

Название бизнес-
проекта: «Восковые
ручки»

Описание проекта

Мой стартап «Восковые ручки» создает положительные эмоции, путем предоставления восковых сувениров помогающих запомнить значимые моменты вашей жизни при помощи визуализации разных жестов. Производство одного сувенира занимает 5 минут.



Бизнес-модель

<p>Ключевые партнеры </p> <p>Event-агентства Школы Вузы Детские сады</p>	<p>Ключевые виды деятельности </p> <p>Предоставление развлекательных услуг</p>	<p>Ценностные предложения </p> <p>Положительные эмоции; Удовольствие от процедуры изготовления изделия; Напоминание о близком человеке или значимом моменте жизни</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами </p> <p>Формирование лояльности; Сервис; Маркетинговая активность</p>	<p>Потребительские сегменты </p> <p>В 2 С Дети от 3 лет; Подростки от 13 до 20 лет; Влюбленные пары; Туристы Гости города</p>
<p>Структура издержек </p> <p>Затраты на регистрацию; Аренда; Оборудование; Персонал</p>	<p>Потоки поступления доходов </p> <p>Доход от продажи изделий. Стабильная цена на группу товаров</p>			
<p>Ключевые ресурсы </p> <p>Торговое оборудование; Расходные материалы; Аксессуары; Упаковка</p>	<p>Каналы сбыта </p> <p>Прямой канал сбыта, реализации в торговой точке</p>			

Описание продукта проекта

Продукт производится путем погружения руки в раствор из воска и изготовление восковой 3D копии руки любой формы и расцветки за 5 минут из специального воскового состава.

Изделие можно использовать как сувенир для себя, для своих знакомых и родных, в качестве полезного приспособления для хранения ручек, бижутерии и т. д.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОЕКТА, ЕГО СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (SWOT – АНАЛИЗ):

Сильные стороны;

- 1) Низкий входной барьер в бизнес;
- 2) Быстрая окупаемость;
- 3) Присутствуют только косвенные конкуренты;
- 4) Масса положительных эмоций;
- 5) Поддержка франчайзера;
- 6) Быстрый старт.

Слабые стороны

- 1) Услуга импульсивного спроса;
- 2) Низкая покупательная способность из-за кризиса;
- 3) Быстрое насыщение рынка услугой. Мала вероятность повторной покупки.

Возможности:

- 1) Будет привлекать внимание за счет новизны и нестандартности услуги;
- 2) Возможно предоставление выездных услуг на свадьбы, корпоратив, др. праздники;
- 3) Таргетинг услуги на разную целевую аудиторию;
- 4) Гибкость, динамичность вида деятельности.

Угрозы:

- 1) Появление товаров конкурентов;
- 2) Приоритет целевой аудитории в сторону других развлекательных услуг;
- 3) Обострение кризиса в стране;
- 4) Безответственность франчайзера;
- 5) Риск повышения арендной платы;
- 6) Проблемы с наймом ответственного персонала.

Описание потребителя

Продукт предназначен для:

1) Дети и их родители

Основным потоком клиентов будут дети. Эта самая перспективная целевая аудитория, т.к. детям сложно отказать, им любопытен процесс, а родителям интересно посмотреть на ручку своего ребенка через 5-10 лет и вспомнить эти прекрасные моменты. «Восковые Ручки» - это не только яркие впечатления, но и уникальный сувенир на долгую память. Места скопления: детские развлекательные центры, ТРК, парки аттракционов, цирки, планетарии и т.д. (примерно 65% от общей доли всей ЦА)

2) Влюбленные пары

Влюбленные пары, как правило, делают двойные ручки, украшая их сердечками и/или написанием своих имен, что увеличивает средний чек продажи. Инициаторами, в основном, являются девушки, а им очень трудно отказать. Для влюбленных это память о проведенном вместе времени и отличная идея выразить свою любовь в оригинальной форме. Такой сувенир всегда будет напоминать о крепких чувствах счастливой пары. Места скопления: парки отдыха, кинотеатры, ТРК и т.д. (примерно 30% от общей доли всей ЦА)

3) Туристы и гости города

Туристы - очень лояльная аудитория. Их всегда привлекает что-то новое. Например, сделать восковую ручку и написать на ней «Я люблю Курск» или собственное имя, дату (примерно 5% от общей доли всей ЦА)

