

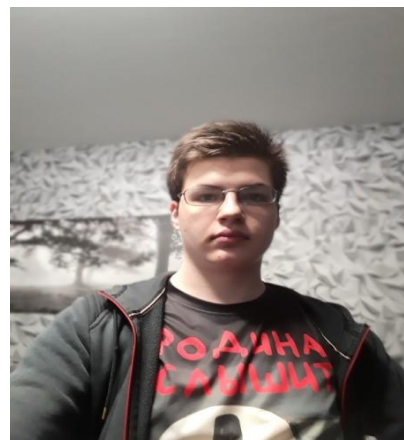
Кофейня «Quickoffee» - будь на шаг впереди остальных

- Идейная концепция:
«Quickoffee»
предоставляет
возможность каждому
заранее заказывать
кофе в назначенное
время на сайте кофейни
и значительно
сэкономить своё время
на ожиданиях



Состав команды

Михаил
Башарин –
коммерческий
директор



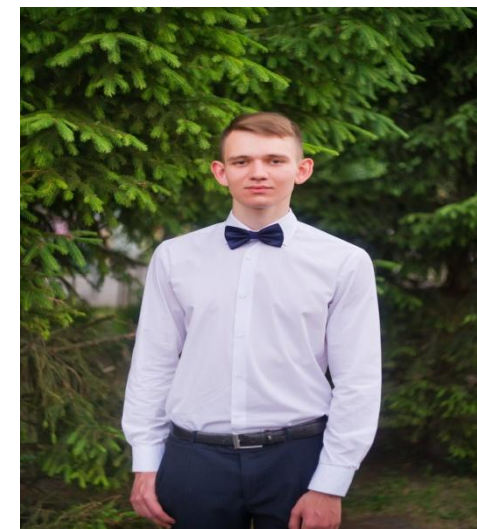
Кристина
Тапилина -
маркетолог



Диана Шаповалова
–руководитель
проекта



Данила
Радайкин –
менеджер
по
развитию



Состав команды

Полина
Черникова
– PR-
директор



Екатерина
Решетняк -
дизайнер



Елизавета
Соколова -
аналитик



Дизайн: логотип



Coffee'n'Go

УНИКАЛЬНОСТЬ проекта

- ✓ Дистанционное обслуживание через интернет-приложение
- ✓ Выбор времени готовности напитка
- ✓ Получение кофе без очереди по номеру заказа
- ✓ Значительная экономия времени



Прототип дистанционных кофеен Quickcoffee

- Согласно статистическим данным (2017 год) жители Москвы ежедневно выпивают кофе на 60 млн. рублей
- Цель проекта- выпить кофе по пути на работу(учебу) при минимальной потере времени
- Открытие сети кофеен по близости от центра города, метро, крупных торговых центров с условием дистанционной оплаты с помощью онлайн- приложения (возможность не тратить время на очереди)



Характеристика продукта в сравнении с аналогами

Характеристика	Кофе Хауз	Шоколадница	Coffee Like	COFIX
Малая занимаемая площадь*			~	~
Численность персонала: От 1 до 3 (на 1 точке)			~	~
Выбор товара и оплата онлайн				
Мгновенное получение заказа				
Меню из напитков и ГОТОВЫХ дополнений к ним*			~	~

*Площадь = 3-4 кв.м отдельное помещение на улице, до 15 кв. м – в ТЦ (с учетом сидячих мест)

Целевой рынок проекта в динамике

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: РБК Исследования рынков, E – оценки РБК Исследования рынков, основанные на данных социологических опросов посетителей кофеен и кафе-кондитерских, проведенных в мае 2017 года, мае 2018 года. Статистика ...

Согласно исследованию Маркетингового агентства РосБизнесКонсалтинг сегмент рынка активно развивается в России.

Отличительной особенностью кофеен является: отсутствие сезонности.

Основная целевая аудитория



Учащиеся и студенты
(часто не имеют времени
стоять в очереди и
перекусить)

Рабочий персонал
(при выполнении срочных
организационных задач
отсутствует время на
ожидание кофе и ланча)



Молодежь
(позитивно принимает
новые технологические
возможности и всегда
старается «быть в
тренде»)

Любители кофе и
творческие натуры
(теперь есть возможность
экономить время при
заказе и больше тратить
его на творческую
реализацию)

«Боль клиента»

- Трата большого количества времени на очереди, откуда вытекает следующее:
- Частые опоздания в назначенное время, соответственно:
- Моральное недовольство собой и угрызение вины
- Усталость и рассеянность на занятиях и во время деловых встреч
- Невозможность сосредоточиться на работе из-за сонливости



