzyka oraz możliwe ścieżki dalszego rozwoju projektu w zależności od zmieniających się warunków. Uważamy, że prognozowane wyniki finansowe plasują projekt w górnej części rynku, nie ze względu na agresywne założenia, lecz dzięki spójności modelu biznesowego, strategii wejścia na rynek oraz fundamentom ekonomicznym, które tworzą solidną podstawę do dalszego skalowania zgodnie z przedstawionymi założeniami.

W razie pytań lub w celu umówienia spotkania zapraszam do kontaktu pod adresem email rafal.slaby@gmail.com lub telefonicznie +48 500 248 576

Wymagania inwestycyjne

Dotychczasowe prace nad projektem są kontynuowane i finansowane ze środków własnych od roku. Pełna implementacja produktu – w szczególności budowa kompletnej aplikacji i wejście na rynek wymaga istotnie większych nakładów kapitałowych. Celem rundy SEED jest doprowadzenie projektu do stanu, w którym platforma funkcjonuje jako w pełni operacyjny, samowystarczalny produkt. Specyfika projektu pozwala zakładać, że po osiągnięciu tego stanu dalszy rozwój może być realizowany bez konieczności natychmiastowego pozyskiwania kolejnych rund finansowania, a kapitał z rundy seed pełni rolę czynnika umożliwiającego osiągnięcie tego przełomowego momentu.

Najważniejszym efektem etapu SEED będzie powstanie w pełni działającego produktu, który może być prezentowany jako operacyjne rozwiązanie rynkowe, co ma **kluczowe znaczenie w kontekście pozyskiwania środków publicznych** omówionych w następnym sekcji

Obecna runda finansowania obejmuje pozyskanie kapitału w wysokości 1 100 000 EUR.

Zostanie ona dodatkowo wzmocniona przez pozyskanie grantów unijnych w prognozowanej wysokości ~450 000 EUR

Środki pozyskane z grantów mają jednak charakter uzupełniający i nie są niezbędne do pełnego wdrożenia projektu – stanowią dodatkowy komponent umożliwiający jego szybsze skalowanie już na etapie SEED i zabezpieczenie runway.

Wielkość rundy została określona na podstawie **szczegółowej analizy struktury kosztowej** projektu. Ogólna alokacja środków została przedstawiona w Tabeli 5 i Wykresie 11, dostępna jest również dokładna, rozszerzona analiza kosztów.

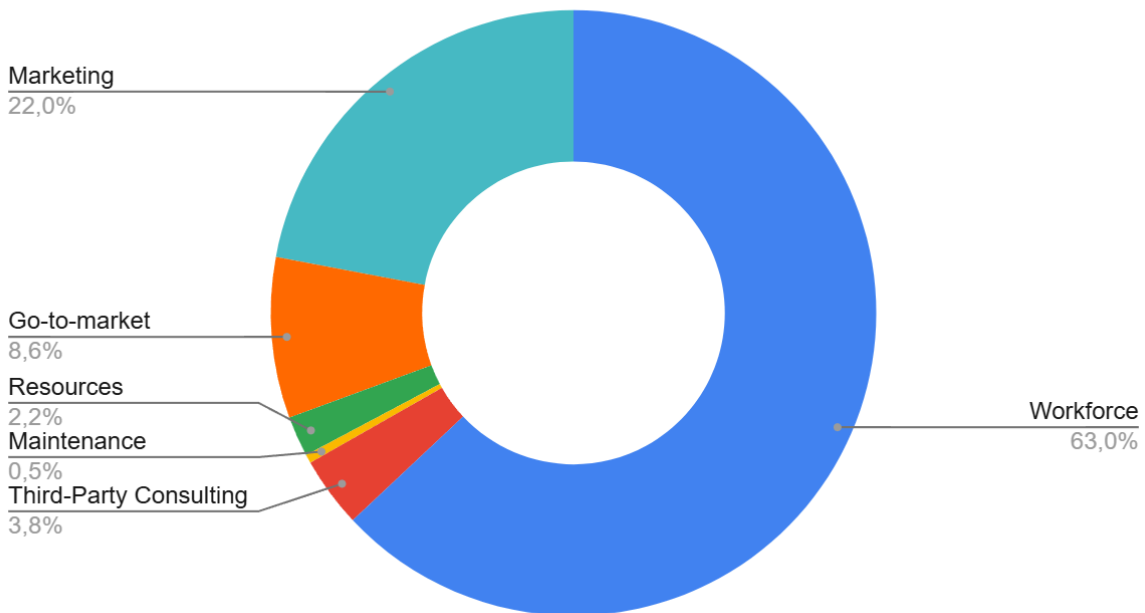
Obecny etap rozwoju projektu stanowi moment przejścia **od fazy stopniowej budowy i walidacji założeń do fazy dynamicznego wzrostu oraz wdrożenia produktu na rynek**. Projekt był rozwijany przez długi okres czasu, co pozwoliło na systematyczne dopracowanie jego kluczowych założeń i rozpoznanie ryzyk operacyjnych.

