

Munisa AI

Умный консультант для сетевых магазинов красоты

Проблема

Сетевые магазины косметики теряют продажи: консультанты меняются каждые несколько месяцев и не успевают разобраться в составах — клиент уходит без покупки или покупает не то.



«Самое сложное — обучить консультанта. Каждый новый сотрудник требует месяцы на освоение составов»



«Я сама продаю — потому что доверять подбор некому»



«Я 8 месяцев училась у корейцев, чтобы разбираться в составах» — это не масштабируется

Решение

Мы превращаем любого консультанта в эксперта по подбору ухода.

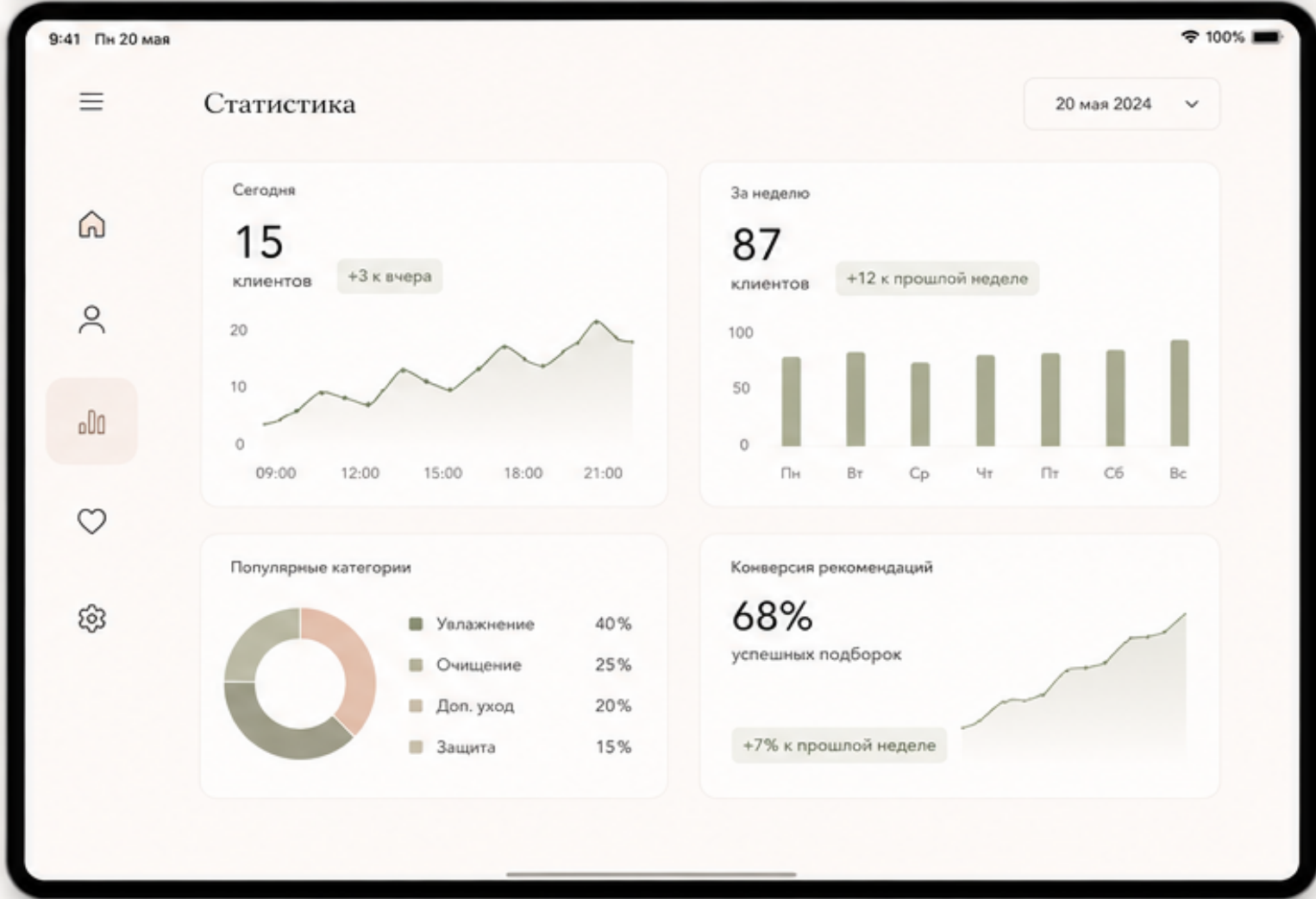
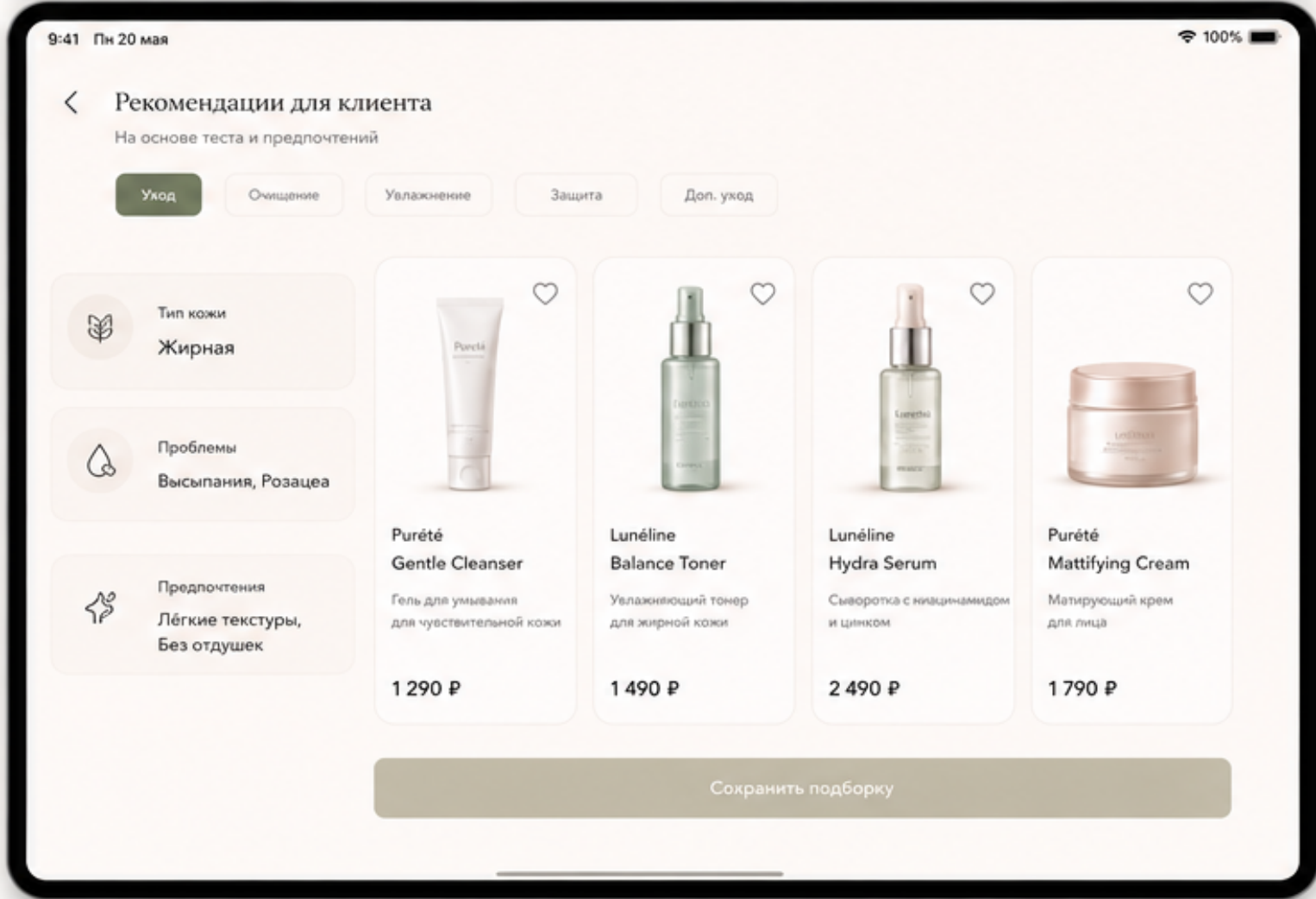
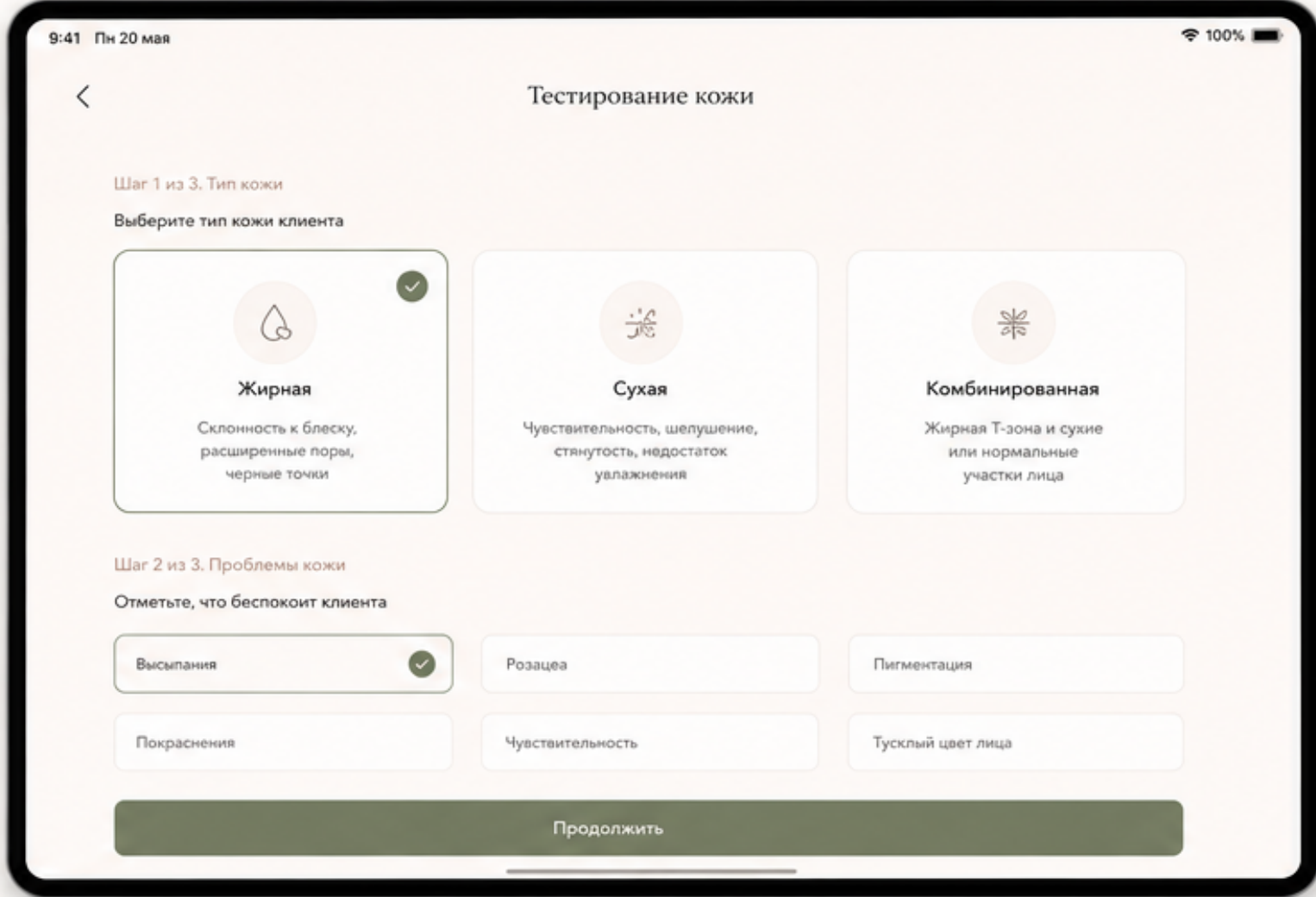
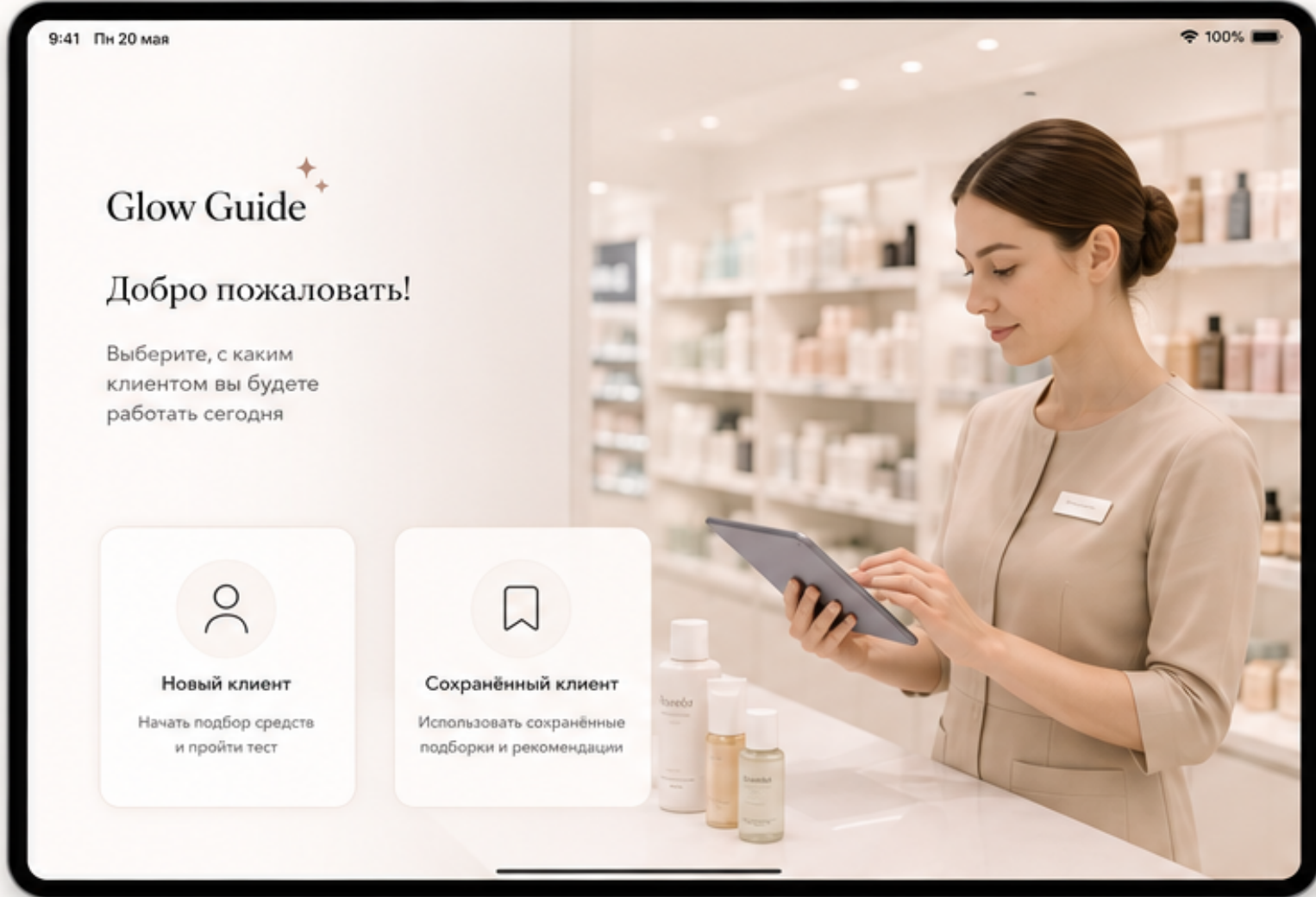
Мы берём на себя заботу о подборе ухода. Магазины нужен общительный консультант, который умеет говорить с людьми — а не косметолог.

