

ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА И ЦЕНА

ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА	
Характеристики	Кофе
Качество (Характеристики)	Вкусный и полезный напиток
Упаковка (Оформление)	Стаканчик с дизайном сделанным на 3D принтере
Сопровождающие услуги (сервис)	<i>Индивидуальный дизайн</i> <i>Доставка</i>
Какую боль клиента мы закрываем?	Быстрая доставка, удобно заказать, индивидуальный подход
Ценовая политика	Массовый сегмент

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ПРОЕКТА			
Характеристики		Кофе	
Затраты на единицу продукции		100	
Стоимость, которую могут заплатить потребители, руб.		250	
Цены конкурентов		250	
Цена окончательная		250	
Причина установления такой цены	Вкус, дизайн на любой вкус, быстрая доставка.		
Система скидок	10 заказ бесплатно		
Возможность предоставления кредита или отсрочки	отсутствует	отсутствует	отсутствует




Место и способ реализации	
Месторасположение бизнеса	Способы реализации товаров
Кофейня «3D» станция метро улица 1905 года. Адрес: Москва, улица Пресненский Вал, 3	Офлайн/онлайн магазин
	Сайт
	Мобильное приложение

Спрос на продукцию(на первый месяц)	
В день	В месяц
100 кружек	2000 кружек



Цели устойчивого развития достижения которых способствует реализация проекта

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Составляющие портрета целевого клиента	Иван 	Светлана 	Петр 
Возраст	21 лет	32 лет	55 лет
Семейное положение	холост	замужем	женат
Уровень доходов	70-80 тыс. руб.	90-100 тыс. руб.	200- 320 тыс. руб.
место проживания (география)	Москва, ЮАО	Москва, ЮЗАО	Москва, ЦАО
Пол	муж.	жен.	муж.
Сфера занятости потребителя	сфера услуг (подрабатывает по специальности)	гос. служащий	предприниматель
Статус	студент	молодой специалист	бизнесмен
Типичные проблемы, связанные со специфичной работой	недостаток времени	недостаток времени, сменный график	недостаток времени, повышенная тревожность, стрессы
Что?	Капучино	Латте	Экспрессо
Кто?	Муж., жен., 16-25 лет	Муж., жен., 26-45 лет	Муж., жен., 46-60 лет
Почему?	Вкусно и модно	Желание взбодрится на весь день чашкой кофе	Выпить любимый напиток, в необычном дизайне
Когда?	весь год	весь год	весь год
Где?	Кофейня 3D		

Важен ли вам дизайн вашего кофе?

Да

Нет

ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ ПРОЕКТА

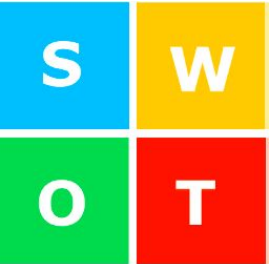
Характеристики	Группа 1	Группа 2	Группа 3
Географические	мегаполис	мегаполис	мегаполис
Демографические	Муж., жен., 16-25 лет	Муж., жен., 26-45 лет	Муж., жен., 46-60 лет
Социально-экономические	со средним уровнем дохода	со средним уровнем дохода	с высоким уровнем дохода
Поведенческие	Ежедневно пьет кофе утром перед работой или во время нее	Ежедневно пьет кофе утром перед работой или во время нее	Ежедневно пьет кофе утром перед работой или во время нее
Психографические	самостоятельность	новатор	амбициозный
По отношению к инновациям	«Не отстать от других»	«Открывать новое, использовать возможности»	Стабильность, удобство, спокойствие
Предпочтительные каналы коммуникаций	Социальные сети	Социальные сети	Тв реклама, интернет
Сеть Интернет	Регулярные пользователи сети Интернет	Активные пользователи разнообразных сервисов	Активные пользователи разнообразных сервисов

← Сегментация целевой аудитории по методике 5W Марка Шеррингтона

Отношение целевой группы к определенной сфере продаж		
Критерии	B2B «business to business»	B2C «business to consumer»
Цель покупки	для развития бизнеса	для личных нужд
Средний бюджет покупки	крупный	небольшой
Объем заказов	может быть значительным	небольшой
Количество клиентов	ориентированы на конкретного клиента	большое