Jednocześnie projekt nie znajduje się jeszcze na etapie komercjalizacji, co oznacza, że inwestycja realizowana na obecnym poziomie umożliwia wejście kapitałowe przed momentem materializacji kluczowej wartości rynkowej. Finansowanie na tym etapie pozwala na uczestnictwo w najbardziej dynamicznej fazie wzrostu projektu, obejmującej budowę produktu, wejście na rynek oraz skalowanie modelu biznesowego.

Okres	Workforce	Third-Party Consulting	Maintenance	Resources	Go-to-market	Marketing	Suma
Q3 2026	98.250,00 €	24.000,00 €	400,00 €	7.500,00 €	- €	- €	130.150,00 €
Q4 2026	129.000,00 €	8.000,00 €	400,00 €	8.000,00 €	- €	- €	145.400,00 €
Q1 2027	139.500,00 €	3.000,00 €	400,00 €	12.000,00 €	26.500,00 €	- €	181.400,00 €
Q2 2027	139.500,00 €	3.000,00 €	400,00 €	- €	33.500,00 €	70.000,00 €	246.400,00 €
Q3 2027	139.500,00 €	3.000,00 €	400,00 €	- €	33.500,00 €	170.000,00 €	346.400,00 €
Total	645.750,00 €	41.000,00 €	2.000,00 €	27.500,00 €	93.500,00 €	240.000,00 €	1.049.750,00 €

Tabela 5. Struktura kosztów projektu w podziale na kategorie i kwartały (etap seed)

Struktura kosztów SEED



Wykres 11. Udział procentowy kategorii kosztowych

Pozyskany kapitał nie będzie stanowił pokrycia kosztów operacyjnych, lecz jest bezpośrednio przekształcany w wartość projektu – w postaci gotowego produktu, infrastruktury operacyjnej, pozycji rynkowej oraz zdolności do generowania przychodów. Przyjęty poziom finansowania odpowiada minimalnej skali umożliwiającej osiągnięcie pełnej implementacji projektu oraz jego dalszego, samodzielnego funkcjonowania zgodnie z założeniami przedstawionymi w niniejszym dokumencie.

Runda może zostać zrealizowana zarówno z udziałem jednego inwestora, jak i w modelu syndykatu inwestorów. Projekt jest otwarty na współpracę z funduszami venture capital, aniołami biznesu oraz inwestorami prywatnymi, przy zachowaniu elastyczności w zakresie struktury inwestycji.

W trakcie rozmów z firmami brokerskimi oraz podmiotami oferującymi w branży finansowej **zidentyfikowano istotne zainteresowanie projektem oraz jego potencjałem biznesowym, w tym również propozycje bezpośredniego finansowania.** Jest to naturalne, ponieważ model projektu zakłada generowanie wartości dla szerokiego spektrum instytucji finansowych poprzez dostęp do klientów oraz ich aktywizację, co czyni te podmioty bezpośrednimi beneficjentami jego rozwoju.

Proponowane formy współpracy wiązały się jednak z próbami wprowadzenia ograniczeń w zakresie doboru partnerów rynkowych oraz kierunków współpracy, co stanowi istotne ryzyko dla projektu. **Zachowanie pełnej niezależności operacyjnej w tym obszarze** jest niezbędne z perspektywy budowy wartości Investolingo. Wszelkie formy finansowania, które wprowadzałyby ograniczenia w dostępie do klientów lub wyłączność dla konkretnych podmiotów, byłyby sprzeczne z modelem biznesowym i mogłyby prowadzić do istotnego ograniczenia potencjału Investolingo.

