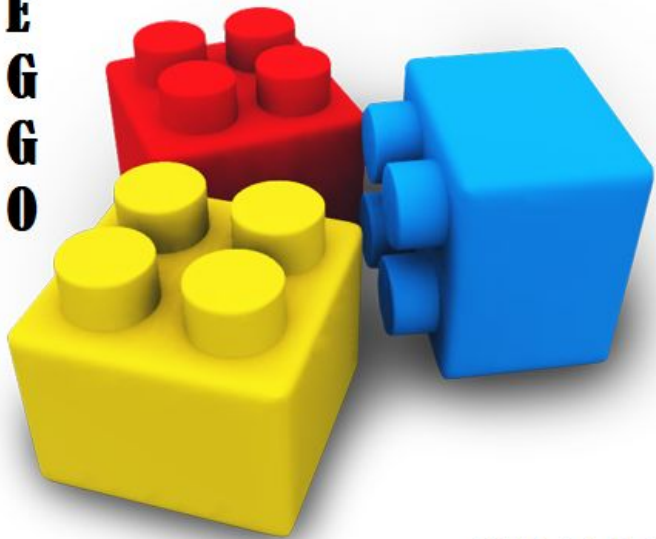


Бизнес-план онлайн-сервиса по доставке съедобного «конструктора»

**L
E
G
G
O**



V K U S A

Выполнили студентки
2-го курса, группы 19ДКТ, ФЭМ
Черноголова А.Э.
Трутько Т.А.
Васильчик А.А.

Содержание

- ▶ Резюме
- ▶ Описание компании
- ▶ Конкуренция
- ▶ Маркетинг
- ▶ Организационный план
- ▶ Финансовый план
- ▶ Заключение

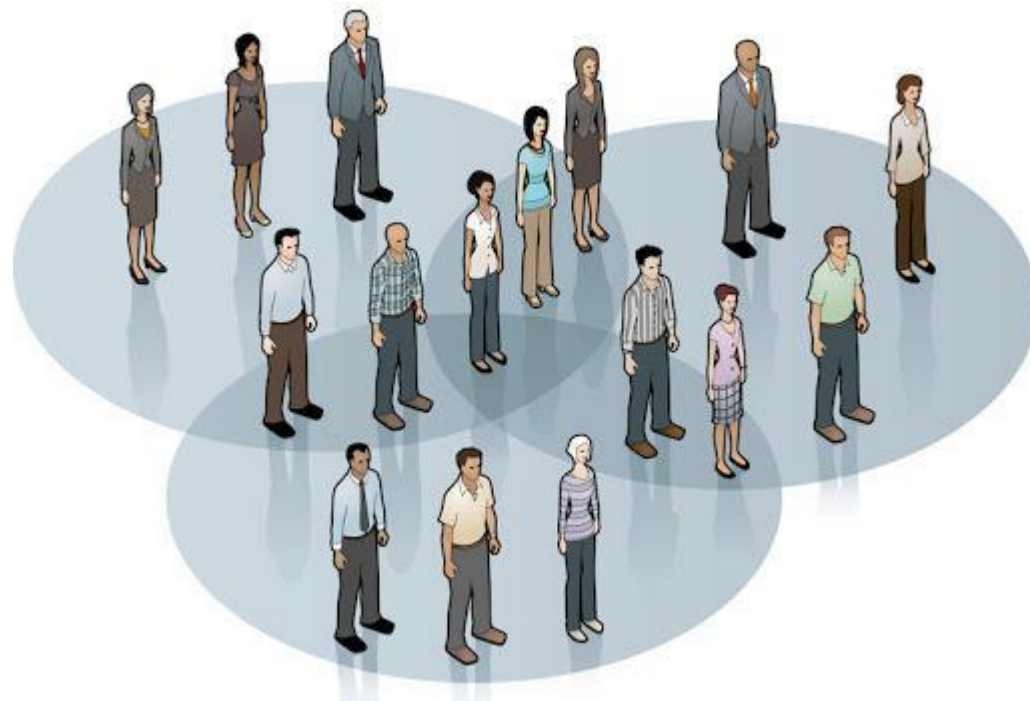
Резюме

Цель: создание онлайн-сервиса, ориентированного на аудиторию в возрасте 20-50 лет, а так же продажа продуктов питания с целью получения прибыли. Магазин реализовывает свои услуги на базе онлайн-сервиса, разработанного по индивидуальному заказу.