Таблица – Анализ конкурентов

Название	Уровень	Количество обслуживания	Ассортимент	Преобладающий контингент	Специфика
Соfix	Средний/ниже среднего	Среднее	Многообразие сортов кофе/ свежая выпечка/готовая продукция в ассортименте	Население с уровнем дохода ниже среднего и низкий	Компания работает по схеме «кофе с собой»/имеется wi-fi/ интерьер со столами для 2х человек
Шоколадница	Средний/выше среднего	Высокое	Разнообразие сортов кофе/ блюда, приготовленные на месте	Население с уровнем дохода средним и ниже среднего	Имеется wi-fi/ интерьер с множеством сидячих мест, можно взять кофе как с собой, так и присесть и выпить его в ресторане
Starbucks (уходят)	Выше среднего/высокий	Среднее	Многообразие сортов кофе/свежая выпечка/готовая продукция в ассортименте	Население с уровнем дохода средним и выше среднего	Имеется wi-fi/ стильный интерьер узнаваемый дизайн На стаканчике пишу ваше имя
Кофейня 3D	Выше среднего/высокий	Среднее	Самые популярные виды кофе, 3 размера стакачика на выбор.	Население с уровнем дохода средним и выше среднего	Дизайн на ваш выбор, доставка куда угодно(офис,

		<i>Сильные стороны</i>		<i>Слабые стороны</i>	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Профессиональные сотрудники. 2. Продуманная ценовая политика. 4. Экономия времени при заказе онлайн. 5. Скидки 6. Устойчивая тенденция роста рентабельности. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Большая конкуренция среди кофеен 2. Компания новая, не имеющая опыт на рынке. 	
Возможности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение числа граждан, привыкших к услуге заказа кофе онлайн 2. Расширить деятельность компании, увеличение числа клиентов. 3. Оптимизация технологий онлайн продаж, повышение квалификации кадров, проведение тренингов. 4. Уход с рынка конкурентов из-за санкций. 	<i>Стратегия при сопоставлении Сильных сторон и Возможностей</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Открытия франшизы по Москве и другим городам. 2. Повышение профессионализма сотрудников, путем курсов повышения квалификации 	<i>Стратегия при сопоставлении Слабых сторон и Возможностей</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение активной рекламной компании 2. Привлечения клиентов из организаций и учреждений, находящихся в шаговой доступности 		
Угрозы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост количества кофеен-конкурентов 2. Смена предпочтений клиентов. 4. Падение спроса (сокращение чека покупки). 5. Спад в экономике 	<i>Стратегия при сопоставлении Сильных сторон и Угроз</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение спектра продукции 2. Повышение стандартов качества обслуживания покупателей. 	<i>Стратегия при сопоставлении Слабых сторон и Угроз</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение пиар-компании. 2. Анализ бизнес-модели и выявления ошибок 		

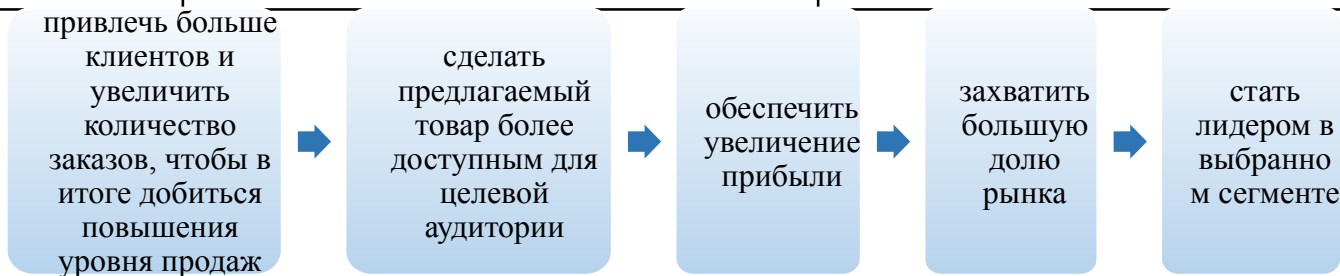


Рисунок – Маркетинговая стратегия «Кофейня 3D»

Организационно-правовая форма-ИП

Форма налогообложения УСН 6%

Документы и договоры:

Свидетельство о регистрации ИП

Уведомление для Роспотребнадзора

Договор на вывоз мусора

Техпаспорт кассового аппарата и договор на его обслуживание

Два договора с водоканалом: на отопление, горячую воду и отдельный договор на холодную воду

Договор на электричество

Договор аренды помещения

Разрешение на вывеску (паспорт рекламной конструкции)

Медицинские книжки для всех сотрудников

Уголок потребителя (закон о защите прав потребителя;

копия свидетельства о регистрации ИП или компании;

книга жалоб и предложений;

правила торговли и оказания услуг)