Dodatkowo ze względu na obecny poziom zaawansowania projektu, udostępnienie pełnej dokumentacji oraz szczegółowego opisu technologii podmiotom operacyjnym z branży finansowej **wiąże się z ryzykiem replikacji rozwiązania** przy wykorzystaniu ich własnych zasobów. W związku z tym współpraca w tym zakresie wymaga szczególnej selektywności oraz odpowiedniego zabezpieczenia interesów projektu.

Fakt, że podmioty z branży finansowej już na obecnym etapie wykazują wysokie zainteresowanie projektem, w tym również w kontekście potencjalnego zaangażowania kapitałowego, stanowi istotny sygnał rynkowy. **Wskazuje on, że projekt generuje wartość dla uczestników rynku już na etapie przed wdrożeniem, a jego rozwój może w naturalny sposób prowadzić do scenariuszy wyjścia opartych o przejęcie przez podmioty operujące w branży.**

Fundusze z dotacji unijnych

Na etapie przygotowania projektu przeprowadzono konsultacje z ekspertami oraz podmiotami wyspecjalizowanymi w obszarze pozyskiwania funduszy unijnych, w tym z osobami związanymi z Mazowieckim Klastrem ICT. Projekt został oceniony pod kątem zgodności z aktualnymi kierunkami finansowania oraz realnych możliwości uzyskania wsparcia publicznego. **Wnioski z tych analiz wskazują jednoznacznie, że Investolingo idealnie wpisuje się w obecne priorytety Unii Europejskiej.**

W ocenie ekspertów projekt posiada wysokie prawdopodobieństwo skutecznego pozyskania finansowania, a jego profil odpowiada typom inicjatyw, które obecnie stanowią jeden z kluczowych kierunków alokacji środków publicznych.

Obszar działalności Investolingo – łączący edukację cyfrową, rozwój kompetencji finansowych oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji – wpisuje się bezpośrednio w kluczowe kierunki finansowania Unii Europejskiej. W szczególności obejmuje to rozwój kompetencji cyfrowych, wspieranie przedsiębiorczości oraz wdrażanie rozwiązań opartych o AI w praktycznych zastosowaniach.

Model projektu został zaprojektowany w sposób naturalnie zgodny z tymi priorytetami. Dotyczy to zarówno jego warstwy technologicznej, jak i modelu dystrybucji, który zakłada **szeroki dostęp do produktu w środowiskach edukacyjnych**, w tym wśród studentów i młodych użytkowników. Takie podejście odpowiada kierunkom polityki unijnej skoncentrowanej na **zwiększaniu dostępności nowoczesnych narzędzi edukacyjnych** oraz budowie kompetencji przyszłości.

W rezultacie Investolingo kwalifikuje się do szerokiego spektrum programów finansowania publicznego, obejmujących zarówno obszar badań i rozwoju, jak i wdrożeń, pilotaży oraz skalowania rozwiązań technologicznych. Istotnym elementem jest fakt, że projekt nie wpisuje się wyłącznie w jeden konkretny program, lecz spełnia kryteria wielu inicjatyw równoległe, co znacząco zwiększa jego możliwości pozyskiwania środków.

Fundusze unijne stanowią w tym modelu element wspierający rozwój projektu, a nie jego fundament. Ich rola polega na przyspieszeniu wdrożenia, zwiększeniu skali operacyjnej oraz umożliwieniu realizacji dodatkowych działań rozwojowych i dystrybucyjnych, które w innym przypadku wymagałyby dodatkowego kapitału prywatnego.

Struktura finansowania projektów unijnych opiera się na wspieraniu inicjatyw, które osiągnęły już określony poziom dojrzałości technologicznej i operacyjnej. W praktyce oznacza to, że największe szanse na pozyskanie finansowania posiadają projekty dysponujące działającym produktem, zaawansowanym prototypem lub pierwszymi wdrożeniami.

