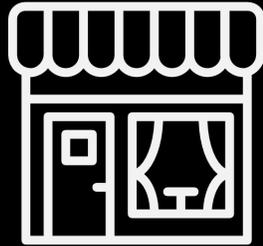


CoffeeBox.

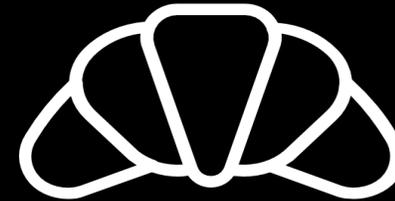
Кое-что особенное.



Что такое CoffeeBox?



-Это кофейни, где будут продаваться напитки и продукты питания «на вынос».



-Широкий ассортимент кофе,чая и других напитков. Выпечка, салаты, сэндвичи, десерты.

**ОДНА ЦЕНА-
49 рублей***

***на всю продукцию, кроме кофе**

Проблема.

В среднем по Москве чашка американо или капучино стоит 170 рублей, в регионах — 110 рублей.

Не все могут себе позволить пить кофе за такие деньги. А хочется пить его не один раз в месяц...

А если в московских кофейнях купить еще и десерт, то обойдется все это в 300-400 рублей, а то и дороже...

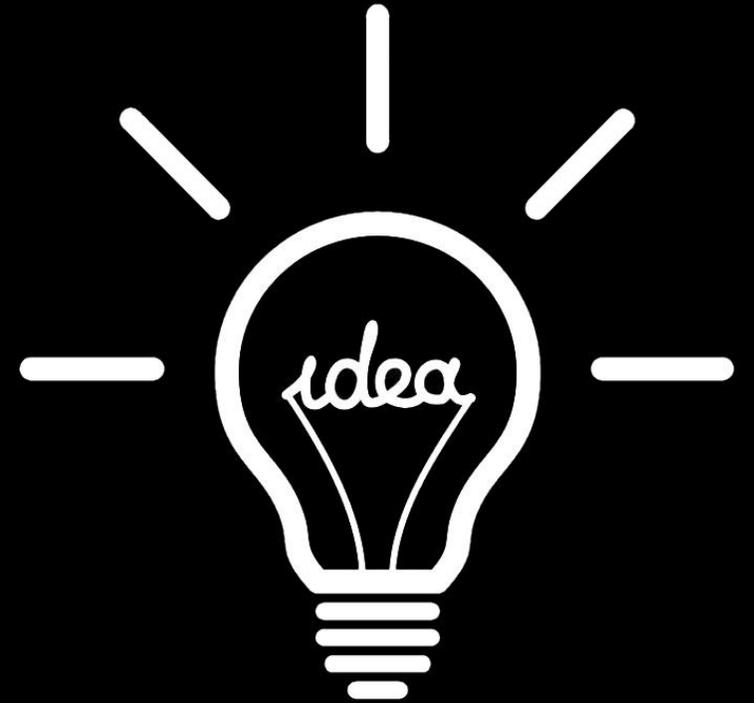


Решение.

Концепция CoffeeBox полностью закрывает проблемы, связанные с доступностью кофе.

Людам предоставляется возможность вкусно экономить. За 150 рублей можно съесть десерт или сэндвич с вкуснейшим кофе.

А экономящих людей много...



CoffeeBox

Доступно.

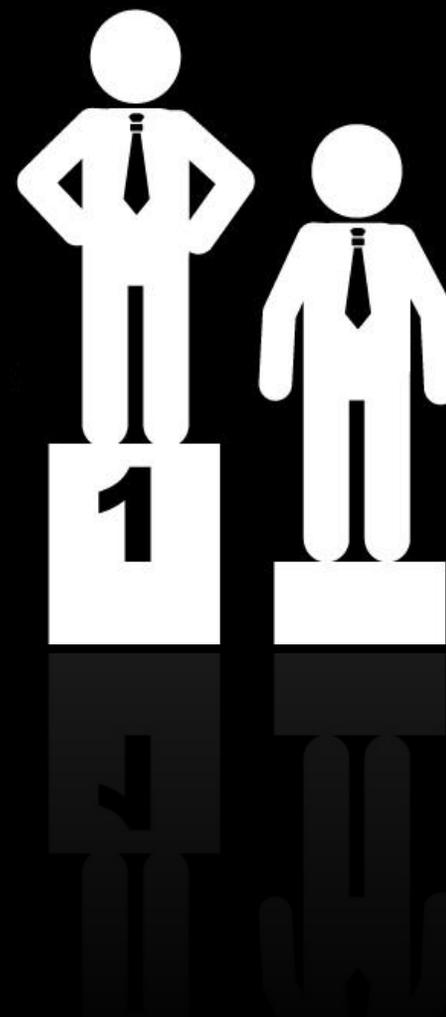
Вкусно.

Эстетично.

Конкуренты.

Главный и единственный конкурент в сегменте бюджетного кофе – COFIX. На российском рынке с осени 2016 года.

Концепция работы COFIX показала хороший результат в Москве. Каждый месяц открывается новая кофейня.



Почему сейчас?

-Большой потенциал рынка продажи кофе на вынос по справедливой цене.