Показатель	Значение
УСН с доходов, уменьшенных на величину расходов	6%
Налог на доходы физ лиц (НДФЛ)	13%
Страховые взносы по персоналу:	30%
Пенсионный фонд	22%
Фонд социального страхования	2,9%
Фонд обязательного медицинского страхования	5,1%

Инновационная составляющая

В первую очередь, концепция нашего проекта заключается в том, что мы делаем любой дизайн пенки кофе, можно сделать даже любой принт на пирожном, вот причины почему это инновационно:

1. Мы первые на рынки с данной идеей
2. Модно и привлекает огромное количество человек
3. Новые технологии, это всегда круто, 3D машины одна из таких



Технология производства

Оборудование и инвентарь	Количество
Кофемашина	2
3D Принтер	1
Холодильник	1
Витрина	1
Кассовое оборудование	1
Посуда	15
Мебель	5
Кулер	1
Конвектомат	1



КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Должность или подразделение	Фиксированная заработная плата, руб./мес.	Сдельная заработная плата		Количество работников по годам					Должностные обязанности персонала
		Процент от выручки, %	Вид выручки	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Баристо	55000 + премия за перевыполнение плана	2,0%	Общая выручка	1	2	3	3	4	Изготовление кофе и дизайна
Касир	45000 + премия за перевыполнение плана	2,0%	Общая выручка	1	2	2	2	2	Расчет с клиентом и уборка
Директор	75000	4,0%	Общая выручка	1	1	1	1	1	Руководитель, проверка помещения и условия труда

Какую концепцию мы выбрали?	Изготовление кофе с необычным дизайном (под заказ) на 3D принтере
Какой товар мы планируем продавать?	кофе с необычным дизайном (под заказ) на 3D принтере
Кому мы продаём?	Люди возрастом от 18 до 50 лет потребляющие кофе на регулярной основе, а так же люди, которые могут заказать наше кофе в качестве подарка другу, коллеге или близкому человеку.
Как мы продаём?	Офлайн магазины, интернет магазин, мобильное приложение
Какую потребность клиентов мы удовлетворяем?	Вкусный кофе, необычный дизайн

Основные виды рекламы и стимулирования продаж
Раздача флаеров
Реклама в местных группах
Скидки для студентов
Скидки на доставку заказа от 5 стаканов
Реклама на стаканчиках в 3D
Скидка постоянного клиента

+ каждые полгода курсы повышения квалификации для сотрудников
 + Совместные конкурсы и мероприятия

Структура и динамика расходов

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	Итого
Постоянные расходы	3 750 000	5 424 240	5 966 664	6 563 330	7 219 663	28 923 877
Переменные расходы	4 362 000	6 192 000	6 811 200	7 492 320	8 241 552	33 099 072
Всего	8 112 000	11 616 240	12 777 864	14 055 650	15 461 215	62 022 949

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И ИТОГИ
 Все показатели экономической эффективности

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА

проекта за 5 лет

Показатель	Значение	Ед. изм.
Выручка за 5 лет	171 453 000	руб.
ЕБИТ (прибыль до уплаты налогов и процентов по кредитам)	119 733 215	руб.
ЕБИТДА (прибыль до вычета амортизации, налогов, процентов)	118 365 491	руб.
ЕВТ (прибыль до уплаты налогов)	119 733 215	руб.
Чистая прибыль	109 446 035	руб.
Чистая рентабельность проекта	177%	%
ARR (учетная норма прибыли)	150%	%
Ставка дисконтирования, %	38,5%	%
NPV (чистая приведенная стоимость) проекта	2107000	руб.
PI проекта (рентабельность инвестиций)	12,13	ед.
ROE (рентабельность собственного капитала)	11768%	%
ROI (коэффициент окупаемости инвестиций)	76,5	ед.

Потребность в финансировании: 930 000 руб.

Источники финансирования проекта:

- собственные средства 315000 руб.;

- средства инвесторов 500000 руб.

- 115 000 руб. средства инновационных грантов.

