

Доставка кофе до аудитории?

Кофейня **“LazyCoffee”** – это сеть внутривузовских кофеен с возможностью быстрой доставки перекуса до аудитории. Давайте ближе познакомимся с проектом!

Идея

Основная идея проекта: создание внутривузовской сети мини-кофеен с организацией доставки горячих напитков и перекусов внутри университета с функцией оформления заказа через мобильное приложение.

Наша миссия: вычеркнуть из жизни студентов такие понятия как «очереди», «чувство голода» и «суета».

Наши цели: занять долю рынка 25% за 3 месяца, добиться узнаваемости в университете в течение первого месяца, добиться окупаемости за 9-12 месяцев.



Целевой рынок: студенты и сотрудники университета.

Наши конкуренты: 2 точки сети кафе «Лоток», 2 столовые, автоматы с кофе, точка продажи кофе.

Тенденции рынка: переход от живых очередей к оформлению быстрого заказа онлайн.

Проблемы, которые мы можем решить: длинные очереди, прерывание учебного процесса, голод, риск заражения COVID-19, узкий ассортимент товара.

Проблемы, с которыми мы можем столкнуться: недоверие к подобному формату со стороны администрации, некупаемость, технические неполадки, нехватка персонала, недооценённый (слишком высокий) спрос. **Маркетинговая стратегия:** Стратегия создания новой услуги

Анализ конкурентов

1. Прямые конкуренты	2. Товарные конкуренты	3. Косвенные конкуренты
<ul style="list-style-type: none">• Буфеты БГЭУ• Бариста• Кофейные автоматы	<ul style="list-style-type: none">• 20/50• Кофеёк• Street sweet• Hotfix• Unity	<ul style="list-style-type: none">• Столовая БГЭУ• ПиццаМания• Хит• ХотDoner• KFC (ТЦ Гиппо)• BurgerKing (ТЦ Гиппо)

Мы провели предварительный опрос студентов, чтобы определить примерную долю рынка наших конкурентов. В опросе приняло участие 125 респондентов.

С полным анализом всех конкурентов можно ознакомиться [здесь](#).

PEST-анализ

Факторы, способствующие развитию проекта:

- Возможность самостоятельного определения режима работы заведениями общественного питания
- Повышение стипендий учащихся
- Увеличение количества заказов продуктов питания через интернет
- Тренд экологичности, выражающийся больше всего в индустрии кофе
- Развитие социальных сетей
- Снижение популярности автоматов кофе

Факторы, препятствующие развитию проекта:

- Рост количества заболевших Covid-19
- Сокращение количества студентов

Выводы по результатам проведенного онлайн-опроса

Открытие новой торговой точки в БГЭУ **целесообразно**, так как многие студенты и преподаватели хотели бы видеть что-то новое на прилавке (здоровый перекус), услуга доставки должна простимулировать спрос.

РИСКИ:

- сильная приверженность аудитории к еде Торгового комплекса БГЭУ
- большое количество имитаторов
- высокий уровень удовлетворенности уже существующими точками питания
- потенциально высокий спрос на услугу доставки – риск не справиться с количеством заказов
- возможность непокрытия затрат на доставку из-за достаточно низкого среднего чека в отрасли
- невозможность предоставления из-за формата кофейни

такого широкого ассортимента, который хотела бы аудитория

Позиционирование



- Единственная в университете точка питания с доставкой
- Возможность заказа через мобильное приложение
- Наличие здорового перекуса
- Экологичность бизнеса
- Удобное время работы

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Полные выводы по PEST-анализу, Анализу конкурентов, Анализу рынка кофеен, Результат проведенного онлайн-опроса и SWOT анализу предоставлены [по ссылке](#).

Над проектом работали студентки 3 курса группы ДМП: Альхимович Анна, Аршавская Алина, Богуш Дарья, Кисель Анастасия.

Руководитель проекта: Разумова Светлана Васильевна.