



---

# Espresso Trade

---

**Подготовили:** Полина Боднарчук,  
Валерий Ким

**Группа:** ЭМНбд-04-18

**Преподаватель:** Чернышева А. М.



EXPRESSO  
TRADE

# Espresso Trade

---

Идеальное качество, для  
вашего бизнеса.

# Виды ППТН



## **Полуфабрикаты**

—  
Кофейные капсулы



## **Специализированное оборудование**

—  
Кофемашины



## **Промышленные услуги**

—  
Обслуживание

# Промышленные Услуги

- Продажа кофейных капсул

- Продажа кофемашин

- Лизинг

Аренда кофемашин.  
Минимальный срок – 4 года.

- Консультативный инжиниринг

Установка, ремонт, чистка кофемашин

- Workshop

Обучение персонала клиента по использованию оборудования и завариванию кофе

- Персональный менеджер

Закрепление за клиентом его персонального менеджера

# Для кого?



## Hotel

Стандартная кофемашина, компактная и без специализированного оборудования



## Restaurant

Крупные машины, предназначенные для приготовления сложных кофейных напитков



## Catering

Кофемашина с молочным решением, средний, удобный вариант для приготовления большого кол-ва напитков



## Office

Опционально, в зависимости от потребностей офиса



# Аргументация

1. Рынок кофемашин и кофе-капсул вырос за 2020 год на 8%. Следовательно, он является очень перспективной сферой для развития бизнеса.
2. Уникальное предложение – кофе-капсулы совместимы только с нашими кофемашинами. Это увеличивает срок использования оборудования.
3. Помимо продажи товаров предоставляется ряд предпродажных и послепродажных услуг – поддержка менеджера, тех. Обслуживание и т.д.
4. Лизинг кофемашин наиболее выгодное решение. Не многие предприятия заинтересованы одновременно тратить большие суммы на оборудование. Так же это может помочь мелким предприятиям с небольшим бюджетом развиваться.
5. Гибкое и универсальное предложение под каждый бизнес. Клиентоориентированность.
6. Поддержка и оказание помощи партнерам на протяжении всей длительности контракта, касательно продукции и оборудования.

# Формы дистанций



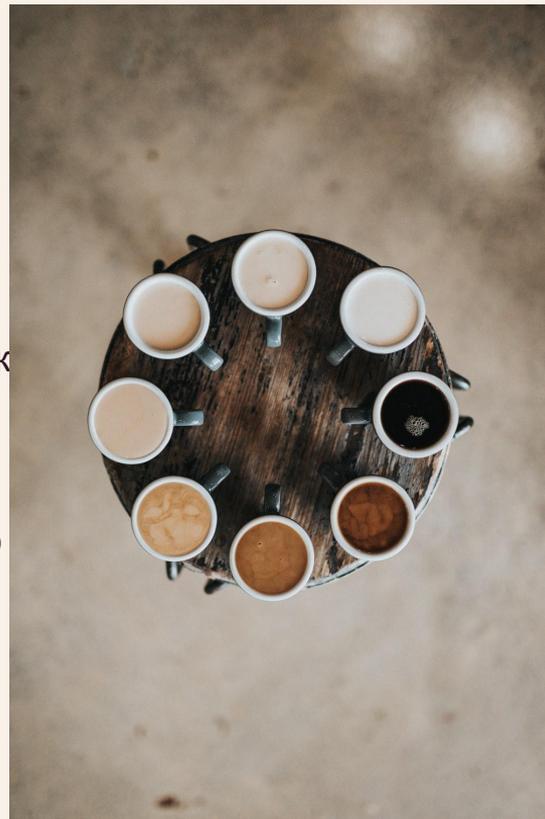
## Географическая

Так как, необходимые для высокого качества продукции производственные мощности и сырье находятся за рубежом. Для нас на данный момент проблематично открыть представительство в другой стране.



## Культурная

Так как менталитет, а также корпоративная культура России и стран Азии (в которых находится производство кофемашин), а также стран Южной Америки (где находится производство зерен), отличаются



# Формы Кооперации



## Промышленно производственное сотрудничество

Мы совместно с такими Китайскими производителями как Hisense разрабатываем технологию наших кофемашин



## Обменная деятельность

Мы так же сотрудничаем с производителями кофе из Бразилии такими как: CAFE JAGUARI LTDA



# Характеристика рынка



## Олигополия

На данный момент, в силу того что рынок молодой, и с самого начала его заняли очень сильные конкуренты, новым компаниям будет трудно пробиться. Основную долю рынка имеют несколько крупных компаний таких как : Nespresso, Lavazza, Nescafe, Tassimo. Данные компании имеют большие бюджеты, и сотрудничают с крупнейшими производителями бытовой техники.