МОДЕЛЬ КОФЕЙНИ «3D» НА ОСНОВЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ А. ОСТЕРВАЛЬДЕРА

<p>Ключевые партнеры Поставщики кофе Интернет магазины Рекламные агентства Инвесторы Банки Курьерская служба</p>	<p>Ключевые виды деятельности Изготовление кофе с необычным дизайном (под заказ) на 3D принтере</p>	<p>Ценностные предложения Изготовление индивидуального дизайна на стаканчике из под кофе на 3D принтере. Заказ можно сделать заранее в мобильном приложении или на сайте, там же можно и оплатить. Скорость обслуживания и доставки.</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами Удобное оформление заказа заранее, возможность доставки заказа(на дом или в офис) Дизайн стаканчика и пенки индивидуально под клиента. Возможность оплаты картой в приложении или на сайте. Профили в соц. Сетях Кешбек от различных банков при оплате картой.</p>	<p>Потребительские сегменты Люди возрастом от 18 до 50 лет потребляющие кофе на регулярной основе, а так же люди, которые могут заказать наше кофе в качестве подарка другу, коллеге или близкому человеку.</p>
	<p>Ключевые ресурсы Инвестиции Кредиты Собственные средства Гранты</p>		<p>Каналы поставки и коммуникации Офлайн магазины, интернет магазин, мобильное приложение.</p>	

КОФЕЙНЯ 3D



Применив способ генерирования бизнес идеи - мозговой штурм, основанный на стимулировании творческой активности участников команды, мы собрали максимально возможное количество идей и выделили наиболее эффективную для ее последующего воплощения в жизнь.

ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ В КОМАНДЕ ПРОЕКТА

Постановка
(выбор) цели



Оценка
ситуации



Диагностика
проблем



Формирование
альтернатив



Выбор
альтернативы
(принятие решений)



Реализация
принятого
решения

Главные вещи, которые могут поднять настроение любителям кофе это вкус, температура и конечно же крутой дизайн. Поэтому мы решили назвать наш бренд «Кофейня 3D».

МЕТОД ОЦЕНКИ РЕАЛИЗУЕМОСТИ БИЗНЕС-ИДЕИ

F – Feasible (осуществимый)	- налаженные связи с поставщиками сырья и оборудования. Наличие профессиональных навыков и умений в сфере предпринимательства и технологий изготовления кофейных продуктов.
A – Attractive (привлекательность)	- использование в процессе приготовления кофейных напитков технологических инноваций.
N – Novel (оригинальный)	- одним из наиболее ценных ресурсов в мегаполисе является время, мы же, в свою очередь, стараемся сделать все возможное, чтобы сохранить его для наших покупателей, внедряя услуги предварительного заказа и кофейного кейтеринга под ключ.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Последовательные по SMART		ЦЕЛИ	Задачи
S (Specific)	Конкретная	По итогам первого года получить выручку от продаж в размере 1 107 125 рублей Улучшить и расширить услуги и продукцию.	Арендовать помещение, сделать ремонт, закупить оборудование, нанять сотрудников и открыть кофейню
M (Measurable)	Измеримая	По итогам второго года повысить выручку в размере 2 430 000 рублей.	Получив необходимый опыт, максимально отладить бизнес-процессы
A (Achievable)	Достижимая	Расширить и улучшить маркетинг и повысить за счёт этого спрос посетителей.	Открыть еще 4 кофейни в разных районах города;
R (Relevant/Realistic)	Актуальная/Реалистичная	Если посетителей будет больше, то и оплата рекламы будет не так значительно велика при росте посетителей.	Запустить франшизу
T (Time-Framed)	Определенная во времени	Поставленная цель должна быть достигнута во втором году.	Повысить доход и окупаемость продукта

Таблица – Обязанности работников кофейни 3D

<i>Должность</i>	<i>Функциональные обязанности</i>
Директор	Следит за работой персонала, контролирует качество продукции, следит за качественной работой персонала, оформление документов.
Касир	Пробивает продукцию, берёт оплату, следит за порядком у кассы, занимается упаковкой десертов.
Бариста	Готовит напитки, подаёт напитки, следит за порядком на своей рабочей территории.

**Будущий
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ДИРЕКТОР**

Филатов Арсений

Качества:

- коммуникабельность, активная жизненная позиция (является неотъемлемым качеством при работе с клиентами и создании внешних связей);
- нацеленность на результат (является важным качеством, так как нужно ставить цели и достигать их);
- рискованность (начать свое дело – это риск, а уметь рисковать может не каждый).

Контактные данные:

**filatov.a.9990336@gmail.com
89254611529**

Ключевые факторы успеха команды:

1. Корректный подбор состава команды – в проекте точно определены роли каждого члена команды;
2. Четкие цели команды, четкое распределение обязанностей - четкое понимание всеми членами команды границ ответственности при принятии решений;
3. Оптимизация рабочего времени команды, путём внедрения системы автоматической фиксации заявок, формирование истории коммуникаций и договоренностей с клиентами – программы amoCRM.

Роль в проекте – поиск клиентов, продвижение услуг, формирование позитивного имиджа компании, осуществление закупки и установки оборудования, выстраивание концепции компании, организация бизнес составляющей проекта.