Munisa AI · подбор за 2 минуты из ассортимента магазина

Продукт

Клиент заходит → консультант берёт планшет/телефон → клиент проходит экспресс-тест → система выдаёт рекомендацию → клиент доволен, магазин доволен.

- 1 Клиент заходит в магазин
- 2 Консультант берёт планшет/телефон
- 3 Клиент проходит тест
- 4 Система выдаёт рекомендацию
- 5 Клиент покупает, доволен обе стороны



Почему сейчас

- ✓ Мировой рынок красоты и ухода в 2026 году достиг 698 миллиардов долларов — и растёт на 5%+ ежегодно. K-beauty активно заходит в СНГ: экспорт корейской косметики превысил \$10 млрд.
- ✓ Осведомлённость о составах растёт — покупатели хотят понимать, что наносят на кожу. Уход за кожей перестаёт быть только женской темой. Мужчины начинают пользоваться SPF и сыворотками.
- ✓ Ассортимент усложняется: новые бренды, активные ингредиенты, гибридные продукты. Консультанту нужно знать всё больше — но технологического решения для этого до сих пор нет.

Use Case и первые клиенты

Мировой ориентир — Sephora

+11%

рост конверсии после Virtual Artist

−30%

снижение возвратов товара

14M

подборов сделано через Color IQ

Первые целевые партнёры

Bloom Cosmetics

Evo Eva

Ташкент Парфюм

Объём рынка

TAM

Рынок СНГ

\$25.8M

~43 000 магазинов × \$600/год

SAM

Наш сегмент

\$14.2M

~23 600 сетевых точек × \$600/год

SOM

Год 1

\$18K

5–6 сетей, ~30 точек в Узбекистане

Рост SOM: \$18K (год 1, Узбекистан) → \$90K (год 2, +Казахстан/Кыргызстан) → \$300K (год 3, +Россия/Турция)

Бизнес-модель

Научная база данных ингредиентов

Сочетаемость, противопоказания — подтверждена косметологами и хим-биологами

Основной доход

— B2B подписка — \$50/мес
за точку продаж

Дополнительный доход

— Аналитика для магазинов

— Аналитика для
производителей косметики

Лицензирование

— White label для
крупных сетей

— API для интернет-
магазинов и маркетплейсов

Конкуренты

Прямых конкурентов в СНГ нет — мы входим первыми.

Sephora Color IQ / Virtual Artist	Глобальный ориентир	Закрытая система только для одной сети, недоступна другим магазинам
Косметологи (частные консультации)	Косвенный конкурент	Точнее, но дорого и медленно — не подходит для быстрой консультации в зале
Советы блогеров и подруг	Косвенный конкурент	Несистемно, не основано на составе и не привязано к ассортименту магазина
Консультант без инструментов	Слабая альтернатива	Зависит от личного опыта, нет системы
ChatGPT / общий ИИ	Слабая альтернатива	Не знает ассортимент конкретного магазина
INCIDecoder	Слабая альтернатива	Почти никто не знает — нет органического распространения

Что уже сделано

- Проведён CustDev с реальными владельцами магазинов
- Выявлен и скорректирован целевой сегмент: сети 3–5 точек
- Сформулированы и проверены HADI-гипотезы
- Рассчитаны TAM / SAM / SOM по рынку СНГ
- Участие в IT Park Incubator Uzbekistan
- Разработано полноценное приложение
- 2 место на демо-дне IT Park Incubator Uzbekistan

Roadmap

Продукт

1. Первый пилот с магазином косметики
2. Найм научных консультантов-косметологов
3. Расширение научной базы ингредиентов
4. Новые категории: декор, волосы, тело, парфюм

География

Год 1 — Узбекистан (5–6 сетей)

Год 2 — Казахстан, Кыргызстан

Год 3 — Россия, Турция

Далее — Дубай, Корея

Команда



Платова Гульхайо

Founder & CEO

Бэкграунд в маркетинге, SMM и PR. Глубокий пользовательский опыт в beauty-индустрии — лично столкнулась с проблемой, которую решает Munisa AI. Провела CustDev с реальными владельцами магазинов, участвует в IT Park Incubator Uzbekistan.