# Анализ Личностных Факторов

# Ким Валерий

Фактор	Характеристики	Рейтинг	Менеджер по продажам	Менеджер по продвижению	Торговый аналитик
Интеллект	Аналитический склад ума	+	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>
	Высокий уровень креативности	-	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
Коммуникативные навыки	Грамотная речь и письмо	+	<b>Важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Важно</b>
	Умение легко выражать мысли	+	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>
	Умение работать в социальной среде	+	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>
	Коммуникабельность	+	<i>Важно</i>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
	Артистизм	-	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
Нововведения	Умения отстаивать свою точку зрения	-	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
	Активность	+	<i>Важно</i>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
	Самостоятельность	-	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
	Инициативность	+	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>
	Творческое отношение к работе	+	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
Отношение к работе	Готовность работать вне расписания	+	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>	<i>Не важно</i>
	Пунктуальность	-	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>
	Трудолюбие	-	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
	Готовность к обучению	+	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
Дополнительные характеристики	Наличие предпринимательской способности	-	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>	<b>Не важно</b>
	Творческие способности	+	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>

# Ким Валерий

6

Менеджер по продажам

8

Менеджер по продвижению

3

Торговый Аналитик



# Боднарчук Полина

Фактор	Характеристики	Рейтинг	Менеджер по продажам	Менеджер по продвижению	Торговый аналитик
Интеллект	Аналитический склад ума	+	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>
	Высокий уровень креативности	+	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
Коммуникативные навыки	Грамотная речь и письмо	+	<b>Важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Важно</b>
	Умение легко выражать мысли	+	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>
	Умение работать в социальной среде	-	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>
	Коммуникабельность	+	<i>Важно</i>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
	Артистизм	-	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
Нововведения	Умения отстаивать свою точку зрения	+	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
	Активность	+	<i>Важно</i>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
	Самостоятельность	+	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
	Инициативность	-	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>
	Творческое отношение к работе	+	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>
Отношение к работе	Готовность работать вне расписания	-	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>	<i>Не важно</i>
	Пунктуальность	-	<b>Важно</b>	<i>Не важно</i>	<b>Важно</b>
	Трудолюбие	+	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
	Готовность к обучению	+	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>	<b>Важно</b>
Дополнительные характеристики	Наличие предпринимательской способности	-	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>	<b>Не важно</b>
	Творческие способности	-	<b>Не важно</b>	<i>Важно</i>	<b>Не важно</b>

# Боднарчук Полина

■ **11**

Менеджер по продажам

■ **10**

Менеджер по продвижению

■ **7**

Торговый Аналитик



# Спецификация заказа

Специалист отдела логистики



# Спецификация Заказа

Полное наименование	ООО «Expresso Trade»
Контактное лицо	Полина Боднарчук. HR-консультант. <a href="mailto:polina.bodnarchuk@et.ru">polina.bodnarchuk@et.ru</a> . +7 (916) 406-99-40
Краткая характеристика компании	ООО «Expresso Trade» компания с 25-летней успешной историей деятельности на российском рынке. С самого начала своей деятельности мы ставили задачу создания и реализации столь необходимых современному производителю натуральных, полезных, безопасных и вкусных продуктов питания.
Должность	Специалист отдела логистики

# Спецификация Заказа

Должностные обязанности	<ul style="list-style-type: none"><li>• Осуществление организации грузоперевозки от получения заказа Клиента до обмена документами по выполненной перевозке, а также:</li><li>• Вести и развивать закрепленных за Вами клиентов по стандартам и регламентам нашей Компании;</li><li>• Производить расчёты стоимости перевозок, закреплять их в КП.</li><li>• Предоставлять информационную поддержку клиентам по тарификации и спектру предоставляемых услуг;</li><li>• Оптимально подбирать партнеров-перевозчиков, развивать и структурировать их базу.</li><li>• Закрывать заявки на перевозку грузов, подбирать транспорт по заданным параметрам Клиента, инструктировать и контролировать водителей на линии.</li></ul>
Непосредственный руководитель	Руководитель отдела Логистики
Численность отдела	12 человек
Наличие внутрифирменного образования	Стажировка. Обучение в 1С.

# Спецификация Заказа

Условия работы: место, график	График работы 5/2 с 9:00 до 18:00; Современный офис в 5 минутах от метро «Павелецкая». БЦ «Павелецкая Плаза»
Условия найма: соц. пакет, тип и срок найма	<ul style="list-style-type: none"><li>• Фиксированный оклад + бонус по KPI, от 75 000 руб.</li><li>• ДМС, страхование жизни</li><li>• Оформление по ТК РФ</li><li>• Испытательный срок 1,5 месяца</li></ul>
Стаж в должности	3-5 лет
Образование	Высшее образование
Профессиональные навыки и умения	Навыки работы в MS Office. Навыки работы в 1С как преимущество.
Личные качества	Обучаемость, Коммуникабельность, Доброжелательность, Умение принимать решения в стрессовой ситуации. Проактивность.



---

# Контрольное Задание



# Контрольное Задание

Наименование	Производитель или продавец	Адрес производства	Адрес залов
Tasty Coffee	Производитель и продавец	Ижевск	Москва, Новосибирск, Санкт-Петербург
Gemma Coffee	Производитель и продавец	Санкт-Петербург	Москва, Нижний Новгород
Expresso Trade	Производитель и продавец	Москва	Москва, Санкт-Петербург

# Контрольное Задание

	Tasty Coffee	Gemma Coffee	Espresso Trade
Цена руб./шт.	175	225	205
Стоимость монтажа %	-	-	-
Стоимость доставки руб.	От 1 тыс. до 5 тыс. - 800 р. Свыше 5 тыс. - бесплатно	От 1 тыс. до 8 тыс. - 600 р. Свыше 8 тыс. - бесплатно	От 1 тыс. до 3 тыс. - 450 р. Свыше 3 тыс. - бесплатно

