

ОБЕДОБРИТЕЛЬНОСТЬ, КАК ВИД ЭКОЛОГИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Выполнила команда:

ЗАЖ



ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

- Целью нашего проекта является сохранение окружающей среды: мы предлагаем замену пластиковой посуде, которая неблагоприятно влияет на нашу природу, тем самым снижая её распространение и вред



ПРОБЛЕМА, КОТОРУЮ РЕШАЕТ ПРОЕКТ

Съедобная посуда поможет минимизировать распространение пластиковой посуды, тем самым, защищая окружающую среду от загрязнения



РЕШЕНИЕ

- Наша команда предлагает использовать съедобную посуду вместо бумажных стаканчиков для кофе



АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА



- Уже во многих странах развивается экологичный бизнес: Съедобная посуда
- Мы хотим, чтобы в нашей стране это тоже было распространено
- На сегодняшний день, в ресторанном бизнесе используется чрезмерное количество пластиковой посуды. Мы считаем, что эту проблему необходимо решить

АНАЛИЗ ЕМКОСТИ РЫНКА



SOM

- SOM-Стоимость съедобного стаканчика составляет 50р.
- Представим, что 1.5 тыс человек в Санкт-Петербурге пьют кофе из таких стаканчиков.
- $1500 * 50р * 365 = 27,375$ млн рублей примерная выручка на следующий год.

SAM

- SAM- средняя стоимость съедобного стаканчика 100р.
- Среднее количество купленных людьми в России в съедобном стаканчике 300 тысяч
- $100\text{р} * 300\text{тыс} = 30\text{ млн рублей}$ – объем рынка в России



ТАМ

- ТАМ-примерно 15млн людей заботятся об окружающей среде, в среднем тратя 200р в год на её защиту.
- $15\text{млн} * 200 = 3\text{млрд}$ рублей каждый год



RAM



RAM- примерно 1,6 млрд человек по всему миру пьют кофе каждый день.

Предположим, что 2 млн человек будут пить кофе из съедобных стаканчиков, исходя из этого

$365 * 75 \text{p (стоимость 1 стаканчика)} * 2000000 = 54 \text{ млрд } 750 \text{ млн}$ каждый год люди будут тратить на съедобную посуду

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

- Проанализировав рынок, на данный момент мы выявили несколько конкурентов: рестораны и кафе, использующие пластиковую и картонную посуду. Их преимущество заключается в том, что эти продукты на рынке находятся уже давно, в отличие от нас, ведь наша замена-новинка, а это может влиять на доверие клиента, так как не все готовы пользоваться чем-то новым



БИЗНЕС МОДЕЛЬ

Ценность продукта 1)Бережет окружающую среду 2)Съедобно и вкусно	Целевая аудитория Владельцы ресторанного бизнеса	Каналы продаж Наши клиенты находят нас в Instagram, затем пишут нам на почту, и мы отправляем им товар
Отношение к клиентам Через Instagram,поддерживаем общение в Direct и на почте	Модель монетизации Мы забираем себе 20% от стоимости заказанной коробки	Ключевые ресурсы Надежный поставщик, широкая база клиентов, начальный капитал
Ключевые партнёры Группа в VK и Instagram в которой мы запускаем рекламу	Ключевая деятельность Мы должны стать экспертами в областях изготовления съедобной посуды и ресторанного бизнеса	Издержки(расходы) На рекламные посты, аренду склада и доставку

MVP

- После проведения MVP-теста мы смогли проверить 5 гипотез, созданных для этого интервью.
- Первая из них заключалась в том, что наш Оффер привлекает людей. Она подтвердилась, так как все опрашиваемые были с этим согласны
- Вторая-наш слоган вызывает желание купить наш продукт. Каждый из наших гостей сказал, что они действительно купили наш продукт, если бы увидели слоган в обычной жизни.
- Третья гипотеза звучит так: наш логотип ассоциируется с нашим продуктом. Тут мнения разделились: большинство из опрашиваемых сказали, что это действительно так, однако двое из них заметили, что лучше его подкорректировать и добавить именно кофе над рожками, вместо названия.