Чем данный проект отличается от других сервисов доставки?

Мы предоставляем услуги «пищевого конструктора», что является инновацией для белорусского рынка. Потребитель сам выбирает из предоставленного списка ингредиентов что ему недостаёт для блюда и отправляет в корзину, а наш курьер в кратчайшие сроки доставляет свежие продукты по адресу.

- *Целевой аудиторией* являются мужчины и женщины в возрасте от двадцати до пятидесяти лет, а так же молодые семьи, любители здорового образа жизни.



- Объём инвестиций в первый месяц на открытие магазина составляет 80 000 рублей. Проект будет реализован с использованием собственных денежных средств. Срок окупаемости составит 1,5-2 года.



Описание компании

Современные города и дома обладают развитой инфраструктурой, чтобы появилась вода, достаточно открыть кран, свет включается автоматически. Но за едой до сих пор приходится выходить в магазин. Мы хотим построить такой товаропровод, который позволит получать продукты мгновенно, без ожидания, ровно тогда и в том количестве, которое нужно. Нашей компании совершенно не важно, сколько заказал клиент — одну щепотку соли или несколько десятков товаров — важнее создать у него привычку повседневного использования. Водоканалу все равно, наливаете вы стакан воды или целую ванну. Если вы будете пользоваться сервисом постоянно, нам это будет выгодно.

Организационно-правовой формой бизнеса станет ИП. В качестве системы налогообложения будет выступать Единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц.

Алгоритм работы

Помните ролик Coca-Cola, когда человек бросает монету в автомат, там происходят разные чудеса, а потом вываливается бутылка? Это про нас!

Чтобы доставлять продукты за 30-40 минут, компания планирует открыть небольшие склады по всему городу в перспективе. Приложение работает, если ваш дом находится в зоне доставки склада — тогда можно положить товары в корзину, оплатить заказ и ждать курьера. Мы строим услугу, которая является премиальной по сути, но не по цене. Это достигается за счет изменения архитектуры. Доставка для клиентов бесплатна, минимального объема заказа тоже нет. Правда, некоторые товары стоят дороже, чем в супермаркетах.

Говоря о курьерах, мы стараемся быть справедливыми, у нас нет штрафов, мы платим за отработанные часы. Будут заказы или не будут, далеко или близко — мы эти риски берем на себя. Но взамен мы требуем такого же отношения к нам — если мы видим, что человек сачкует, мы расстаемся.



Работой курьеров управляет искусственный интеллект. Нам важно предсказать количество заказов, также мы считаем, сколько товаров заказать, когда истекнут сроки годности, когда снять их с полки. Мы достаточно алгоритмизированы. Алгоритм собственной разработки прогнозирует ситуацию в каждом районе присутствия на неделю вперед, а потом корректирует прогнозы.

К примеру, число покупок может возрасти, если на улице начались дорожные работы и часть жителей решила не ходить в магазин, а заказать продукты на дом. В этом случае можно перераспределить на этот склад курьеров с соседнего. Сильный дождь вызывает повышенный спрос на доставку по всему городу, тогда нужно задействовать резерв.

Когда покупатель заполняет товарами корзину и оплачивает ее онлайн, она преобразуется в задание сборщику на складе. У него есть смартфон, на который приходит задание с номером заказа и списком товаров. Следуя по маршруту, который ему подсказывает приложение, он собирает товары, считывает их штрихкоды и, если они правильные, кладет их в корзину. Потом заказ упаковывается в контейнер и в розовую квадратную сумку. Курьер берет ее, считывает код заказа и видит, куда нужно доставить продукты.

5 главных преимуществ службы доставки «Leggo vkusa»

По словам создателей сервиса, их служба доставки имеет ряд конкурентных преимуществ, которые обязательно понравятся клиентам:

- Доставка продуктов за 15 минут
- Цены и выбор товаров, как в магазине «у дома»
- Больше 2 000 товаров в каталоге
- Доставка всегда бесплатная
- Скидка 200 рублей на первый заказ

Конкуренция

Сервисы доставки еды поступательно развивались до 2020 года, но в связи с пандемией коронавируса и введением карантина показали по-настоящему взрывной рост. Конкуренция на рынке ужесточилась, что заставляет предпринимателей активнее заниматься продвижением своих услуг в интернете.