# Контрольное Задание



	Tasty Coffee	Gemma Coffee	Espresso Trade
Срок изготовления	7 дней	7-12 дней	7 дней
Гарантия	-	-	-
Скидки	Скидки для клиентов от 1 года – 6%	Скидка 10% при единовременном заказе в объеме 2	Скидка лояльным партнерам 7% + доп. скидка 15% при заказе объема на 4 мес.
Сопутствующие товары / услуги	Помощь в обслуживании. Тех. Осмотр оборудования	Предоставление эксперта по напиткам за счет компании	Тех. Обслуживание. Сопровождающий менеджер

# Ассортимент

---

# Продукции

Espresso Trade



Espresso Trade

# Кофе-капсулы

Бленд	Вкус	Интенсивность	Объем
Congo Organic	Фруктовые нотки, злаковые, ореховые	7	40\110мл
Origin Peru Organic	Фруктовый	6	40\110мл
Origin Guatemala	Плотный и бархатистый	6	40\110мл
Origin Brazil	Сладкий и шелковистый	4	25\110мл
Origin India	Насыщенный и пряный	10	25\40мл
Bianco Intenso	Ноты обжарки и злаков	n/a	25\40мл
Bianco Delicato	Ноты карамели и бисквит	n/a	25\40мл
Espresso Vanila	Нежный аромат ванили	7	40мл

# Кофе-капсулы

Бленд	Вкус	Интенсивность	Объем
Espresso Caramel	Сладкий аромат карамели	7	40мл
Ristretto Intenso	Интенсивный и густой	12	25мл
Espresso Leggero	Какао и злаки	6	40мл
Espresso Forte	Интенсивный и фруктовый	7	40мл
Lungo Leggero	Ноты жасмина и бергамота	2	110мл
Lungo Forte	Ноты обжарки и фрукт	4	110мл
Lungo Decaffeinato	Злаки и цветочные	4	110мл
Espresso Decaffeinato	Какао и фруктовые	7	40мл

# Кофемашины

Модель	Вес	Резервуар для воды	Молочное решение
Momento Coffee & Milk 120	39 кг	4,6 л	есть
Momento Coffee 100	16 кг	3 л	отсутствует
Momento Coffee&Coffee 200	28 кг	2 x 3 л	отсутствует
Zenius	7 кг	2 л	отсутствует
Gemini 223	18 кг	2 x 3 л	отсутствует
Gemini 203	15 кг	2 x 3 л	отсутствует
Aguila 440	100 кг	Прямое подключение воды	есть
Aguila 220	75 кг	Прямое подключение воды	есть

# Товарная Политика

Expresso Trade



Expresso Trade

# Решение о составе ассортимента

В состав ассортимента входят кофе-капсулы и кофейные машины

Модификации продукции не предусмотрены

Гарантия кофемашин 5 лет



## Определение соотношения между выпуском товаров по спецзаказам и массовым производством серии товаров

---



Все кофемашины и капсулы стандартизированы и производятся вне зависимости от заказов. Однако, в случае поступления заказа на особо большую партию, решение и сроки изготовления принимаются в совете с руководителями производства и менеджерами.



## Решение о видах и степени технического и прочего обслуживания в пред- и послепродажный периоды

---



В предпродажный период тех. обслуживания входит монтаж и первичная настройка кофемашин.



В послепродажное обслуживание входят ремонт по гарантии, ежемесячная чистка аппарата.



# Определение кол-ва товаров каждой серии и времени производства

---



## Кофе-капсулы:

- Серия Origins – 5 blends
- Серия Creations – 4 blends
- Серия Ristretto – 1 blend
- Серия Espresso – 2 blends
- Серия Lungo – 2 blends
- Серия Decaffeinato – 2 blends



## Кофемашины:

- Серия Momento – 3 модели
- Серия Zenius – 1 модель
- Серия Gemini – 2 модели
- Серия Aguila – 2 модели

## Определение кол-ва товаров каждой серии и времени производства

---



**2**

Кофе-капсулы 10 000 шт.



**45**

Aguila 3 шт.



**20**

Zenius 10 шт.



**30**

Gemini 5 шт.



**25**

Momento 4 шт.

## Определение порядка снятия с производства отдельных позиций или целых серий

---



В том случае, если производство аппарата более финансово не выгодно. Либо если аппарат по тех. качествам более не выгоден.



В том случае, если бленд устарел и не пользуется популярностью среди клиентов.



# Определение порядка включения новых позиций в ассортимент

---



В том случае, если было найдено более емкое и инновационное решение дизайна кофемашины.