Z tego względu podstawowym elementem strategii Investolingo jest wykorzystanie kapitału prywatnego pozyskanego w ramach rundy seed do doprowadzenia projektu do etapu operacyjnego, który umożliwi aplikowanie o środki publiczne. **Kapitał inwestorski pełni tym samym rolę czynnika odblokowującego dostęp do finansowania unijnego.**

Korzyści i zabezpieczenia dla inwestora

Dla inwestora zaangażowanie w projekt Investolingo stanowi atrakcyjną okazję ze względu na wysoki potencjał zwrotu połączony z **wbudowanymi mechanizmami ograniczania ryzyka**. Dzięki opisanej wyżej dywersyfikacji przychodów projekt nie jest zależny od jednego źródła zysku – sukces może odnieść poprzez różne kanały monetyzacji. Zapewnia to stabilność finansową i zwiększa prawdopodobieństwo osiągnięcia zakładanych zysków. Z punktu widzenia inwestora oznacza to, że istnieje kilka niezależnych dróg, by jego **kapitał pomnożył wartość – zarówno poprzez bieżące przychody, jak i strategiczne przejęcia przez firmy inwestycyjne lub sekto ed-tech**.

W projekcie przewidziano różnorodne metody generowania zysku dla inwestora. Poza oczywistym udziałem w zyskach operacyjnych aplikacji (rosnących wraz z liczbą użytkowników i sprzedażą usług), istnieje możliwość czerpania korzyści z umów strategicznych – np. udział w przychodach z licencjonowania technologii czy sprzedaży danych, a także partycypacja w ewentualnym wyjściu kapitałowym (np. odsprzedaż części udziałów). Co więcej, **granty i dotacje, które planujemy pozyskać, zwiększają stopę zwrotu** (gdyż stanowią dodatkowy kapitał niewymagający zwrotu, który wesprze rozwój projektu), a zarazem obniżają efektywne ryzyko – projekt z dofinansowaniem publicznym ma większe szanse na sukces i mniejszą potrzebę dalszych rund finansowania.

Istotnym elementem jest również zabezpieczenie kapitału w razie niepowodzenia. Choć uważamy ten scenariusz za mało prawdopodobny, widzimy dużo możliwości redukcji potencjalnych strat. W przypadku, gdyby projekt nie osiągnął zakładanego wejścia na rynek, istnieją opcje odzyskania zainwestowanych środków. Może to nastąpić np. poprzez sprzedaż opracowanej technologii (platforma wraz z kodem AI i zbiorem danych treningowych ma dużą wartość na rynku fintech/edtech (które już teraz wyrażają zainteresowanie zakupem), działanie w modelu white-label lub poprzez rynkowe przejęcie. **Dzięki temu inwestor objęty częściową ochroną kapitału początkowego, co rzadko jest spotykane w projektach na wczesnym etapie rozwoju.**

Na uwagę zasługuje fakt, że poszukujemy nie tylko kapitału, ale “smart money” Szczególnie cenimy inwestora z zapleczem fintech/edtech/finansowego/inwestycyjnego. Taki partner wniesie nie tylko środki, ale i **doświadczenie oraz kontakty branżowe, które mogą przyspieszyć rozwój projektu.** Inwestor wykazujący się aktywnością w sektorze finansowym ułatwi nam nawiązanie współpracy z odpowiednimi partnerami rynkowymi (np. domami maklerskimi, portalami finansowymi, instytucjami edukacyjnymi), co może **dodatkowo zwiększyć zasięg aplikacji i przychody.** Oczywiście jesteśmy otwarci na wszystkich inwestorów dostrzegających potencjał projektu, natomiast zaangażowanie osoby dobrze rozumiejącej specyfikę rynku kapitałowego będzie wartością dodaną dla obu stron.

Aktualny status projektu i partnerstwa

Projekt nie jest jedynie teoretyczną koncepcją – znajduje się już w zaawansowanej fazie przygotowań. **Część prac deweloperskich została już wykonana** z wykorzystaniem własnego kapitału, co świadczy o naszym zaangażowaniu i wierze w sukces przedsięwzięcia. Inwestycja zewnętrzna na tym etapie pozwoli wyzwolić pełny potencjał tego projektu.