Практически все предприятия общественного питания были вынуждены закрыться на карантин. Выжили те, которые сумели быстро переориентироваться на доставку. Бурный рост спроса на услуги доставки еды заставил многих предпринимателей пересмотреть традиционный подход к работе и сделать ставку на онлайн. Более того, в сектор начали приходить новые игроки, пожелавшие использовать ситуацию, чтобы занять свою нишу на рынке. В результате конкуренция в сфере доставки еды заметно возросла.

Как преодолеть конкуренцию?

Мы выпускаем и предлагаем качественный продукт, четко знаем свою аудиторию и ее предпочтения и этими пунктами уже застолбим себе место на данном рынке, даже будучи небольшим бизнесом. Не так важно, что доставлять (пиццу, роллы, шаурму, домашнюю еду, здоровое питание, обеды или продукты из магазина), как качество предлагаемой продукции.

Бизнес, связанный с продуктами питания, и в особенности с готовой едой или частично готовой едой, имеет специфику — ограниченный срок реализации. Более того, от момента приема заказа до завершения сделки может проходить не более одного часа, а порой и того меньше, в нашем случае 15-30 минут.

Маркетинг

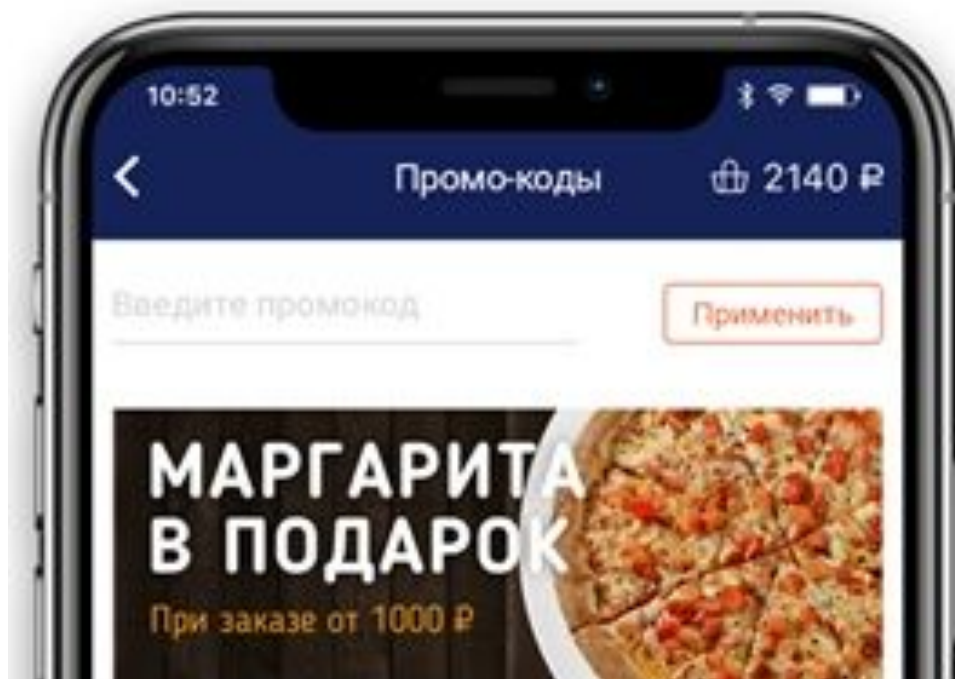
За последние 10 лет стратегия продвижения и рекламы для общепита поменялась кардинально. Раньше было актуально делать рекламу оффлайн: листовки, телевидение, биг-борды. Сейчас большая часть рекламы размещается в интернете. Правила рекламы диктуются образом жизни, так как большую часть своего времени мы проводим в интернете: работая, просматривая соцсети, даже обучаемся через интернет.

В условиях большой конкуренции среди заведений важную роль играет креативная реклама доставки. Вы можете рассказать о «фишках» работы сервиса, дать клиенту персональный бонус при заказе доставки или заинтересовать акциями, чтобы повысить свой средний чек.

Для доставки очень важен стабильный и высокий средний чек, так как большая часть расходов идет на сам процесс доставки: оплата курьерам, упаковка, комиссия агрегаторов или такси.