Каримова Эвелина

Head of Technology

Разработчик приложений и игр. Самостоятельно спроектировала и реализовала собственные приложения — от идеи до публикации в App Store и Play Market.

Munisa AI

Smart consultant for beauty chain stores

Pulatova Gulhayo · President Tech AI Award · 2026

Problem

Beauty retail chains are losing sales: consultants change every few months and don't have time to learn product formulas — customers leave without buying or buy the wrong thing.

 «The hardest part is training consultants. Every new employee needs months to learn the formulas»

 «I sell myself — because I can't trust anyone else to do the matching»

 « “I studied 8 months with Koreans to understand formulas” — this doesn't scale»

Solution

We turn any consultant into a skincare expert.

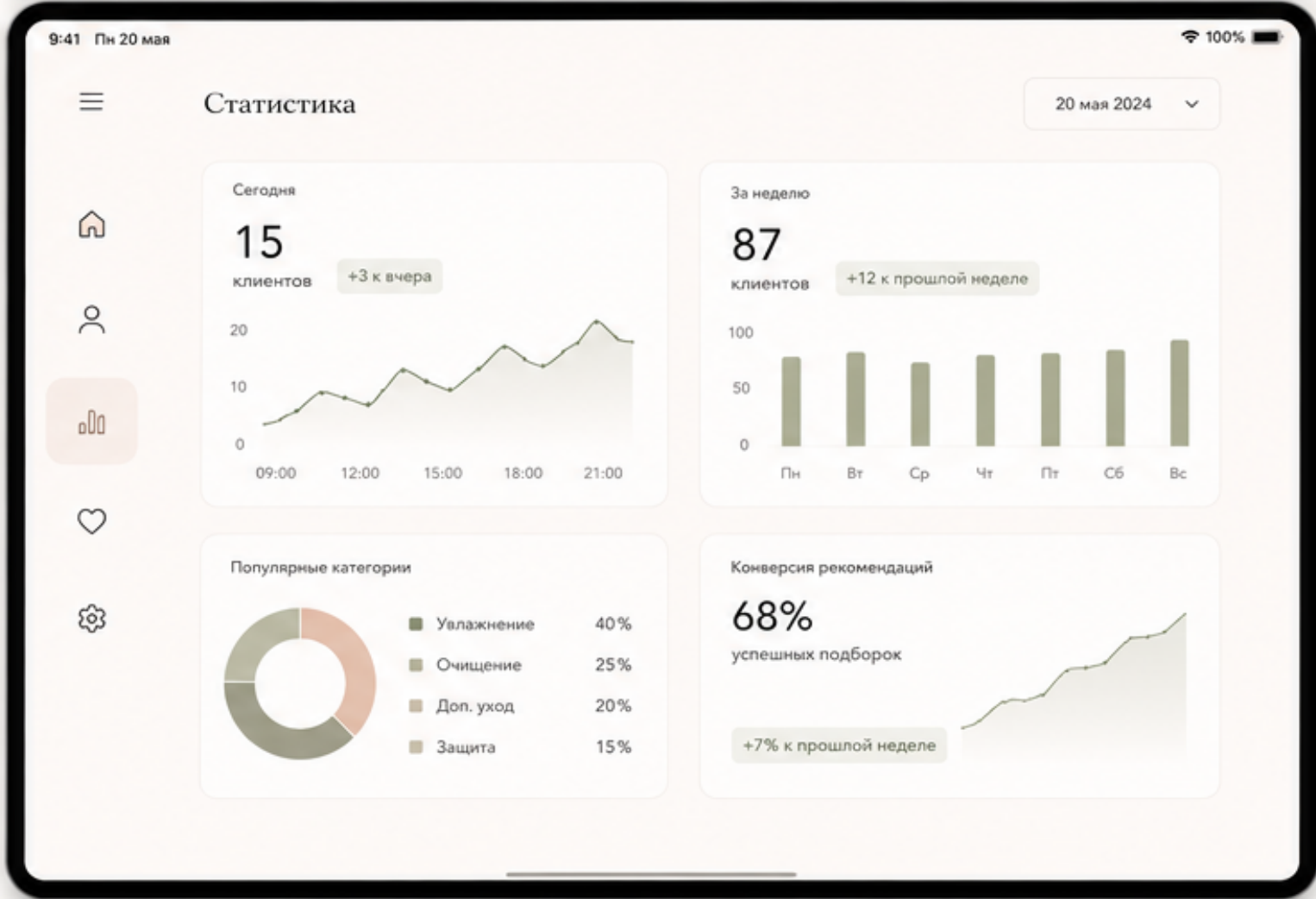
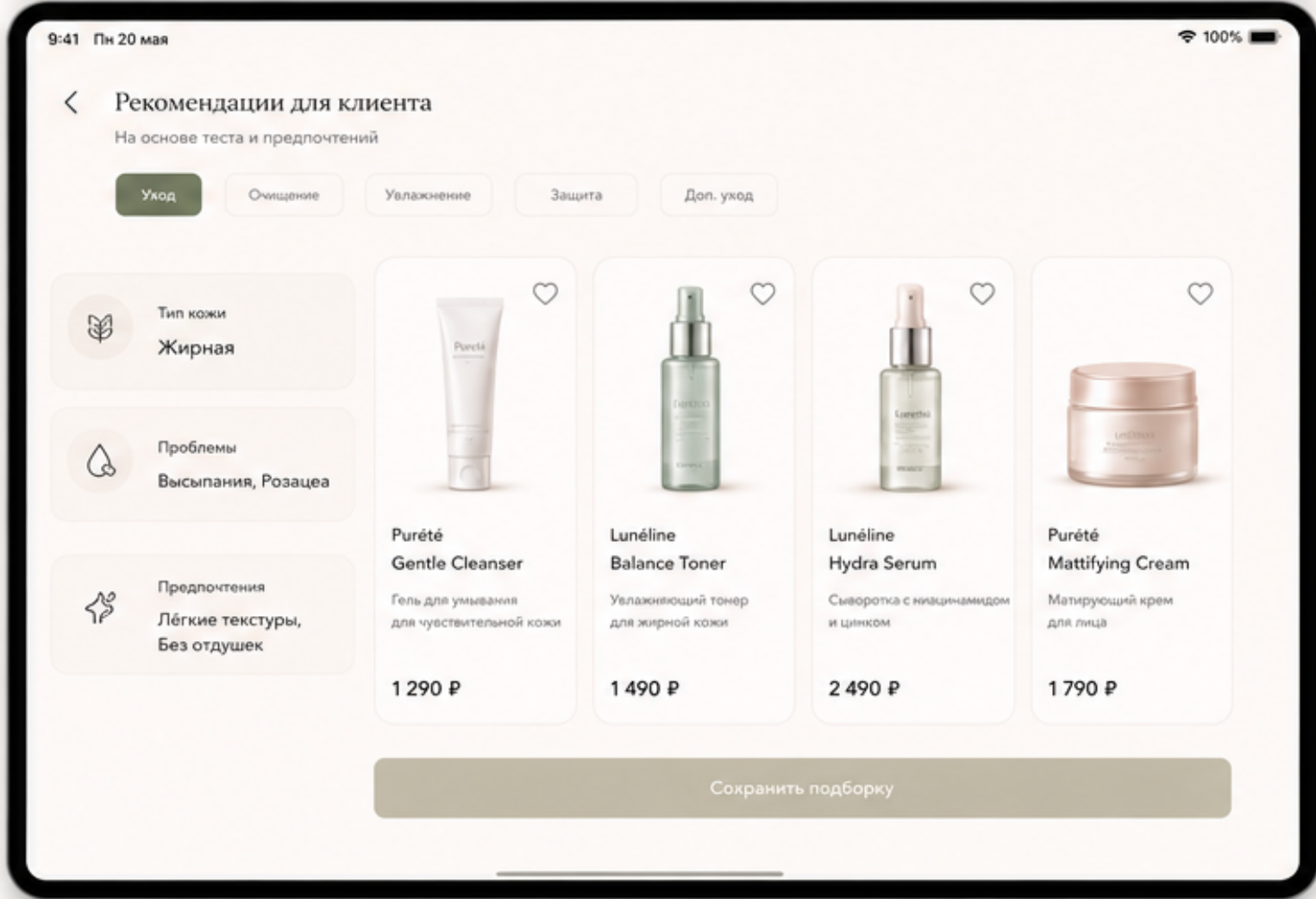
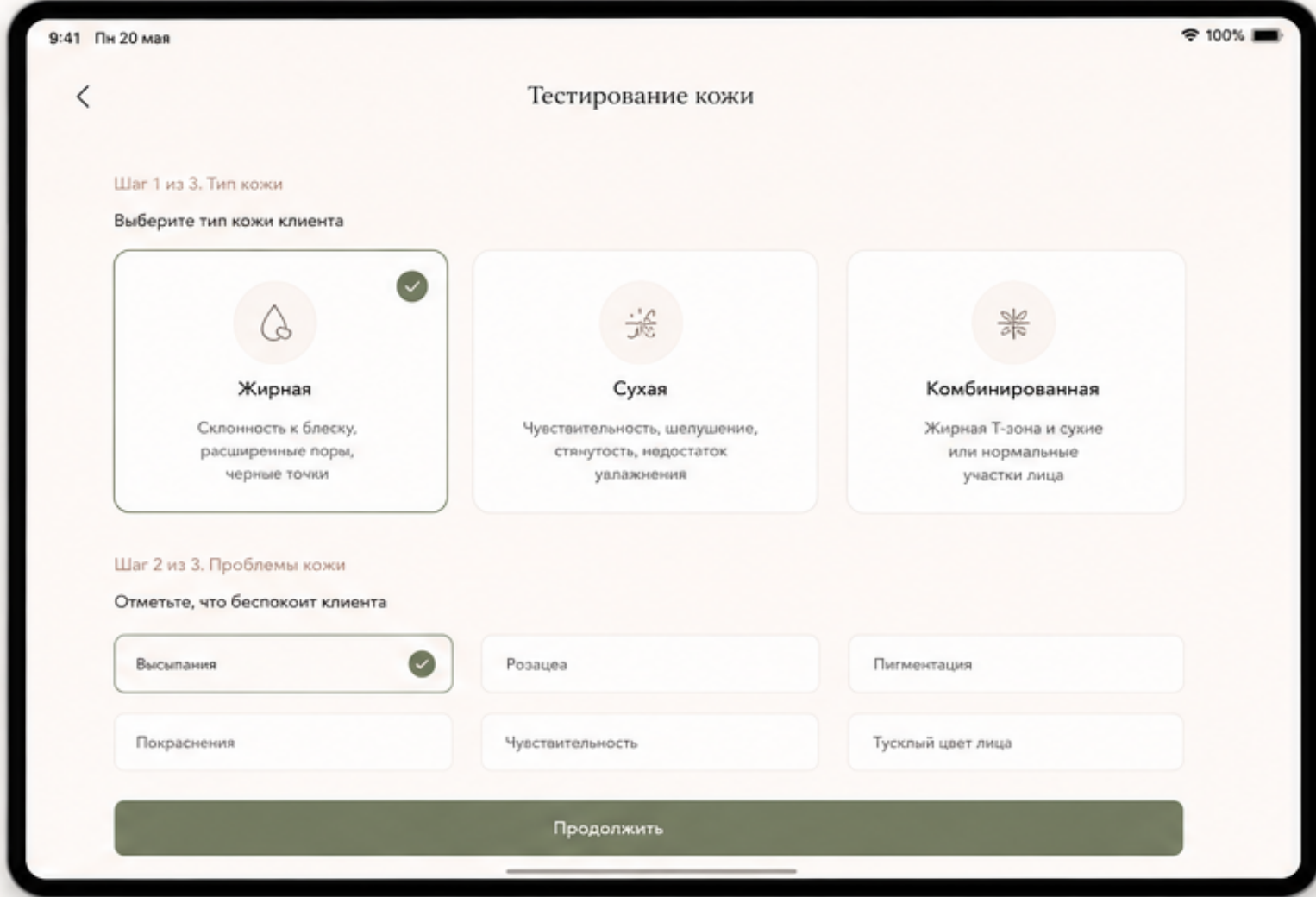
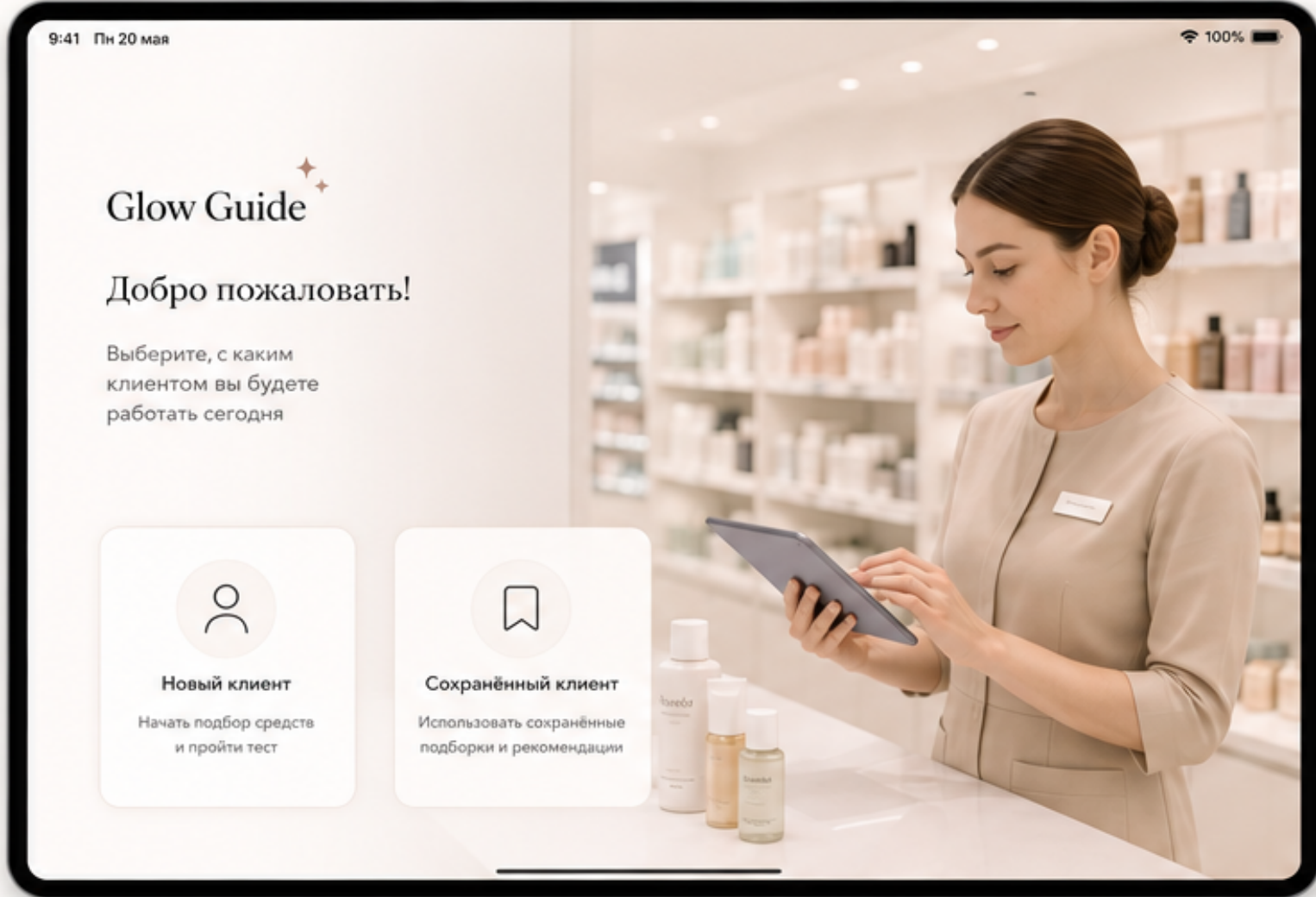
We take care of the product matching. The store needs a friendly consultant who can talk to people — not a cosmetologist.

