

Дары Родных Полей

Ситуация на рынке

- ▶ Согласно данным различных информационных и специализированных сайтов, в последнем прошедшем квартале 2019 года на рынке хлебобулочных изделий начался очередной спад, который подвел черту периоду стабильности и положительной динамики, началась отрицательная фаза, что в свою очередь приводит к усилению конкуренции за потребителя между рядом крупных игроков и давних участников рынка. Данный рынок характеризуется большими перспективами для производителей, как по объему, так и по затратам на конечный продукт
- ▶ Текущая динамика потребления характеризуется отрицательными значениями. Согласно данным исследования «Рынок хлеба и хлебобулочных изделий в России: исследование и прогноз до 2023 года», подготовленного маркетинговым агентством ROIF Expert в 2019 году, совокупный объем рынка хлеба и хлебобулочных изделий всех видов в России показал сокращение в 0,8%, что отрицательно сказывается на динамике рынка и вводит его в отрицательную фазу

Потребительский сегмент

- ▶ Итак, продукт «Дары Родных Полей» ориентирован на следующий сегмент:

| Сегмент | Почему на него | Что мы способны предложить |
|----------------|--|---|
| Массовый рынок | В следствие наличия культуры потребления хлеба у массового потребителя и желания тратить на это деньги | Качественный товар по приятной цене, гарантия качества и следования ГОСТу |

«Дары родных полей на Вашем столе» или ценностное предложение

- ▶ Покупая наш товар, вы заботитесь в первую очередь о себе и своих близких. Покупая не наш товар, вы заботитесь о кошельках продавцов. Зачем Вам это нужно?

С чего вообще мы это взяли? Все довольно просто. Если в среднем печенье в Пензе стоят приблизительно 50-70 рублей, то цена на наш продукт фиксирована - 38,5 рублей. Данная сумма позволяет выходить в минимальный плюс, покрывая себестоимость одной упаковки на 6,5 рублей

Что способен предложить итоговый продукт?

- ▶ «Дары Родных Полей»:
 - ▶ Продукт, сырье для которого выращено исключительно в России фермерскими хозяйствами Краснодарского Края, что бесспорно является преимуществом.
 - ▶ Продукт, доступный всем слоям населения из-за малой цены
 - ▶ Продукт, 2 рубля от которого идут на благотворительные цели
 - ▶ Продукт, производящийся исключительно по ГОСТу
 - ▶ Наличие своей сети магазинов, в которой действуют скидки, в том числе и постоянные, для некоторых категорий населения
 - ▶ Наличие системы лояльности для постоянных покупателей, включающую в себя различные скидки и подарки

Каналы сбыта

| Каналы сбыта | | Этапы сбыта | | | | | |
|--------------|----------|--------------------------------|---|---|--|--|---|
| Свои | Прямые | Торговля в фабричных магазинах | 1. Информационный Специфика сегмента учитывает, что наилучший способ осведомить клиенту о данном продукте это различные газеты, журналы и реклама на местном TV и радио, а уже потом реклама в социальных | 2. Оценочный Помощь в оценке клиент может получить благодаря широкой рекламной кампании и дегустациям в точках продаж | 3. Продажный Клиент может приобрести данный товар в различных местных магазинах через посредника, а также в магазинах франшизы | 4. Доставка Клиент может получить ценностное предложение с помощью местных СМИ | 5. Постпродажный Специфика рынка осложняет постпродажное сопровождение продукта, но мы гарантируем исключительное качество продукта |
| | | Продажа через Интернет | | | | | |
| Партнерские | Непрямые | Магазины франшизы | | | | | |
| | | Магазины партнеров | | | | | |
| | | Оптовики | | | | | |

Взаимоотношения с клиентами

- ▶ Наша компания считает, что лучший способ как привлечь новых, так и удержать старых клиентов - это предложение качественного товара по хорошей цене, которая не ударит по кошельку потенциального покупателя.
С учетом специфики рынка, наиболее оптимальная и логичная форма взаимоотношения с клиентом - самообслуживание.

Потоки доходов

- ▶ Наиболее оптимальным и единственным потоком кажется прямая продажа товаров, что является разовой сделкой, заключаемой с каждым клиентом в момент покупки, но по мере роста и создания франшизных магазинов, станет возможным получать факторный доход - аренду - на постоянной основе

Ключевые ресурсы «Даров»

- ▶ Очевидными ресурсами данного производства являются ресурсы материальные: сырье, закупаемое у фермеров, хлебопекарное оборудование (Печи Пекарские, тестомесы, мукопросеиватели, микскеры, батонотформирующие машины), автомобили для доставки сырья и готового изделия, франшизные точки для прямой продажи
- ▶ Интеллектуальные - технологии производства сырья, «Родных Полей» и потенциальный сайт для связи с производителем

Ключевые виды деятельности

- ▶ Так как «Дары Родных полей» - это продукт, который производят, то ключевым видом деятельности является производство. Помимо непосредственно производства изделия, сюда входит деятельность направленная на закупку сырья, доставку до производства, обеспечение бесперебойной работы производственной линии, контроль качества продукции.

Ключевые партнеры

Типы отношений, которых компания может придерживаться:

- ▶ отношения производителя с поставщиками для гарантии получения качественного сырья.
- ▶ стратегическое сотрудничество между неконкурирующими компаниями

В следствие этого, ключевыми партнерами становятся фермерские хозяйства, способные продать достаточное количество качественного продукта по сходной цене, и различные продовольственные магазины, сотрудничество с которыми может строиться на взаимном желании уменьшить затраты и снизить любые потенциально возможные риски

Структура издержек



- Материальные ресурсы (Оборудование, транспорт)
- Фиксированные издержки (зарплата сотрудников, арендная плата, обслуживание производства)
- Переменные издержки (Сырье, вода)
- Интеллектуальные ресурсы (оптимизация технологии производства)
- Реклама
- Процент от продаж на благотворительность
- Налоги
- Процент участникам франшизы

Спасибо за внимание