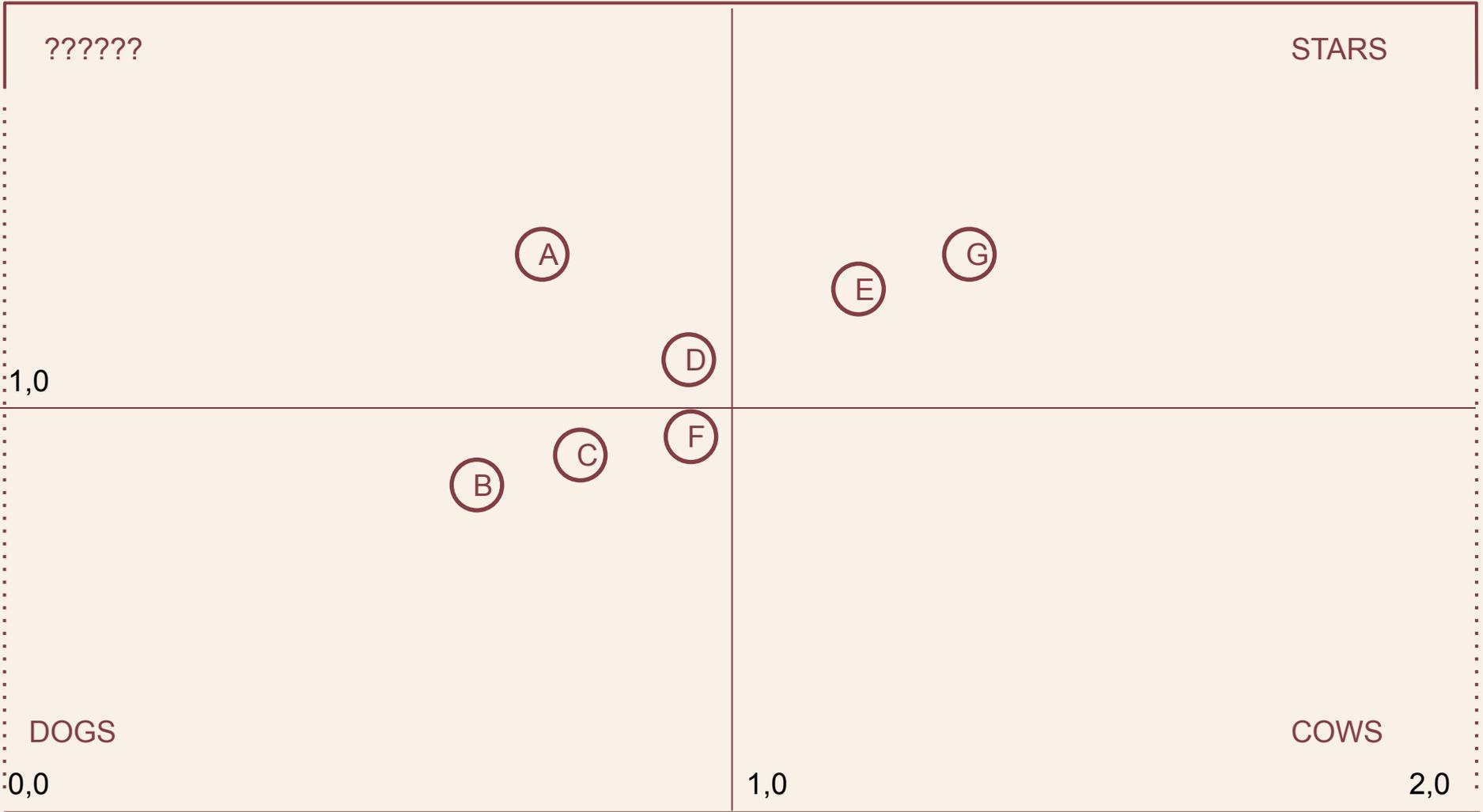


Периодическое обновление линейки вкусов



# Матрица БКГ

	СБЕ	Продажи млн. шт.	Кол-во конкурентов	Продажи 3-х глав. конкурентов	Отн. дол. рынка	Темп роста рынка, %
A	Капсулы Origins 100 шт.	10	22	10,3 / 12 / 9,8	0,82	1,24
B	Капсулы Creations 100 шт.	8.9	22	9,2 / 13 / 10,4	0,73	0,87
C	Капсулы Decaffeinato 100 шт.	6.7	11	7,8 / 5,4 / 4,7	0,86	0,92
D	Серия Momento	1	4	0,7 / 1,4 / 1,1	0,7	1,2
E	Серия Zenius	6	15	5,0 / 6,2 / 4,2	1,15	1,1
F	Серия Gemini	2.2	5	2,3 / 1,9 / 2,1	0,96	0,89
G	Серия Aguila	1.1	16	0,7 / 0,8 / 0,5	1,37	1,2



# Портфолио

---

# Анализ

Expresso Trade



Expresso Trade

Продукт	Объем продаж за 1 период тыс. р.	Объем продаж за 2 период тыс. р.	Относительная доля продукта рынка, d	Темп прироста
Lungo Leggero	61 500	71 500	1,18	0,16
Espresso Forte	58 500	60 500	0,85	0,03
Lungo Forte	49 000	55 000	0,77	0,12
Espresso Vanila	40 000	49 500	0,69	0,24
Espresso Leggero	44 000	49 500	0,69	0,13
Espresso Caramel	42 500	38 500	0,54	-0,09
Lungo Decaffeinato	29 500	33 000	0,46	0,12
Origin Guatemala	27 000	33 000	0,46	0,22

Продукт	Объем продаж за 1 период тыс. р.	Объем продаж за 2 период тыс. р.	Относительная доля продукта рынка, d	Темп прироста
Ristretto Intenso	24 000	27 500	0,38	0,15
Origin Brazil	31 500	27 500	0,38	-0,13
Origin India	19 000	22 000	0,31	0,16
Origin India	19 000	22 000	0,31	0,16
Bianco Intenso	11 500	16 500	0,23	0,43
Bianco Delicato	12 000	16 500	0,23	0,38
Congo Organic	13 500	16 500	0,23	0,22
Origin Peru Organic	18 000	11 000	0,15	-0,39

# Итоговые Значения

500 000

**SV1**

Объем продаж за 1  
квартал тыс. р.