Продвижение мобильного приложения

Кроме таких фундаментальных вещей, как качество, скорость доставки и сервис, нет ничего важнее, чем продвижение своего мобильного приложения.



В “Leggo vkusa” встроена механика подарка за первый заказ. Это проверенный метод, который работает и в перспективе позволит вам получать более половины всех заказов через приложение.

Очевидно, что приложение быть удобным, стабильным, быстро работать и выглядеть профессионально, чтобы им пользовались люди.

Промокоды

Для бизнеса промокоды значительно выгоднее скидок. К одному заказу можно применить только один промокод, вы делаете скидку не на всю сумму заказа, а на одно блюдо.

Есть несколько вариантов применения промокодов:

- Создать промокод и отправить пуш-уведомление по все базе или определенной выборке клиентов.
- Сгенерировать промокод в системе для использования в оффлайне(листовки, билборды, лифты) или в интернете.
- Можно добавить опцию, что промокод действует только в мобильном приложении, что послужит дополнительным стимулом установить ваше приложение.
- Выдавать промокоды в качестве компенсации (опоздания, качество и т.д.)

Push-уведомления и рассылки

Бесплатный, быстрый и самый эффективный канал для общения с гостями.

- Рассылка по новым акциям
- Промокоды по всей базе или персонально
- Соскучились
- Оценка заказа
- Статус заказа

Наталья! Поздравляем Вас с наступающим Днем рождения.
Наша пицца обязательно придется по вкусу вам и вашим гостям.
Ваша скидка 20% будет действовать всю неделю!

Увеличение среднего чека

В службе доставки средний чек особенно важен, потому что значительная часть расходов - это физическая доставка заказа. Вы зарабатываете совершенно разные деньги с заказа на 5 рублей и на 30, поэтому вопрос повышения среднего чека - одна из ключевых задач.

Подарок, эксклюзивная позиция из меню, которая не продается за деньги. Есть три уровня подарков: при заказе от 30 р., 40 р., 50 р., чем больше сумма заказа, тем более дорогой подарок.

На сайте эта идея поддерживается шкалой с суммой заказа. Добавляя заказы в корзину, клиент визуально приближается к следующему уровню бонуса.

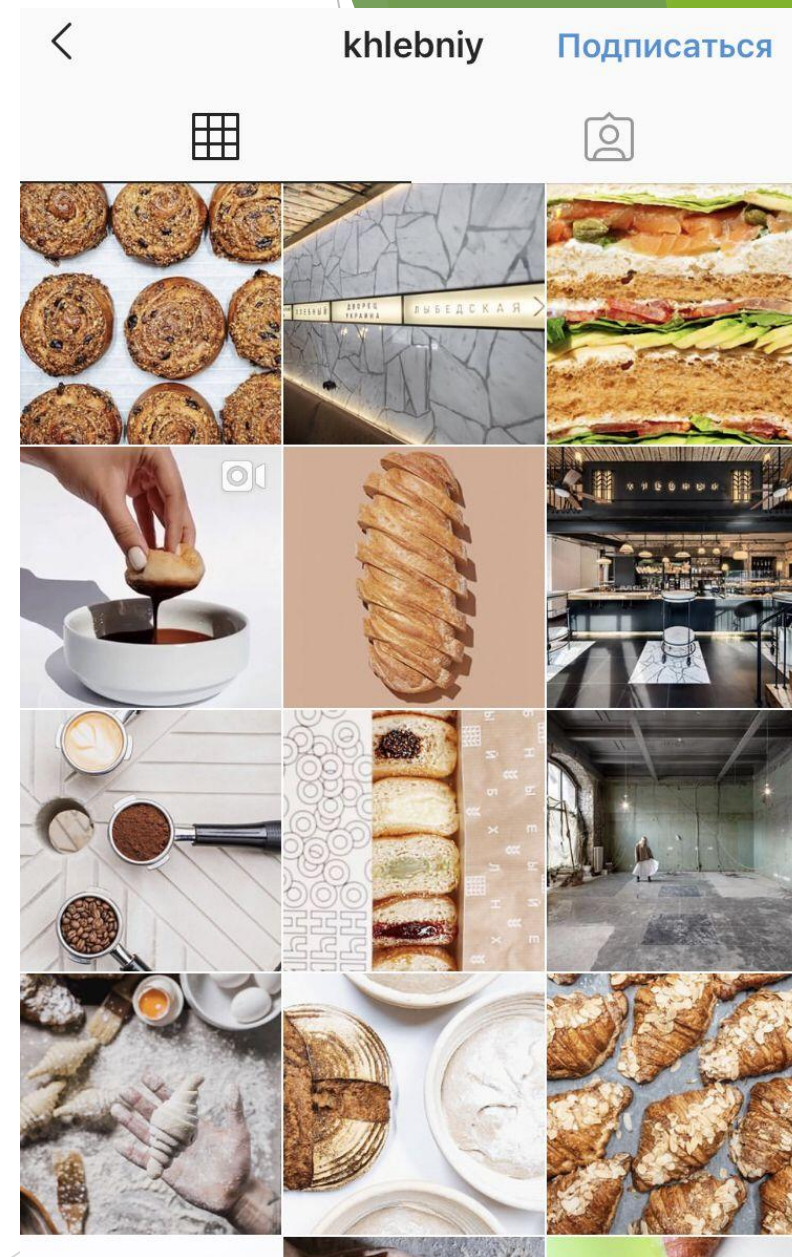
Все заказы «дотягивает» оператор: на 25 до 30, 35 до 40, 45 до 50.