Munisa AI · 2-minute matching from the store's own assortment

Product

Customer enters → consultant picks up tablet/phone → customer takes express test → system gives recommendation → customer happy, store happy.

- 1 Customer enters the store
- 2 Consultant picks up tablet/phone
- 3 Customer takes the test
- 4 System generates recommendation
- 5 Customer buys, both sides satisfied



Why now?



The global beauty and skincare market reached \$698 billion in 2026 — growing 5%+ annually. K-beauty is actively entering CIS markets: Korean cosmetics exports exceeded \$10 billion.



Ingredient awareness is growing — buyers want to understand what they apply to their skin. Skincare is no longer just a women's topic. Men are starting to use SPF and serums.



Assortments are getting more complex: new brands, active ingredients, hybrid products. Consultants need to know more and more — but there's still no technology solution for this.

Use Case & First Customers

Global benchmark — Sephora

+11%

conversion growth after Virtual Artist

−30%

reduction in product returns

14M

matches made through Color IQ

Our first target customers in Uzbekistan

Bloom Cosmetics

Evo Eva

Tashkent Perfume

Market Size

TAM

CIS market

\$25.8M

~43,000 stores × \$600/year

SAM

Our segment

\$14.2M

~23,600 chain locations × \$600/year

SOM

First years

\$18K

5–6 chains, ~30 locations, Uzbekistan

Growth: \$18K (Year 1, Uzbekistan) → \$90K (Year 2, +Kazakhstan/Kyrgyzstan) → \$300K (Year 3, +Russia/Turkey)

Business Model

Scientific ingredient database

Compatibility, contraindications — validated by cosmetologists and biochemists

Primary revenue

— B2B subscription — \$50/month per point of sale

Additional revenue

— Analytics for stores

— Analytics for cosmetics manufacturers

Licensing

— White label for large chains

— API for online stores and marketplaces

Competitors

No direct competitors in CIS — we are entering first.

Sephora Color IQ / Virtual Artist	Global benchmark	Closed system for one chain only, unavailable to other stores
Cosmetologists (private consultations)	Indirect competitor	More precise, but expensive and slow — not suitable for quick in-store consultation
Bloggers and friends’ advice	Indirect competitor	Unsystematic, not formula-based, not tied to store assortment
Consultant without tools	Weak alternative	Depends on personal experience, no system
ChatGPT / general AI	Weak alternative	Doesn’t know a specific store’s assortment
INCIDecoder	Weak alternative	Almost unknown — no organic distribution

What's Already Done

- CustDev conducted with real store owners
- Target segment identified and refined: chains with 3–5 locations
- HADI hypotheses formulated and tested
- TAM / SAM / SOM calculated for CIS market
- Participated in IT Park Incubator Uzbekistan
- Full-featured app (MVP) developed
- 2nd place at IT Park Incubator Uzbekistan Demo Day

Roadmap

Product:

1. First pilot with a cosmetics store
2. Hire scientific consultant-cosmetologists
3. Expand the scientific ingredient database
3. New categories: makeup, hair, body, fragrance

Geography:

Year 1 — Uzbekistan (5–6 chains)

Year 2 — Kazakhstan, Kyrgyzstan

Year 3 — Russia, Turkey

Further — Dubai, Korea

Team



Pulatova Gulhayo

Founder & CEO

Background in marketing, SMM and PR. Deep personal experience in the beauty industry — personally faced the problem that Munisa A solves. Conducted CustDev with real store owners, participating in IT Park Incubator Uzbekistan.

Karimova Evelina

Head of Technology

App and game developer. Independently designed and launched her own applications — from idea to publication on App Store and Play Market.