0,12

**SRT**

Средняя величина  
темпа прироста

0,49

**SRd**

Средняя доля  
рынка

550 000

**SV2**

Объем продаж за 2  
квартал тыс. р.

- 0,39

**MINT**

Минимальный темп  
прироста

0,15

**MINd**

Минимальная доля  
рынка

1,94

**ST**

Общая величина  
темпа прироста

0,43

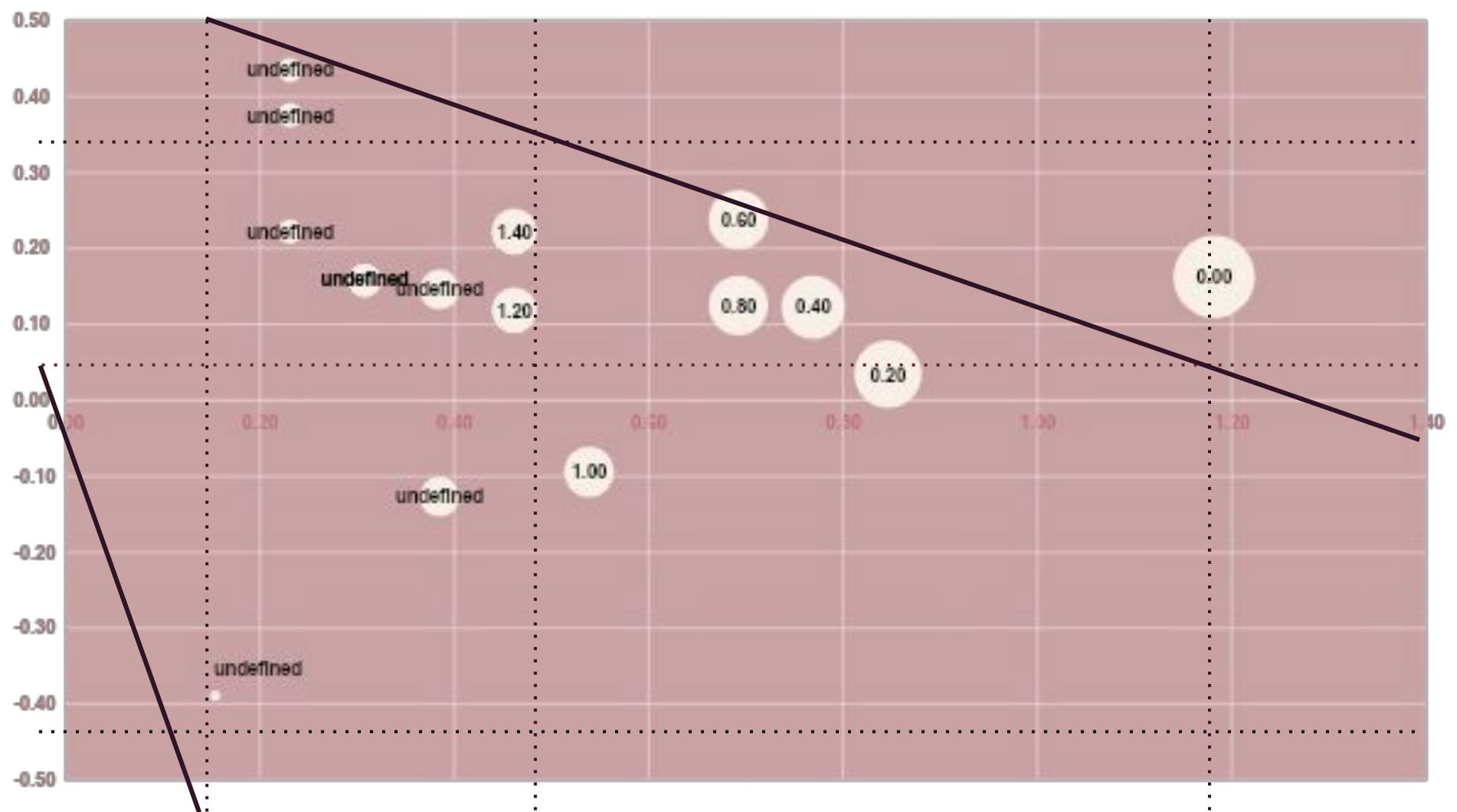
**MAXT**

Максимальный темп  
прироста

1,18

**MAXd**

Максимальный доля  
рынка



# Выводы

---

## ■ Зона 1. Аутсайдеры.

В этой зоне отсутствуют продукты. Слабых мест в ассортименте нет. Кандидатов на удаление нет.

## ■ Зона 2. Лидеры.

Располагается Lungo Leggero. Является лидером продаж. Имеет высокий темп роста и значительную долю рынка. Необходимы инвестиции. Скученности товаров не наблюдается.

## ■ Зона 3. Коридор.

Сосредоточено 94% ассортимента. Продукция стабильна, не требует инвестиций.