Ведение социальных сетей

Раскрутка доставки еды с помощью страниц в соцсетях это отличный вариант для повышения узнаваемости. На своей странице в социальной сети мы напрямую общаемся с нашей аудиторией, проводим розыгрыши и делимся интересной информацией.

К ведению страницы в соцсети нужно подойти ответственно. Качественный контент повысит интерес аудитории, поэтому не стоит выкладывать все подряд, особенно снимки с разных телефонов с разными фильтрами и обработками. Делиться можно не только красивыми фотографиями еды, а интересными видео по приготовлению еды, историями о том, как блюда придумывались и какие есть «фишки» у вас.



- ▶ Отдельный формат рекламы в социальных сетях — это спонсорские публикации и нативная реклама у блогеров и лидеров мнений. Такая реклама эффективная, так как человек сразу делится своими ощущениями и рассказывает своей аудитории о вас. Главное — найти лидера именно для вашей целевой аудитории.



Бонусная система

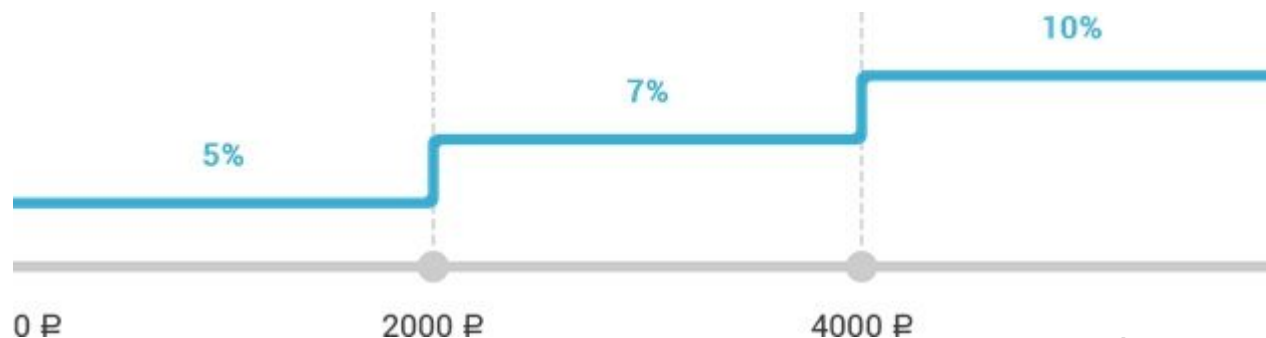
Бонусная система является мощным инструментом для повышения лояльности гостей и стимулирования повторных заказов.

Вместе с тем, важно правильно её использовать: она должна быть простой и стимулировать заказывать чаще и на большую сумму

Каждый клиент, сделавший первый заказ, автоматически становится участником и начинает копить баллы, никаких условий для вступления.

Стимулируем заказывать больше и чаще, для этого мы делаем несколько уровней, чем больше заказов сделает клиент в текущем месяце, тем больше бонусов он получит в следующем.

