Happy Fox

4,6

Аркадная механика, в которую встроены рекламные задачи брендов

около 303 млн ₽ post-money (расчет из доли) · раунд 10 млн ₽ за 3,3% · AdTech / MarTech · Pre-Seed

Что это за бизнес и почему он может стать большим

Happy Fox продает брендам не показы рекламы, а действия пользователя внутри игровой механики. Пользователь играет в простую аркаду, выполняет задания спонсора, получает баллы и участвует в розыгрышах. Компания подключает бренды, которым нужны подписки, переходы, визиты в точки и участие в программах лояльности.

Платит бизнес. Масштаб возможен за счет повторяемого спроса на управляемую стоимость целевого действия. Если компания докажет, что формат дает брендам измеримый результат лучше обычной digital-рекламы, бизнес сможет расти не только как разработчик кампаний, но и как платформа для регулярных маркетинговых размещений.

Почему у команды может получиться

У проекта уже есть рыночная реакция, что для pre-seed встречается редко. Компания запустила MVP и приложение, присутствует в App Store, Google Play и RuStore, а также заключила 29 договоров с клиентами. Продукт вышел за пределы идеи.

У проекта есть понятная боль клиента. Рынок ищет форматы добровольного контакта с брендом на фоне дорожающей цифровой рекламы, и Happy Fox предлагает такой формат: бренд платит за кампанию, где пользователь не пассивно смотрит баннер, а совершает нужное действие.

Команда также сообщает, что в проект вошел ангел Максим Пустовой с опытом роста технологических компаний. Это не заменяет проверку экономики, но повышает шанс, что фаундер получит помощь в продажах, сборке процессов и следующем раунде.

Что еще предстоит доказать

Сейчас компании нужно показать не интерес к продукту, а повторные деньги от клиентов. Первые бренды могут попробовать игровой формат из любопытства, но не продлить размещения, если стоимость результата, ручная работа или сложность запуска сделают канал неудобным для регулярного бюджета.

Уверенность вырастет, если в ближайшие месяцы компания покажет оплаченные продления без ухудшения цены для клиента. Остаются и другие риски: правила рекламного законодательства могут ограничить механику, зависимость от мобильных сторов создает платформенный риск, а без данных о марже и канале продаж трудно понять, как бизнес будет масштабироваться без сильного роста издержек.

Цена ожидания: вход сейчас или через 2–3 месяца

Экономика ожидания двусторонняя. Сейчас инвестор покупает долю по текущей цене компании до новых подтверждений. Если гипотеза быстро подтвердится, та же сумма через пару месяцев купит заметно меньшую долю, потому что pre-money вырастет.

При входе сейчас чек около 11 тыс. дает примерно 0,32% компании. Если повторные продажи и измеримый ROMI подтвердятся, цена может вырасти в 2–4 раза. Тогда та же сумма даст около 0,16% или 0,08%, а потеря доли составит примерно 49% или 74%.

Есть и обратный сценарий. Если компания не покажет повторяемость продаж и экономику привлечения, цена может остаться примерно на нынешнем уровне. В этом случае ожидание почти не накажет инвестора по цене, но даст больше информации для решения. Шанс, что подтверждение произойдет за два месяца, умеренный. Шанс, что компания покажет продления без скидки за тот же срок, ниже.

Как условия влияют на результат

По открытым материалам условия раунда не раскрыты, и это сильнее всего снижает предсказуемость сделки. Для частного инвестора особенно важны ликвидационные привилегии, защита от размытия и порядок следующих раундов. При доле около 0,32% даже небольшая юридическая оговорка может изменить итог сильнее, чем несколько месяцев ожидания.

Что эта инвестиция может изменить в вашей жизни и бизнесе

Потерю здесь стоит считать полной и допустимой: ранний AdTech-проект с баллом 4,6 из 10 может не дойти до устойчивой модели. При этом даже умеренно хороший исход способен превратить чек около 11 тыс. в сумму порядка 37 тыс., а сильный бизнес — примерно в 139 тыс. за несколько лет владения.

Дополнительная практическая польза возможна в доступе к рынку брендов и маркетинговых агентств, если ваш основной бизнес связан с рекламой, e-commerce или consumer-сервисами. Для этого нужно запросить у команды кейсы по вертикалям и отдельно обсудить, может ли ваш бизнес стать клиентом, партнером или каналом продаж.

Как действовать, если проект вам интересен

Сначала нужна короткая проверка трех фактов: есть ли платящие клиенты, кто владеет правами на продукт и как оформлен текущий раунд. Без этого решение превращается в ставку на историю, а не на компанию с понятной структурой сделки.

Дальше стоит совместить цену ожидания с переговорами о темпе входа. Предмет разговора — не скидка, а разбивка участия на первую часть сейчас и вторую после двух коммерческих сигналов: оплаченных продлений и понятного канала привлечения брендов.

Рабочая формулировка может быть такой: «Я готов войти первой частью сейчас, если увижу подтверждение прав на продукт, работающее приложение и список платящих клиентов, а вторую часть закрыть после повторных продаж и цифр по ROMI». Следующий шаг конкретный: запросить у команды пакет из договора раунда, списка оплативших клиентов за последние месяцы и примеров продлений по действующим брендам.

Документ носит информационно-аналитический характер. Он не является индивидуальной инвестиционной рекомендацией, предложением приобрести долю или гарантией доходности. Сведения команды и условия сделки требуют проверки инвестором.

Расчеты и допущения

Пять сценариев инвестиции

Инвестиция теряет весь капитал в провале и приносит основной результат в двух верхних исходах.

Сценарий	Вер.	Компания	Выплаты	Множ.	Годовых
Провал	20%	$0	$0	0×	потеря 100%
Ограниченный успех	30%	$12 млн	$37 тыс.	3,3×	35%
Сильный бизнес	27%	$45 млн	$139 тыс.	12,5×	66%
Очень сильный исход	18%	$120 млн	$371 тыс.	33,4×	79%
Исключительный исх…	5%	$1 млрд	$3,1 млн	278,1×	123%

Чек $11 тыс., раунд $111 тыс., сохранение доли 97%, горизонт 5 лет. Выплаты включают возврат капитала, значения валовые. Вероятности: оценка аналитика.

Ожидаемый множитель: 24,3× при текущих условиях, 24,3× без ограничивающего условия, 10,4× без исключительного исхода. Это среднее по модели. Путь к миллиарду: Миллиардную стоимость поддерживает сочетание сотен активных брендов, годовой выручки в десятки миллионов долларов, gross margin выше 70% и высокой повторяемости контрактов. Для такого исхода компания должна превратиться из проекта с отдельными кампаниями в платформу, где крупные клиенты регулярно покупают игровые рекламные механики, а продукт удерживает высокий ROMI и низкую зависимость от ручной продажи.

Цена ожидания в цифрах

Один и тот же чек после переоценки покупает заметно меньшую долю компании.

Вход	Цена до рау…	Доля	Потеря доли	Выплата при $45 млн
Сейчас	$3,4 млн	0,32%	—	$139 тыс.
После подтвержден…	$6,7 млн	0,16%	49,2%	$71 тыс.
После подтвержден…	$13,5 млн	0,08%	74,4%	$36 тыс.

Сравнение изолирует цену входа: чек, раунд, размытие и конечный исход одинаковы, выкуп исключен во всех вариантах. Диапазон переоценки — сценарная гипотеза.