# ABC-Анализ

## Expresso Trade

Expresso Trade



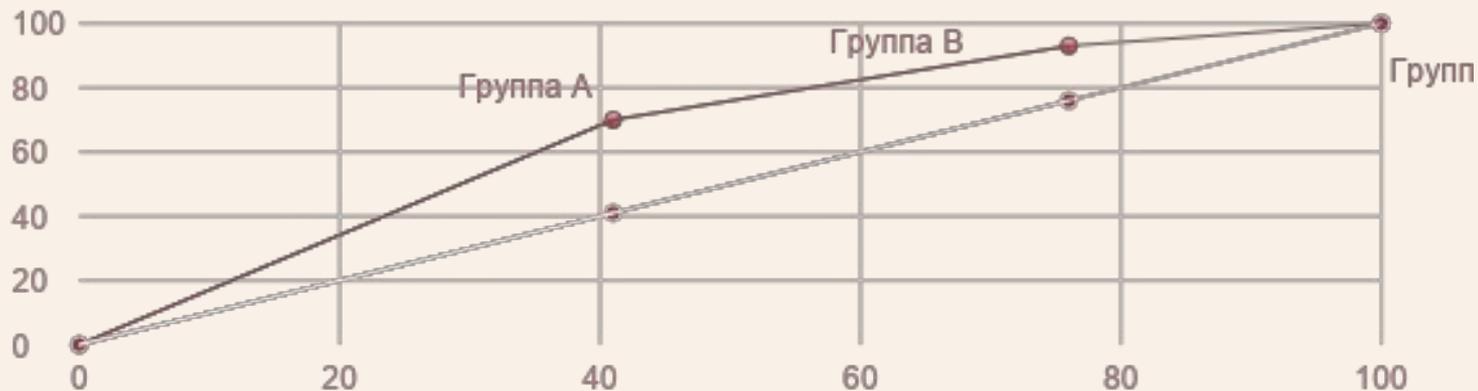
Expresso Trade

№	Заказчик	Объём продаж, тыс. рубю	Уд. вес в совокупном объеме продаж, %	Уд. вес в совокупном объеме продаж нарастающим итогом, %	Уд. вес численности клиентов нарастающим итогом, %	Группа
1	РЖД	79 587	14,47%	14,47%	5,88%	A
2	Аэрофлот	77 753	14,14%	28,61%	11,76%	A
3	Cofix	61 905	11,26%	39,86%	17,65%	A
4	Шоколадница	44 618	8,11%	47,98%	23,53%	A
5	Рыба Моя	44 384	8,07%	56,04%	29,41%	A
6	Starbucks	40 407	7,35%	63,39%	35,29%	A
7	Harvest	36 970	6,72%	70,11%	41,18%	A
8	Raddison Украина	27 678	5,03%	75,15%	47,06%	B

№	Заказчик	Объём продаж, тыс. рубю	Уд. вес в совокупном объеме продаж, %	Уд. вес в совокупном объеме продаж нарастающим итогом, %	Уд. вес численности клиентов нарастающим итогом, %	Группа
9	Mi Home Росгартен	22563	4,10%	79,25%	52,94%	В
10	Valo Plaza	19727	3,59%	82,83%	58,82%	В
11	Кофе Хауз	19691	3,58%	86,42%	64,71%	В
12	Corinthia	19246	3,50%	89,91%	70,59%	В
13	CoffeeShop Company	17685	3,22%	93,13%	76,47%	В
14	Cinnabon	15310	2,78%	95,91%	82,35%	С
15	Birch	10513	1,91%	97,82%	88,24%	С
16	Costa Coffee	6620	1,20%	99,03%	94,12%	С
17	КайзерХоф	5343	0,97%	100,00%	100,00%	С

Группа	Уд. вес в совокупном объеме продаж,%	Уд. вес в совокупном объеме продаж нарастающим итогом,%	Количество по полю Заказчик	Уд. вес от общего числа клиентов %	Уд. вес от общего числа клиентов нарастающим итогом, %
A	70%	70%	7	41%	41%
B	23%	93%	6	35%	76%
C	7%	100%	4	24%	100%

# Выводы и график



Основные клиенты – это крупные в своей среде компании, они представляют 70% оборота. Прямые продажи

**Группа А составила  
41%**

Компании пришедшие по рекламе, дают 23% оборота. Могут стать новой группой А.

**Группа В составила  
35%**

Дают 7% оборота, пришли по привлекательной цене, их легко потерять, вряд ли перейдут в группу В

**Группа С составила  
24%**

# Выводы Анализ региона

## Калининград

В данном регионе у нас мало заказчиков. Отели КайзерХоф, Mi Home Росгартен и сетевые кофейни. Заказчики из данных регионов являются выходцами из группы В и С. Данный регион, на данный момент является нашим способом расширять рынки.

## Санкт-Петербург

Важный регион, примерно 30%, не считая сетевые заведения, заказчиков находятся именно здесь и занимают твердые позиции в В категории. Большинство заказчиков являются потенциальными кандидатами для перехода в группу А.

