

Бизнес план

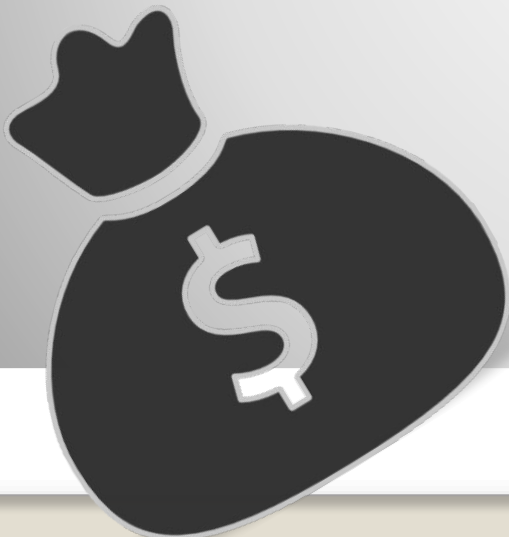
Кафе- Чебуречная «Советских Времен»
Выполнил: Малько В.
Иваненко И.

Предприятие ООО Кафе-чебуречная «Советских Времен» является обществом с ограниченной ответственностью, сокращенное название ООО «Кафе-чебуречная». Так как именно этот вид правовой формы дает своим учредителям целый ряд преимуществ:

- затраты на учреждение и управление намного ниже, чем в других обществах;
- каждый компаньон рискует только суммой, не превышающей его основной вклад;
- все основные решения будут приниматься на общем собрании компаньонов



Ценовая политика ориентирована на потребителей со средним уровнем дохода. В силу того, что предприятий общественного питания подобного уровня в данном районе нет, и ниша, на которую будет ориентировано кафе, практически свободна, серьезной конкурентной борьбы не предполагается.



Кафе-чебуречная «Советских Времен» будет расположена на Гоголя 77, и прилегающие к ней районы.

Невысокая цена нашей продукции при неоспоримых отличных вкусовых качествах, безусловно, будет пользоваться спросом у людей со средним достатком. Для организации выпуска пищевой продукции необходимо будет получить необходимые гигиенический сертификат и сертификат соответствия.

Привлечение клиента

- Видео клипы
- Радиореклама
- Анкетирование
- Рекламные объявления в журналах и газетах
- Рекламные щиты на главных магистралях города
- Планируется отчислять на эти нужды до 5%



Скидки для клиентов Чебуречной «Советских Времен»

- Скидки 5% при покупке на сумму от 500 руб.
- постоянным клиентам – до 7% от стоимости;
- Скидки пенсионерам, инвалидам 1-й, 2-й групп, участникам ВОВ;
- Праздничные скидки и скидки на годовщины открытия фирм;
- Отслеживание потребностей рынка и адекватное реагирование на них;
- Проведение конкурсов и дегустаций продукции

Для достижения поставленных целей фирме Кафе-Чебуречная «Советских Времен» предстоит:

- создать положительный образ и высокую репутацию фирмы, как дисциплинированного продавца;
- расширять ассортимент выпускаемых товаров;
- вести гибкую ценовую политику;
- используя данные маркетингового исследования, принимать решения по выпуску товаров для неохваченной области рынка;
- не допустить появления конкурентов на данном рынке;
- искать пути снижения издержек.
- создать филиалы в отдаленных районах;
- принимать участие в благотворительных акциях;

Поставщики :

- ЗАО фирма «Агрокомплекс» поставщик мясной продукции.
- ООО «Риони-Юг» - поставщик свежей зелени и овощей.
- ООО «РУЧЕЁК» - поставщик прохладительных напитков.
- ООО «Русская чайная компания» - поставщик кофе и чая.
- ООО «Перцов» - поставщик специй.

Спасибо за внимание