Уникальное торговое предложение

«Восковые ручки». 3 D копия вашей руки в форме сувенира

Каналы доступа к потребителю

1. Прямой канал сбыта – точка продаж;
2. Интернет
3. а) соц.сети
4. б) официальный сайт
5. в) e-mail
6. г) всплывающие банеры
7. Реклама
8. А) листовки
9. Б) визитки со скидкой
10. В) реклама в СМИ
11. Г) прес-релизы в СМИ
12. В) Игра «Собери коллекцию жестов»
13. Д) Календарики
14. Event – мероприятия
15. А) корпоративы

16. Б) Мастер-классы
17. Дни открытых дверей Вузов
18. Утренники
19. Выпускные в школах, детских садах, вузах
20. Участие в социально значимых федеральных программах «Ты - предприниматель»
21. Детский кукольный театр
22. Детские площадки
23. Цирк
24. Городские мероприятия
25. Парки культуры и отдыха
26. Набережная
27. Распространение информации через партнеров, представителей, рекомендателей
28. Сарафанное радио

Характеристика одного канала доступа к потребителю

Канал «Точка продаж в ТЦ».

- Точка продаж находится в торговом центре на 3 этаже.
- Пропускная способность – примерно 700 человек в рабочие дни; примерно 1000 человек в выходные дни; 1500 человек – в праздничные и предпраздничные дни
- Время работы ТЦ с 10.00 до 22.00

Модель взаимодействия с каналом

- Общение клиента и продавца
- Красивые выставочные образцы
- Рекламно-информационный стенд
- Красивая бесплатная упаковка
- Визитка со скидкой для друга («Передай другу»)
- Другие бонусные программы
- Мотивация продавцов от суммы продаж

- Формат взаимодействия
- Разработать технологию общения продавца с клиентом
- Разработать свод этических нормативов для ухода ситуации Фронт Пост

Опишите рынок своего продукта

Рынок:

Общая численность населения г. Курска 431171 человек, из них моложе трудоспособного 61,6 тыс.чел; трудоспособного возраста 265 тыс.чел. Следовательно объем рынка составит 326 тыс.чел.

Какой возможный реальный объем реализации продукта

По данным франчайзи в регионах со схожей численностью населения и проходимость точки продаж, объем продаж составит в среднем 15 штук в день, 105 штук в неделю, 420 – в месяц; 5040 - в год.

Цена

- Абсолютного аналога предлагаемой услуги в городе Курске нет, исходя из расчетов затрат и ценовой политики в других регионах выявлено, что средняя цена единицы изделия составит 250 рублей, самая низкая цена 200 рублей; самая высокая цена 350 рублей, средний чек – 400 рублей (+ стоимость аксессуаров)

Маржинальность

1 кг. воска = 150 рублей (15-20 сувениров)

Себестоимость = 10-15 рублей

Средняя цена 250 рублей

Средний чек – 350 – 400 рублей

Объемы продаж:

Статья	Период			
	<i>1 мес.</i>	<i>1 год</i>	<i>2 год</i>	
1. Объем производства, (15 шт./день)	<i>450</i>	<i>5400</i>	<i>5700</i>	
2. Средняя цена за единицу, руб.	<i>250</i>	<i>250</i>	<i>250</i>	
3. Потенциальный объем продаж, руб.	<i>112 500</i>	<i>1 350 000</i>	<i>1 425 000</i>	

ЗАТРАТЫ:

Статья	Период			
	Нач.	1 мес.	1 год	2 год
Затраты, связанные с регистрацией	3000			
Аренда помещения	20000	20000	240 000	240 000
Оборудование	85000			
Расходные материалы	9000		108000	108000
Франшиза	115000			
Персонал		30000	360000	360000
Прочие	70000	10000	30000	20000
Итого	302 000	60000	738000	728000

Финансовые результаты:

Статья	Период			
	Нач.	1 мес.	1 год	2 год
1. Доходы		112500	1350000	1425000
2. Расходы	302000	60000	738000	728000
3. Налоги			36720	41820
4. Чистая прибыль		52500	612000	697000
5. Прибыль за период	-302000	-249500	362500	697000