## Москва

Наиболее важная часть нашего бизнеса. 90% из группы А находятся в Москве. Следует делать основной упор на развитие, а также уделять наибольшее внимания. Так же в данном регионе концентрируется около 50% наших клиентов

# ABC-Анализ

## Группы В

Expresso Trade



Expresso Trade

№	Заказчик	Объём продаж, руб	Уд. вес в совокупном объеме продаж,%	Уд. вес в совокупном объеме продаж нарастающим итогом,%	Уд. вес численности клиентов нарастающим итогом,%	Группа
1	Raddison Украина	27678	22%	22%	17%	BA
2	Mi Home Росгартен	22563	18%	40%	33%	BA
3	Valo Plaza	19727	16%	55%	50%	BA
4	Кофе Хауз	19691	16%	71%	67%	BA
5	Corinthia	19246	15%	86%	83%	BB
6	CoffeeShop Company	17685	14%	100%	100%	BC

Группа	Уд. вес в совокупном объеме продаж, %	Уд. вес в совокупном объеме продаж нарастающим итогом, %	Уд. вес от общего числа клиентов %	Уд. вес численности клиентов нарастающим итогом, %	Количество Заказчиков
BA	71%	71%	67%	67%	4
BB	15%	86%	17%	83%	1
BC	14%	100%	17%	100%	1

# Выводы и график



Основные клиенты – претенденты на переход в группу А, приносят 71% оборота в группе, в основном это отели

**Группа ВА составила  
67%**

Новый клиент, приносит около 15% процентов прибыли в группе, вполне вероятно может перейти в группу А

**Группа ВВ составила  
17%**

Сетевой клиент, приносит 14% прибыли, близко находится по отношению к подгруппе ВВ, на грани перехода в группу С

**Группа ВС составила  
17%**

# Анализ причин Ухода клиентов

Expresso Trade



Expresso Trade

№	Клиент	Объем закупок тыс. руб.	Причина отказа от услуг	Текущий поставщик	Существующее положение на рынке		
					Ушел с рынка	Осталось на прежнем уровне	Динамично развивается
1	CoffeeShop Company	17 685	Срыв поставок	Nespresso		+	
2	Шоколадница	44 618	Личный конфликт	Lavazzo			+
3	Birch	10 513	Негибкая ценовая политика	Nespresso		+	

№	Клиент	Коммерческое предложение	План коммуникаций	Ответственный сотрудник
1	CoffeeShop Company	<ul style="list-style-type: none"> <li>Адаптировать доставку под персональные запросы клиента.</li> <li>3 доставки в месяц со скидкой 30%.</li> <li>Выделить команду из 3 человек, которые будут отвечать за логистику для клиента.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Переписка</b> – не реже 1 раза в неделю.</li> <li><b>Звонки</b> – не реже 1 раза в неделю.</li> <li><b>Личные встречи</b> – 2 раз в месяц. 1 формальная встреча в офисе клиента. 1 неформальная встреча.</li> </ul>	Дмитрий Шаев. Старший менеджер по работе с B2B клиентами.
2	Шоколадница	<ul style="list-style-type: none"> <li>Персональный менеджер по логистике.</li> <li>Скидка на кофе 10%.</li> <li>Корпоративные подарки топ-менеджменту клиента.</li> <li>Организация совместных мероприятий с клиентом.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Переписка</b> – не реже 1 раза в 2 недели.</li> <li><b>Звонки</b> – не реже 1 раза в неделю.</li> <li><b>Личные встречи</b> – 3 раза в месяц. 2 формальных встречи в офисе клиента. 1 неформальная встреча.</li> </ul>	Артём Мартьянов. Менеджер по работе с B2B клиентами.
3	Birch	<ul style="list-style-type: none"> <li>Скидка на кофе 15%.</li> <li>Бесплатное обслуживание кофемашины при аренде.</li> <li>Скидка на аренду кофемашины 5%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Переписка</b> – не реже 2 раз в 3 недели.</li> <li><b>Звонки</b> – не реже 1 раза в 2 недели.</li> <li><b>Личные встречи</b> – 1 раз в месяц. Чередовать формат встречи (формальный/неформальный).</li> </ul>	Андрей Ковалёв. Менеджер по работе с B2B клиентами.

# Схема Ценообразование Я

Expresso Trade



Expresso Trade

## Nespresso

Прайсовая цена	<b>Отпускные цены.</b> Фактическая цена реализации товара: акцизы + НДС
Базовый набор опций	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Базовые опции:</b> резервуар для воды (2/3 л.), емкость контейнера для использованных капсул, автоматический контроль объема кофе в чашке, автоматическое отключение, помпа высокого давления (16-19 бар), запрограммированные рецепты (3 шт.)</li><li>• <b>Дополнительные опции:</b> резервуар для молока, горячая вода для приготовления чая, дополнительный резервуар для воды, дополнительная емкость для использованных капсул, дополнительный варочный узел, запрограммированные рецепты (7-12),</li></ul>
Единица ценообразования	<ul style="list-style-type: none"><li>• Кофе-капсулы – от 30 р. / шт.</li><li>• Кофемашины Zenius – от 33 000 р. / шт.</li><li>• Кофемашины Momento (до 2 варочных узлов и возможно молочное решение) – от 114 990 р. / шт.</li><li>• Кофемашины Gemini (2 варочных узла) – от 108 000 р. / шт.</li><li>• Кофемашины Aquila (до 4 варочных узлов) – от 880 000 р. / шт.</li></ul>
Условия оплаты	<ul style="list-style-type: none"><li>• По факту отгрузки</li><li>• Скидки</li></ul>
Формы оплаты	<ul style="list-style-type: none"><li>• Лизинг</li><li>• Банковский перевод</li></ul>