До 50 рублей - 5%, до 70 - 7%, более 100 - 10%.



Таргетированная реклама доставки еды

Такая реклама настраивается для того, чтобы ее увидел потенциальный клиент. Настроить таргет сейчас можно в любой социальной сети, Instagram, Facebook, Вконтакте. В каждой из социальных сетей одинаково настроенная реклама, будет работать по-разному, поэтому здесь также нужно подобрать предложения еды и картинки отдельно для каждой аудитории.

К примеру, сейчас продвижение доставки еды в Инстаграм работает очень хорошо, поэтому большинство заведений и размещают свои предложения именно на этой площадке. Листая сторис, потенциальный клиент, который ранее интересовался доставкой еды, попадет на вашу рекламу. Главное заинтересовать клиента красивыми картинками еды и дать интересные предложения. Как и любую рекламу, таргетинг нужно правильно настроить, чтобы он работал и привлекал новых потенциальных клиентов.

~~Сделайте заказ на 1000 рублей
и получите дисконтную карту!~~

**БОНУСЫ СРАЗУ.
БЕЗ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛОВИЙ.
С ПЕРВОГО ЗАКАЗА.**



ВЕРНЕМ ДО 10% ОТ СУММЫ ЗАКАЗА

Организационный план

Руководство будет осуществлять индивидуальный предприниматель.



Как правило, служба доставки состоит из операторов, курьеров и менеджеров. Первые принимают заказы, вторые их развозят, а третьи организуют процесс, прорабатывают меню и отвечают за финансовые показатели работы службы. Иногда в штат приглашают упаковщиков и логистов. Оператор принимает заказ и отправляет его на сбор.

В нашей организации на начальном этапе численность штатных сотрудников на период создания организации составляет 4 человека.

Должность	Количество	Зарботная плата, руб.
Директор	1	1500
Курьер	1	800
Офисный работник	1	700
Персонал обслуживания	1	400

Таблица 1. - Численность штатных сотрудников и их заработная плата.



В первое время в наш штат будет входить один курьер с личным автомобилем, который будет принимать, собирать заказы и доставлять их.



Далее один офисный работник, который будет заниматься заказами на поставку продуктов, финансовыми и организационными делами.



Так же один рабочий, обслуживающий склад. В его задачи входит уборка складка, проверка продуктов на срок годности и т.д.

В дальнейшем наш штат сотрудников будет увеличиваться. С ростом количества клиентов будет увеличиваться и количество работников.



Финансовый план

Расходы на открытие ИП:

- Открытие ИП (гос пошлина) - 13,5р.;
- Книга замечаний и предложений - 4р.;
- Электронное декларирование - 80р.;
- Открытие расчётного счёта - 21р.

Итого: 118,5р.

Разовые расходы в начале функционирования сервиса:

- Кассовый аппарат (1шт)- 190р.;
- Ноутбук (1шт) - 600р.

Итого: 790р.

Ежемесячные расходы:

- Аренда складского помещения - 600р.;
- Коммунальные платежи, интернет - 150р;
- Непредвиденные расходы - 150р.
- Реклама:
 - реклама в Instagram - 150р.;
 - реклама у блогеров - 100р.;
 - Банер - 150р.

Итого: 1 300р.

Ежемесячная закупка продуктов в первые месяцы будет составлять примерно 4 500р.

Поток клиентов в месяц в среднем будет составлять 350 человек.

Средний чек одного клиента - 30р.

Выручка = Поток*средний чек= 10 500р.

Выручка за год = 126 000р.

Затраты за год - 70 500р.

Прибыль за год -55 500р.

Превоначальные вложения - 80 000р.

Период окупаемости - 1,5 -2 года (80 400р).

Заключение

Проведя все исследования, мы пришли к выводу, что проект является рентабельным и целесообразным. Срок окупаемости - 1.5-2 года, что является неплохим показателем.

Проведя исследования среди знакомых, мы получили больше заинтересованности и готовности пользоваться нашим сервисом, нежели негатива.

Данная задумка является свежей и новой для белорусского рынка, так же, на первоначальном этапе, она не требует большого штаба сотрудников и огромного складского помещения, что так же имеет своё преимущество.

У «Leggo vkusa» есть все шансы стать новой белорусской франшизой и открыть свои точки во всех областных городах Беларуси.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!!!