

«Апельсин»



Молодёжное кафе



Участники проекта:

Варакина Ксения МОУ СОШ № 7

Туринцева Анна МОУ СОШ № 7

Стрелкова Светлана МОУ СОШ № 7

Содержание:

- Цель проекта
- Задачи проекта
- Краткое содержание проекта
- Анализ дел в отрасли
- Маркетинговый план
- Результаты опросов школьников

Цель проекта

1. Создание в Чебаркуле молодёжного кафе «Апельсин»



Задачи

проекта

1. Создать место работы для молодёжи города
2. Создать возможность подрастающему поколению заработать
3. Сократить количество беспорядков на улицах, ведь молодёжь сможет проводить свободное время, посещая это кафе, вместо того, чтобы слоняться без дела по улицам города.
4. Сделать Чебаркуль интересным, что бы молодёжь хотела остаться в родном городе

Суть проекта

Молодёжное кафе «Апельсин» создаётся с целью быстрого и качественного обслуживания посетителей, оказания услуг, так нужных в городе в настоящее время. Сегодня создание молодёжного кафе может сыграть большую роль не только в жизни города, но и в жизни каждого человека в отдельности. Кафе может стать замечательным местом отдыха для молодёжи Чебаркуля, а так же дать возможность подрастающему поколению заработать.

Анализ дел в отрасли

В настоящее время проблема организации досуга молодёжи в городе является актуальной и достаточно важной. Т.к в городе нет места отдыха для молодого населения, по данным опроса 83% молодёжи города предложили открыть в городе новое, современное место отдыха для подростков. Из них, 81% заявили, что готовы посещать кафе, как в качестве посетителей, так и работать там, в свободное время. Так же, опрос показал, что молодёжь не посещает кафе и пиццерии города, потому что цены в этих заведениях настолько большие, что подростки просто не могут себе этого позволить.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что появление специализированного молодёжного кафе с высоким качеством предлагаемых блюд, высоким уровнем досуга и средней ценой удовлетворит существующий на сегодняшний день спрос в городе.

Потенциальными клиентами проектного кафе «Апельсин» являются молодые люди (школьники и студенты), работающие люди во время обеденного перерыва, молодые семьи с детьми.

Основные конкуренты: пиццерия «Базилио», кафе «Малахит», кафе «Маяк», кафе «Светлана», кафе «Бонифаций», кафе «Сударь», Кафе ООО «Тройка», кафе «Сова», Кафе-бар «Бистро», Кафе-бар «Стрекоза», Кафе «Трактир у Фёдора». Но дело в том, что эти заведения привлекают скорее взрослых людей, за исключением «Бонифаций», сюда, напротив, ходят только маленькие дети.

Проанализировав основных конкурентов можно сделать следующий вывод: Все данные предприятия нацелены на разные слои населения, но при этом большой процент остался не охваченным - это молодежь. Т.к новое кафе займет пустующую нишу на рынке, то серьёзной конкурентной борьбы не предполагается, культурная насыщенная программа кафе будет способствовать неугасающему спросу со стороны молодого населения.

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ: Интерьер, Wi-Fi точка, система кондиционирования, музыкальное оформление, хорошая реклама, молодые, перспективные кадры, квалифицированный персонал, новое оборудование, доступные цены, организован досуг молодёжи, предоставление рабочих мест подросткам.

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ:

- Несформировавшийся имидж кафе, недостаточный управленческий опыт, нет постоянных клиентов.

Маркетинговый план

Стратегия маркетинга предполагает использование в перспективе системы скидок: к дням рождения посетителей, комплексные обеды, во время «Недели скидок» на определённый продукт.

В рамках программы стимулирования покупательского спроса планируется проведение следующих мероприятий:





1. Мероприятия, направленные на привлечения покупателей при открытии кафе и первых двух месяцах работы: извещение об открытии кафе, размещённое на двух рекламных носителях, организация праздника в день открытия кафе с привлечением профессиональных актёров-клоунов, проведением конкурсов и раздачей подарков, организация молодёжных вечеров в дни школьных каникул; размещение информации об открытии кафе и проведении детских утренников с средствах массовой информации.