Opracowaliśmy już działający prototyp systemu analizującego decyzje użytkownika, który identyfikuje powtarzalne błędy inwestycyjne, ocenia jakość działań w kontekście sytuacji rynkowej i generuje bezpośredni feedback do konkretnych decyzji. **Potwierdziliśmy tym samym możliwość budowy systemu**, który nie tylko pokazuje wynik działania użytkownika, ale również wskazuje źródło błędu i wspiera dalszy rozwój jego umiejętności.

Równolegle przygotowaliśmy oraz zweryfikowaliśmy mechanizmy pozyskiwania danych historycznych i ich łączenia z danymi kontekstowymi, takimi jak wydarzenia makroekonomiczne, komunikaty rynkowe czy publikacje finansowe - umożliwi to szybkie przygotowywanie materiałów dydaktycznych, znacząco ograniczając potrzebną pracę manualną. **Oznacza to, że potwierdziliśmy dostęp do wszystkich kluczowych danych niezbędnych do działania produktu** oraz możliwość wykorzystania ich w budowie treningu opartego na rzeczywistych scenariuszach inwestycyjnych.

Równolegle opracowaliśmy model edukacyjny, który stanowi jeden z kluczowych elementów przewagi projektu. Nie opiera się on na przekazywaniu teorii, lecz na systematycznym budowaniu umiejętności decyzyjnych w warunkach zbliżonych do realnego inwestowania. Użytkownik rozwija się poprzez praktykę, analizę popełnianych błędów i powracanie do problemów, które wcześniej prowadziły do strat. Dzięki temu proces nauki nie jest sztywny, lecz dopasowany do rzeczywistych słabości użytkownika i jego postępów. Na tym etapie zaprojektowaliśmy również kluczowy flow aplikacji oraz przygotowaliśmy prototyp UX obejmujący około 40% funkcjonalności systemu. Zdefiniowaliśmy również główne ścieżki użytkownika, logikę działania produktu oraz strukturę aplikacji, co pozwala przejść do dalszej budowy w sposób uporządkowany i przewidywalny.

Przeprowadzone konsultacje z brokerami i instytucjami finansowymi, których celem była weryfikacja potrzeby rynkowej, spotkały się z bardzo wysokim zainteresowaniem Investolingo. Nie spodziewaliśmy się na tym etapie uzyskania bezpośrednich propozycji współpracy.

Współpraca jednak logiczna i obustronnie korzystna. Dla partnerów jest to rozwiązanie nisko-barierowe, niewymagające kosztów wejścia ani zmian operacyjnych. Nasz projekt może jednocześnie aktywizować istniejących użytkowników, jak i pozyskiwać nowych klientów o wysokiej jakości. Włączenie Investolingo w istniejące programy afiliacyjne (CPL) umożliwi im pozyskanie klientów przy istotnie niższym koszcie niż obecny CAC, co czyni ten model szczególnie atrakcyjnym. Dodatkowo partnerzy wykazują zainteresowanie modelem licencyjnym, w którym platforma mogłaby stanowić rozszerzenie ich oferty i element budowy przewagi konkurencyjnej – co jest obecnie standardem w silnie konkurencyjnym środowisku rynku finansowego.

Już na tym etapie otrzymaliśmy **deklaracje wsparcia dystrybucji, obejmujące m.in. bezpłatny udział w wydarzeniach branżowych organizowanych przez partnerów oraz możliwość dystrybucji wczesnej wersji aplikacji** w celu budowy rozpoznawalności i bazy użytkowników.

W trakcie rozmów pojawiły się również **propozycje udostępnienia istniejących baz lead**, obejmujących około 120 000 kontaktów – są to osoby aktywne w ekosystemach partnerów, które nie przeszły procesu konwersji na klientów inwestycyjnych. Udostępnienie tych danych nie wiąże się dla partnerów z żadnym kosztem, natomiast w przypadku skutecznej konwersji w ramach naszych działań afiliacyjnych może generować dla nich dodatkowy przychód, co czyni ten model dla nich w pełni bezpiecznym i obustronnie korzystnym.