КОГДА НЕТ ВРЕМЕНИ ЖДАТЬ КОФЕ



КОГДА ЗАКАЗАЛ КОФЕ В QUICKCOFFEE



Финансовый план

- **Бизнес модель:** B2C
- **Ключевые клиенты:** студенты и «белые воротнички»
- **Ключевые поставщики:** B2B поставляющие ингредиенты кофе и оборудование для его приготовления+B2B обслуживающие успешную работу приложения

	2019	2020	2021
ВЫРУЧКА	4 500 000	5 400 000	6 220 800
ЗАТРАТЫ	3 600 000	4 300 000	4 560 000
ПРИБЫЛЬ	660 000	780 000	810 000



- **Предложения инвестору:** Минимально для организации предприятия необходимо 2,1млн. Мы предлагаем инвестору 51 % уставного капитала и активы в залог
- **Дополнительные факторы создания стоимости бизнеса:** создание гибкой системы скидок для потребителей и корректировка объемов производства может существенно повысить рентабельность, возможна гибкая коррекция на основании результатов первых месяцев



Канва бизнес- модели

1. Сегменты потребителей

Портрет нашего потребителя:

- Мужчины и женщины любой профессии
- Возраст от 10 до 60 лет
- Часто пользующиеся гаджетами
- Жители города Москвы, живущие в быстром ритме
- С любым доходом

2. Ключевые ценности

Что является самым ценным в жизни любого человека?

Конечно же, это **время**.

Наша кофейня поможет Вам сэкономить этот ценный ресурс.

Мы предлагаем своему потребителю:

- удобное приложение, позволяющее быстро заказать напиток;
- получение напитка к назначенному покупателем времени. Человеку не придется ждать очереди или мёрзнуть на улице в ожидании кофе, теряя драгоценное время;
- разный ценовой сегмент напитков, из-за чего кофе становится доступным для

3. Каналы

- Основной инструмент проекта – мобильное приложение. Заявка принимается после регистрации пользователя и вноса предоплаты в размере 20% от стоимости заказа. Клиенту достаточно только выбрать напиток и указать время, к которому он должен быть приготовлен.
- Вспомогательным инструментом станет сайт, через который так же можно произвести заказ.
- Планируется создать группу ВК и аккаунт в инстаграме, настроить таргетированную рекламу по критериям возраста и близости расположения к точке выдачи

Канва бизнес-модели

4. Взаимоотношения с клиентами

- Мы дорожим каждым своим клиентом, поэтому предлагаем после заказа оставить отзыв в приложении и оценить качество работы.

Также будет запущен direct marketing

- Мы предлагаем нашим клиентам в социальных сетях специальные конкурсы, в которых будут разыгрываться призы.

Также будет запущен direct marketing

5. Потоки доходов

- Продажа напитков и сладостей
- Реклама
- Возможна продажа франшизы

Также будет запущен direct marketing



6. Ключевые ресурсы

1. Человеческие:

- работники, варящие кофе и выдающие напитки
- генеральный директор
- менеджер
- маркетолог
- бухгалтер

2. Финансовые:

- аренда либо строительство точек выдачи
- создание и обслуживание приложения

Также будет запущен direct marketing

- создание и обслуживание точек выдачи
- создание и обслуживание приложения



Канва бизнес-модели

7. Ключевые действия

- 1. Разработка приложения, позволяющего удаленно заказывать кофе
- 2. Аренда либо строительство точек выдачи напитков
- 3. Запуск таргетированной рекламы
- 4. Приём и обработка заказов
- 5. Приготовление кофе к тому времени, который выбрал клиент
- 6. Поиск партнеров
- 7. Введение бухгалтерского учёта

8. Ключевые партнеры

- 1) владельцы ТЦ, где есть возможность арендовать помещение под кофейню
- 2) онлайн-площадки, предоставляющие возможность по рекламированию и продвижению бренда
- 3) оптовые поставщики сахара, кофейных зёрен

9. Структура расходов

- Заработная плата рабочим
- Налоги
- Аренда помещений
- Строительство точек выдачи
- Оборудование
- Создание приложения
- Коммунальные услуги
- Реклама
- Амортизационные издержки
- Расходы на кофейные зерна, сахар, молоко

Расположение

- Станции метро: Комсомольская, Выхино, Юго-западная, ВДНХ, Щелковская (т.к. эти станции наиболее используются)
- Вблизи крупных университетов и их общежитий (МГУ, МГИМО, НИУ ВШЭ, МГТУ им. Н.Е. Баумана)
- Вблизи крупных офисов (РБК)





Как с нами
связаться?

- www.quickcoffee.ru
- Куратор проекта- Кристина Тапилина
kristina.tapilina@yandex.ru

