



Блиндозер

Коржель Антон,
Щецко Надежда,
Яцушкевич Янина

Бизнес-модель Остервальдера

<p>Ключевые партнёры Поставщик аппарата «Блиндозер»</p> <p>Рекламодатель</p> <p>Фестивали уличной еды</p>	<p>Ключевые виды деятельности: Логистика; Маркетинг; ПО; Обслуживание аппарата</p> <p>Ключевые ресурсы: 1. Финансы 2. Физические ресурсы 3. Человеческие ресурсы 4. ПО 5. Бренд</p>	<p>Ценностные предложения: Открытость процесса приготовления Быстро Недорого Новинка Энергосберегающий аппарат</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами: Самообслуживание</p> <p>Каналы сбыта: ж/д вокзал в г. Минск</p>	<p>Потребительские сегменты: 14-17 лет 18-25 лет 26-55 лет</p>
<p>Структура издержек: Покупка аппарата Транспортировка Аренда 2 м² Электроэнергия Обучение одного из нас по обслуживанию аппарата Участие на выставках, ярмарках, конкурсах (Тибо-2017, фестиваль уличной еды)</p>		<p>Потоки поступления доходов: Продажа блинчиков Реклама</p>		

Результаты PEST-анализа

- Система налогообложения в Республике Беларусь
- Трудности логистики
- Высокий рост инфляции
- Недоверие белорусских потребителей к еде из вендингового аппарата
- Высокий уровень инновации и технологического развития в сфере вендингового бизнеса.



Результаты SWOT-анализа и анкетирования

- местоположение - *ж/д вокзал г.Минска;*
- отношение *положительное или нейтральное;*
- вкусовые предпочтения: *блин с вишневой начинкой и блин «Ветчина с сыром»;*
- ценовой диапазон: *2,1-2,5 рубля.*
- сильная зависимость от российских поставщиков, сотрудничество с отечественными поставщиками *Минский хладокомбинат и др.*
- выделили *слабые и сильные стороны*
- сегментация по демографическому признаку: *возраст 14-17 лет, 18-25 лет, 26-55 лет.*



Описание целевых сегментов

Сегмент №1 (доходность 30%)	Сегмент №2 (доходность 55%)	Сегмент №3 (доходность 15%)
14-17 лет	18-25 лет	26-55 лет
Активен, следует новым трендам, легкомыслен по отношению к деньгам, подвержен окружающему мнению.	Активен, занят, рационально использует денежные средства, но при этом может совершать импульсивные покупки.	Грамотно распоряжается денежными средствами и бережно относится к своему здоровью.
Спрос у данных потребителей нестабилен ввиду отсутствия стабильного источника дохода, а также подверженности к изменению личного мнения.	Стабильность спроса средняя. Потребитель формирует у себя релевантную систему точек общепита и выбирает несколько из них, которые посещает чаще других.	Спрос у потребителей стабилен, данный сегмент наиболее консервативен, имеет стабильный доход, слабо подвержен мнению окружающих, серьезно относится к выбору продукции.

Позиционирование

Позиционирование для первого сегмента:

- «Будь в тренде, попробуй нечто принципиально новое и вкусное»

Позиционирование для второго сегмента

- «Привычный вкус по-новому»

Позиционирование для третьего сегмента

- «Полезный и вкусный перекус с большим ассортиментом начинок. 100% натурально».

Цель нашего проекта: стать новаторами в отрасли street food вендинга в Республике Беларусь.

Стабильность прибыли	Рост ежемесячной рентабельности	Не менее 5%
Увеличение прибыли за счёт долгосрочного сотрудничества с клиентом	LTV	720 720 руб.
Увеличение прибыли за счет увеличения объема продаж	Объем продаж в год	8 580 блинов
Увеличение дохода	Средний чек	2 рубля
Привлечение большего числа клиентов	Доля постоянных клиентов в месяц	40%
	Доля новых клиентов в месяц	60%
Увеличение продаж за счёт привлечения новых клиентов	CAC	10 000\$
Повысить эффективность возврата покупателей.	Уровень конверсии .	45%

Бюджетирование

Затраты для подготовки проекта:

1. Покупка вендинг-аппарата (20 000\$)
2. Аренда помещения 2 кв. м за 3 года (2 160\$)
3. Закупка ингредиентов на первую неделю (250\$)
4. Логистика (одна поездка 300\$)

Итого: 22 710\$

Затраты на маркетинг:

1. Участие в выставке Tibo и др. (500\$/мероприятие)
2. Рекламные буклеты и проспекты (50\$/1000 шт.)
3. Создание и ведение страницы в Instagram (от150\$)

Итого: 700\$

Контролирующие мероприятия:

1. Техническая поддержка (240\$/год)
2. Стимулирование сбыта (3600\$/год)

Итого: 3 840\$



Стабильный доход. Быстрый возврат
инвестиций



Гарантия качества и лучшей цены

Финансовое обоснование проекта:

Средний чек - 2 руб.

Объем продаж за год - 8 580 блинчиков

LTV (жизненная стоимость клиента) - 720 720 бел. руб.

NPV - 2 190 бел. руб.

Окупаемость - 3 года



Возможные риски:

1. Непринятие нашего продукта белорусским потребителем.
2. Ухудшение положения партнеров.
3. Нестабильность валютного курса.
4. Изменение нормативно-правовых актов в сфере вендингового бизнеса.



Вкусная еда и хорошее настроение всегда с тобой!

Выбери блин по душе!