W części przypadków pojawiły się również propozycje bezpośredniego finansowania projektu, jednak zostały one odrzucone ze względu na wcześniej opisane ograniczenia strategiczne. Jednocześnie jasno widać, że rynek wykazuje realne zainteresowanie wdrożeniem rozwiązania, co znacząco obniża ryzyko wejścia na rynek oraz potwierdza możliwość szybkiego rozwoju kanałów B2B w oparciu o już istniejące relacje.

Uzyskaliśmy również konkretne sugestie dalszego rozwoju produktu, w tym propozycje rozszerzenia go o nowe elementy – **jest to potencjalny kierunek współpracy o dużej wartości**, który ze względu na swój charakter projektu nie może być na tym etapie publicznie ujawniony, jednak może zostać omówiony podczas procesu inwestycyjnego.

Podsumowując, nasz projekt znajduje się na etapie gotowości do wejścia w fazę intensywnej realizacji rynkowej – dysponujemy unikatowym pomysłem, popartym pracą koncepcyjną i prototypami, mamy rozeznanie w rynku i nawiązane wstępne kontakty branżowe. Teraz poszukujemy partnera inwestycyjnego, który umożliwi nam pełne rozwinięcie skrzydeł. W zamian oferujemy udział w innowacyjnym przedsięwzięciu o globalnym potencjale, posiadającym liczne przewagi konkurencyjne (brak bezpośredniej konkurencji, zaawansowana technologia AI, przemysłany model biznesowy) oraz realne zabezpieczenia ograniczające ryzyko. **Jesteśmy przekonani, że z odpowiednim wsparciem finansowym i merytorycznym, nasza aplikacja szybko zdobędzie uznanie użytkowników na wielu rynkach, przynosząc znaczące zyski zarówno twórcom, jak i inwestorom.**

Przedstawiony dokument ma charakter skrótowy i stanowi jedynie wprowadzenie do pełnego opracowania projektu. Na kolejnych stronach dołączony został spis treści pełnego biznesplanu, który pokazuje zakres przygotowanych materiałów i całej dokumentacji. Wszystkie te elementy są dostępne do udostępnienia zainteresowanym partnerom i inwestorom – chętnie przedstawimy je oraz omówimy szczegółowo podczas bezpośrednich spotkań.

Pełny dokument zawiera:

1. Streszczenie inwestorskie	5
2. Problem i szansa rynkowa	6
2.1. Problem po stronie instytucji finansowych	6
2.2 Problem inwestorów indywidualnych	11
Pozorne zrozumienie rynku	11
Brak kompetencji decyzyjnych	12
Zniekształcony obraz inwestowania	12
Nieskuteczność obecnych metod nauki	13
Skala zjawiska	13
Wysoka motywacja, brak skutecznego rozwiązania	14
3. Model działania Investolingo	15
3.1 Pomost między inwestorami a brokerami	15
3.2 Model edukacyjny	16
3.3 Wartość dla inwestorów indywidualnych	23
3.4 Wartość dla instytucji finansowych	24
4. Technologia	25
4.1 Silnik symulacyjno-analityczny	26
4.2 Aplikacja mobilna	27
4.3 Architektura backendu	27
4.4 Koszt utrzymania użytkownika	27
5. Model użytkownika i metryki	29
5.1 Grupa docelowa	30
5.2 Aktywność użytkowników (DAU/MAU)	33
5.3 Retencja i churn użytkowników	35
6. Model biznesowy	36
6.1 Założenia modelu	36
6.2 Mechanika tworzenia wartości	41
6.3 Segmenty modelu biznesowego	46
6.4 Źródła przychodu	48
6.5 Dywersyfikacja i odporność modelu	51
6.6 Przewaga operacyjna	53
6.7 Skalowalność	53
6.8 Brak freemium	55
6.9 Podsumowanie modelu biznesowego	57
7. Strategia wejścia na rynek (GTO) i działania marketingowe	60
7.1 Strategia wejścia na rynek	60
7.2 Plan wejścia na rynek	61
7.3 Szczegółowy opis zaplanowanych działań	62
7.4 Koszt i efekty darmowej dystrybucji i pozyskiwania partnerstw B2B	69
7.5 Działania marketingowe	71
7.6 Skuteczność marketingu	77
7.7 Prognozowane efekty Go-To-Market	81