# Ценовая Матрица



The diagram features a price matrix table. To the left of the table is a vertical axis with an upward-pointing arrow, labeled 'Объем закупки' (Purchase Volume). Below the table is a horizontal axis with a rightward-pointing arrow. The table itself is a 4x4 grid. The first three rows represent different purchase volume categories, and the fourth row represents different payment terms. The first three columns represent different payment terms, and the fourth column represents different purchase volume categories. The values in the table are as follows:

Более 500 шт.	1100	1250	1350
От 250 до 500 шт.	1250	1350	1450
Менее 250 шт.	1350	1450	1700
	Предоплата 60%	По факту	Отсрочка на 30 дней

# Ценовые Стратегии

Expresso Trade



Expresso Trade

# 1. Стратегия установления цен на новые товары

## Стратегия «прочного внедрения» («прорыв на рынок»)

- Рынок достаточно чувствителен к цене, поэтому установление низкой цены приведет к его расширению.
- По мере роста объема продаж ожидается снижение затрат на производство продукции и логистику.
- Низкая цена должна помочь в укреплении конкурентоспособности компании.

## 2. Стратегия ценообразования в рамках товарной номенклатуры

### Установление цен в рамках товарного ассортимента

- Имеется несколько товарных групп, внутри которых существует ценовой интервал между товарами с разными характеристиками.
- Наши продукты не предусматривают дополнительных товаров. Нет возможности купить кофемашину и отдельно дополнить ее какими-то характеристиками. Все идет в комплекте.

### 3. Стратегия корректирования цен

#### Установление цен со скидками и зачетами

- Наши товары имеют строго определенные цены, единые для регионов и клиентов.
- Варианты предлагаемых скидок и зачетов:
  - Скидка за кол-во закупаемого товара
  - Зачеты за продвижение товаров

## 4. Стратегия инициативы или ответа на изменение цены

### Инициативное повышение цен

- Так как компания хорошо зарекомендовала себя на рынке, как надежного поставщика эксклюзивного кофейного решения, нет необходимости ориентироваться в цене строго на решения конкурентов и потребителей.
- Инициативы в повышении цен происходят по необходимости, ввиду объективных причин с учетом экономической обстановки и возможностей производства.

# Ценовая Тактика

Expresso Trade



Expresso Trade

# УСТАНОВЛЕНИЕ ЦЕН СО СКИДКАМИ

На данный момент на рынке капсульного кофе 4 крупных игрока, который влияют на цены на рынке

Цены не подвержены изменениям, так как продукт не сезонный и мало игроков на рынке

Товар, который сильно зависит от эмоций. Выбор данного товара производится досконально и с использованием критериев оценки

Товар имеет смысл продвигать при помощи скидок на товар, а также при помощи пост-продажного сервиса



# Цена на Товар

Expresso Trade



Expresso Trade

# Расчет оптимальной цены товара

Способ расчета себестоимости	Общая сумма расходов в месяц, р.	Сумма переменных затрат, р.	Сумма постоянных затрат, р.	Целевой объем продаж, шт.	Затраты компании на 1 ед. товара, р.
1 – На основе знания общих затрат компании и объема продаж конкурента	7 000 000			80 000	1150

# Расчет цены условного товара на основе цен конкурентов

Конкурененты	Ценовая политика конкурента	Ценовой коэффициент	Цена конкурентов, р.	Цена товара компании, р.	Ценовой коридор, р.
Nespresso	На 5% выше	1,05	1550	1627,5	1590 - 2440
Lavazza	На 22% выше	1,22	2000	2440	
Starbucks	На 5% выше	1,05	1515	1590	

# Расчет цены условного товара на основе воспринимаемой ценности

Конкурененты	Воспринимаемая ценность (ВЦ), р.	Реальная ценность (РЦ), р.	Разница между ВЦ и РЦ, %
Nespresso	1500	1550	3,3
Lavazza	2170	2000	-7,8
Starbucks	1470	1515	3,1
<b>Условная компания</b>	1600	1750	9,4

# Расчет коэффициента розничной наценки условного товара методом «снизу вверх»

НДС	Наценка дилера	Наценка заведения	Пошлины	Коэффициент розничной наценки
20%	5%	11%	8%	1,44

# Расчет коэффициента розничной наценки условного товара методом «сверху вниз»

Розничная цена 1	Розничная цена 2	Розничная цена 3	Средняя розничная цена	Отпускная цена	Коэффициент розничной наценки
1 550	1700	1600	1 617	1123	1,44

# Расчет цены условного товара

Показатели	Цена конкурента	Цена потребителя	Цена компании	Итоговая цена
Себестоимость за 1 ед. товара руб.	1 150	1 150	1 150	1 150
Отпускная цена за 1 ед. товара руб.	1 694	1 215	1 532	1 328
Коэффициент розничной наценки	1,44	1,44	1,44	1,44
Цена для потребителя, руб.	2 440	1 750	1 550	1 913
Рентабельность, %	32	5	25	13
Прибыль с 1 ед. товара руб.	544	65	382	178

# Выводы



## Итоги расчетов

1. Себестоимость продукта составит – 1 150 рублей
2. Отпускная цена составит – 1 328 рублей
3. Коэффициент розничной наценки составит – 1,44
4. Розничная цена – 1 913 рублей
5. Рентабельность составит 13%
6. Прибыль с одного товара составит 178 рублей