- Четвертая из гипотез-наш сайт понятен клиенту. Тут все снова единогласно: каждый клиент сказал ,что вопросов после посещения сайта не осталось, однако некоторые из них добавили, что стоит пересмотреть дизайн
- И последняя гипотеза-связь с нами не вызывает затруднений. Опрашиваемые сказали, что все ссылки работают и инструкция по связи не вызывает вопросов.
- Таким образом, с помощью MVP-теста нам удалось выявить несколько недочётов, над которыми мы уже начали работать.

НАША КОМАНДА

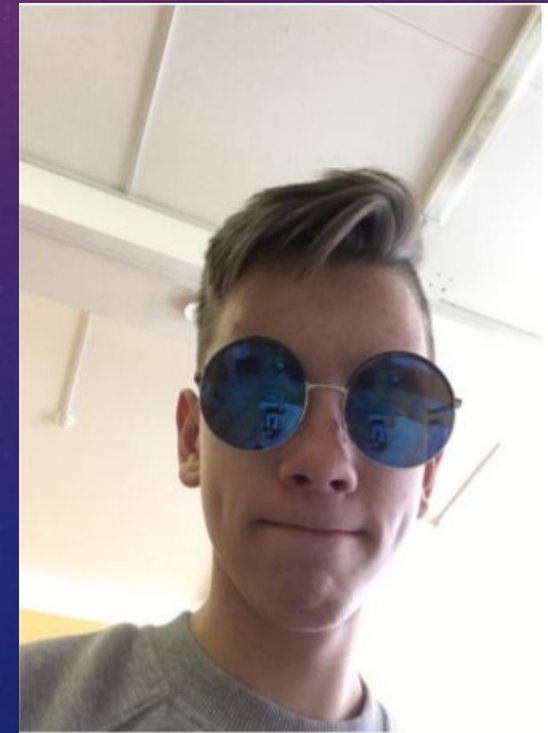
Алина



Алиса



Виктор



ФИНАНСЫ

	Движения денег (руб)	январ.18	фев.18	мар.18	апр.18	май.18	июн.18	июл.18	авг.18	сен.18	окт.18	ноя.18	дек.18	Итого
+	Входящее сальдо	100 000	132 500	122 500	117 500	115 700	147 700	160 400	232 400	355 400	442 400	829 500	1 323 500	1 830 501
+	Поступления:	17 000	30 000	30 000	40 000	80 000	60 000	120 000	150 000	335 000	500 000	600 000	620 000	2 582 000
+	Продажа рожков	17 000	30 000	30 000	40 000	80 000	60 000	120 000	150 000	300 000	500 000	600 000	620 000	2 547 000
+	Продажа рожков с кофе									35 000				35 000
-	Платежи:	-45 000	-40 000	-40 000	-42 000	-48 000	-48 000	-48 000	-48 000	-248 000	-113 000	-113 000	-113 000	-946 000
-	Маркетинг	-5 000								-200 000				-205 000
-	Реклама	-2 000	-2 000	-2 000	-4 000	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-30 000	-30 000	-30 000	-150 000
-	Транспортные расходы	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-20 000	-50 000	-50 000	-50 000	-330 000
-	Аренда склада	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-10 000	-25 000	-25 000	-25 000	-165 000
-	Прочее	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-8 000	-96 000
+	Финансирование:	60 500	0	5 000	200	0	700	0	21 000	0	100	7 000	1	94 501
+	Собственные средства	60 000		5 000					20 000			7 000		92 000
+	Внешние инвестиции	500			200		700		1 000		100		1	2 501
	Итого оборот за период	132 500	-10 000	-5 000	-1 800	32 000	12 700	72 000	123 000	87 000	387 100	494 000	507 001	1 830 501
	Сальдо на конец периода	132 500	122 500	117 500	115 700	147 700	160 400	232 400	355 400	442 400	829 500	1 323 500	1 830 501	