Pełny model wejścia na rynek prowadzący do samodzielności projektu	82
8. Wielkość rynku (TAM, SAM, SOM + Market Expansion)	84
8.1 Wprowadzenie	84
Scenariusz bazowy i upside	85
8.2 TAM – całkowity rynek	86
8.3 SAM – rynek dostępny	87
8.4 SOM – rynek osiągalny	88
8.5 Rozszerzenie rynku (market expansion)	89
8.6 Podsumowanie	90
9. Model finansowy	91
9.1. Struktura finansowa Investolingo dla etapu seed	92
9.1.1 Wstępne założenia SEED	92
9.1.2 Struktura kosztowa	93
9.1.3 Struktura przychodów i zysków	97
9.1.4 Kluczowe parametry ekonomiczne etapu seed	104
9.2 Struktura finansowa POST-SEED. Skalowanie projektu	110
9.2.1 Dalsza optymalizacja projektu	111
9.2.2 Skalowanie liczby użytkowników	113
9.2.3 Skalowanie przychodów i rentowności modelu	115
9.2.4 Rozszerzanie produktu i dodatkowe źródła przychodów	118
10. Konkurencja i przewaga konkurencyjna	119
10.1 Istniejące rozwiązania rynkowe	119
10.2 Pozycjonowanie Investolingo	121
10.3 Przewaga konkurencyjna	122
11. Zespół	124
11.1 Founder & CEO	125
11.2 Front-End & Mobile Platform Lead	130
11.3 Backend, Data & AI Infrastructure Lead	132
12. Roadmapa rozwoju produktu	138
12.1 Obecny stan projektu	138
Algorytmy AI	139
Dostęp do danych	140
Model edukacyjny	140
Współpraca z brokerami	141
Flow i UX aplikacji	143
Zespół	144
12.2 Roadmapa rozwoju projektu	144
Faza 1: Research i projektowanie produktu (Q3 2026)	145
Faza 2: Budowa silnika AI i MVP (Q4 2026)	146
Faza 3: Testy B2B i walidacja rynkowa (Q1 2027)	147
Faza 4: Go-to-Market i budowa dystrybucji (Q2 2027)	148
Faza 5: Budowa pozycji na rynku (Q3 2027)	148
13. Zapotrzebowanie na finansowanie	150
13.1.1 Cel finansowania	150

13.1.2 Wielkość rundy i założenia	150
13.1.3 Struktura wykorzystania kapitału	152
13.1.4 Struktura finansowania projektu	152
13.1.5 Założenia dotyczące struktury udziałowej	153
13.1.6 Założenia dotyczące kolejnych rund	154
13.1.7 Kluczowe ryzyka finansowe	155
13.1.8 Właściwy moment na wprowadzenie inwestora	156
13.2 Fundusze z dotacji unijnych	157
13.2.1 Znaczenie funduszy unijnych w modelu rozwoju Investolingo	157
13.2.2 Mechanika wykorzystania środków unijnych w projekcie	158
13.2.3 Kluczowe programy finansowania unijnego	159
13.2.3.1 Programy krótkoterminowe – etap wdrożenia i wejścia na rynek	159
13.2.3.2 Programy długoterminowe – strategiczne finansowanie rozwoju	162
13.2.4 Strategia wykorzystania programów unijnych	165
13.2.5 Podsumowanie	165
14. Strategia wyjścia	166
14.1 Główne scenariusze wyjścia	167
14.2 Ocena scenariuszy z perspektywy rynku	170
15. Ryzyka i mechanizmy ich ograniczania	171
15.1 Ryzyko adopcji użytkownika	171
15.2 Ryzyko retencji użytkowników (churn)	171
15.3 Ryzyko technologiczne i stabilności systemu	172
15.4 Ryzyko kosztów i skalowalności ekonomicznej	172
15.5 Ryzyko konkurencji i dynamiki rynku	172
15.6 Ryzyko współpracy z partnerami (B2B)	173
16. Dlaczego to musi powstać - nasza misja	174
17. Źródła i dane bazowe	175