-Ценообразование в сегменте общественного питания, позволяющее повторить успех модели COFIX.

-COFIX не медлит, уже 21 кофейня в Москве.

Бизнес модель.

7. Ключевые партнеры	8. Ключевые действия	1. Ключевые ценности	4. Взаимоотношения с клиентами	2. Сегменты клиентов
<p>Возможное партнерство с компаниями из смежной сферы бизнеса. Поставщики - ... Ключевые ресурсы - продукты.</p>	<p>1. Выстраивание потока клиентов. Трансформация прохожего в постоянного клиента. 2. Налаженный процесс приготовления и продажи продукции. 3. Совершенствование скорости приготовления и вкуса продуктов. 4. Внедрение новых позиций в меню. 5. Выстраивание эффективного маркетинга. 6. Своевременное обучение штатов (повышение навыков и квалификации) 7. Выстраивание мотивационной системы штатов. 8. Аналитика продаж. 9. Экспериментирование с новыми напитками и продуктами. 10. Постепенное снижение издержек.</p>	<p>1. Решаем проблему доступности кофейных напитков+десертов. 2. Решаем проблему экономии людей. 3. Решаем проблему бюджетного перекуса студентов и офисных сотрудников.</p> <p>Наши ценности: 1. Доступно 2. Вкусно 3. Качественно 4. Эстетично 5. Быстро</p>	<p>1 Осведомленность. Ведение каналов в соц. сетях с целью расширения аудитории и повышения узнаваемости бренда. 2 Оценка. Получение обратной связи от покупателей с помощью соц. сетей и др. 3 Покупка. Предоставляем все удобства для оплаты заказа (наличный и безналичный расчет) 4 После продажи. Скрипты, при использовании которых клиент возвратится во второй раз. Получение обратной связи от покупателя. Приглашение на какое-либо мероприятие. (Сделать так, чтобы покупатель попал в "вечную воронку")</p>	<p>Целевая аудитория проекта «кофе с собой» – это студенты и работающие люди, которые торопятся и не хотят тратить время на ожидание заказа в стандартной кофейне. Возрастная категория колеблется от 17 до 35 лет. Причем наибольшую долю в выручке составляют покупки студентов (17 - 25 лет).</p>
	<p>6. Ключевые ресурсы</p> <p>1. Прием на работу хорошо обученного персонала. 2. Правильное распределение финансов. 3. Поставка качественных продуктов. 4. Использование определенных технологических фишек. 5. Внедрение новых идей.</p>		<p>3. Каналы</p> <p>1. Продажи на точке (локация) 2. Распространение в соц. сетях с целью повышения узнаваемости 3. Форумы, доски объявлений, видео-сервисы - партизанский маркетинг, выставки и т.п. 4. Пожизненная ценность клиентов (вторичные продажи) 5. Мониторинг и оптимизация каналов привлечения клиентов</p>	
<p>9. Структура расходов</p> <p>Важные затраты: 1. Закупка оборудования 2. Маркетинг 3. З/п сотрудникам 4. Закупка продуктов</p>	<p>Дорогие затраты: З/п, аренда, маркетинг, оборудование</p>		<p>5. Поток доходов</p> <p>Доход идет исключительно с продаж продукции. Клиенты готовы платить за доступную, качественную продукцию и красивую упаковку. На данный момент в кофейне конкуренте выстраиваются очереди, чтобы перекусить именно там.</p>	

3 фактора успеха.

1.

Уникальное ценовое предложение, востребованное на рынке в любое время: качество по доступной цене.

2.

Огромная целевая аудитория, в том числе – большой сегмент потребителей, которые ранее никогда не могли позволить себе покупку качественного кофе в точках общественного питания по низкой цене.

3.

Локация и небольшой размер помещения (4кв.м.), что обеспечивает сокращение операционных расходов (аренда, персонал, эксплуатация).

Цели CoffeeBox.

- Усовершенствовать первые точки до стабильно работающего состояния и запустить совершенную франшизу.
- Распространить CoffeeBox по территории всей России и выйти на зарубежный рынок.
- Стать лидером в сегменте бюджетного кофе.

Преимущества инвестора.

Материальные:

- Возврат стартовых вложений на 5-ый месяц.
- Доход инвестора с одной кофейни, начиная с 6 месяца, составляет 30% от ее прибыли (≈ 50.000 руб).
- Умножение прибыли при вложении средств в открытие всех новых кофеен (30% от прибыли всей сети).

Нематериальные:

- Сотрудничество с командой, имеющей большие амбиции и интересные идеи.
- Вложение в работающую модель, уже имеющую успех на рынке.



Отношение к делу.

- Дело не в кофе. Дело в людях.
- Люди – главная ценность в нашем деле. Мы будем делать все для того, чтобы служить нашим покупателям. Уважение и атмосферный дружеский контакт с клиентом позволит нам обрести огромную аудиторию постоянных клиентов, которые будут довольны.
- Мы будем тщательно создавать нашу команду. Нам важно, чтобы у людей, работающих с нами, был такой же подход к делу, как и у нас.



На первую кофейню нам нужно:

500.000руб



Благодарим Вас за
внимание!

Контакты:

Антон –

anton.verbiz@gmail.com

Виктор –

viktorvostrecov@mail.ru