2. Мероприятия,
направленные на
стимулирование спроса
покупателей в течение
остального времени
работы кафе: выход с
рекламными
листовками в школы,
училища города;
информирование
покупателей о
проведении различных
акций и скидках на
специальном стенде
внутри кафе

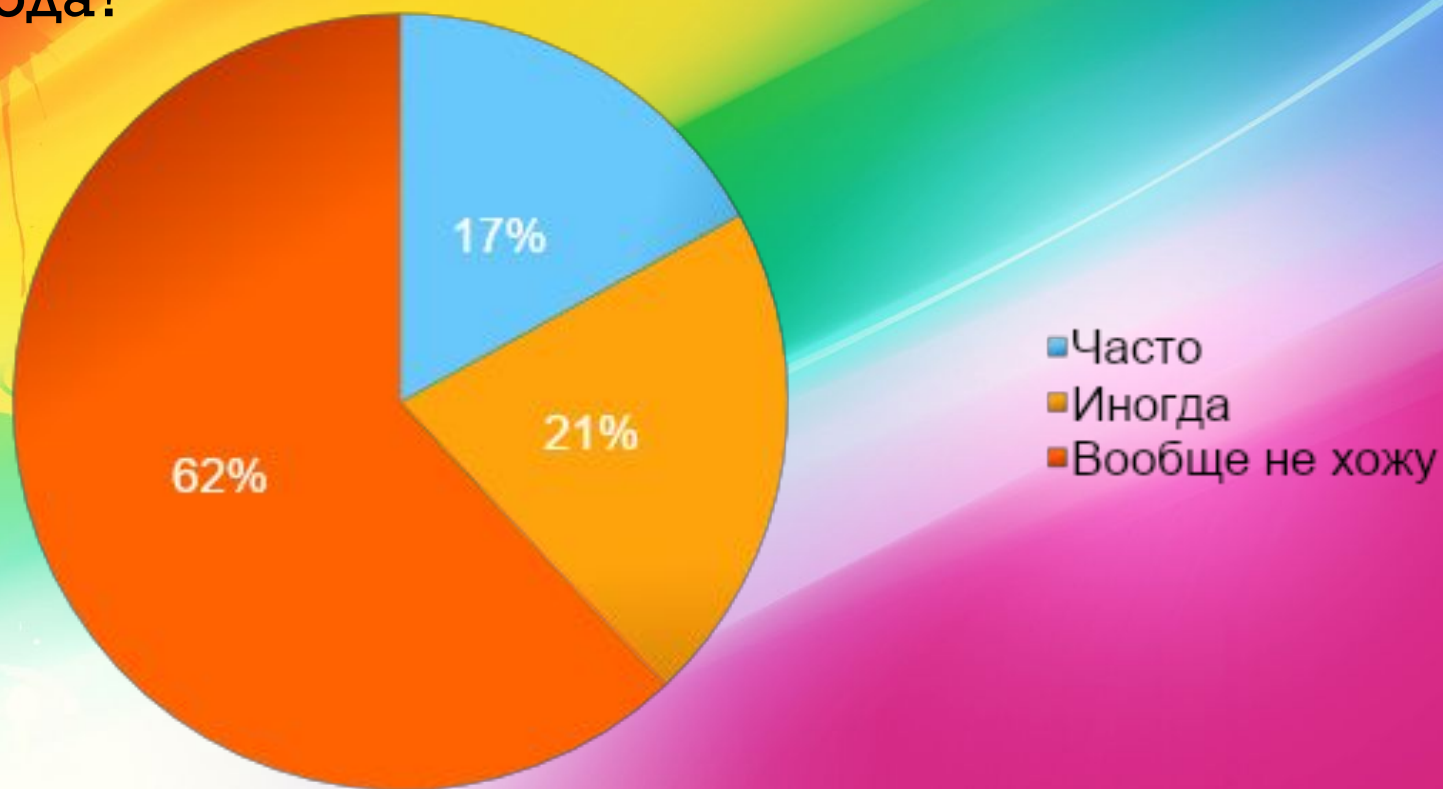


В ходе маркетинговых исследований была опрошена молодёжь города по следующим вопросам:

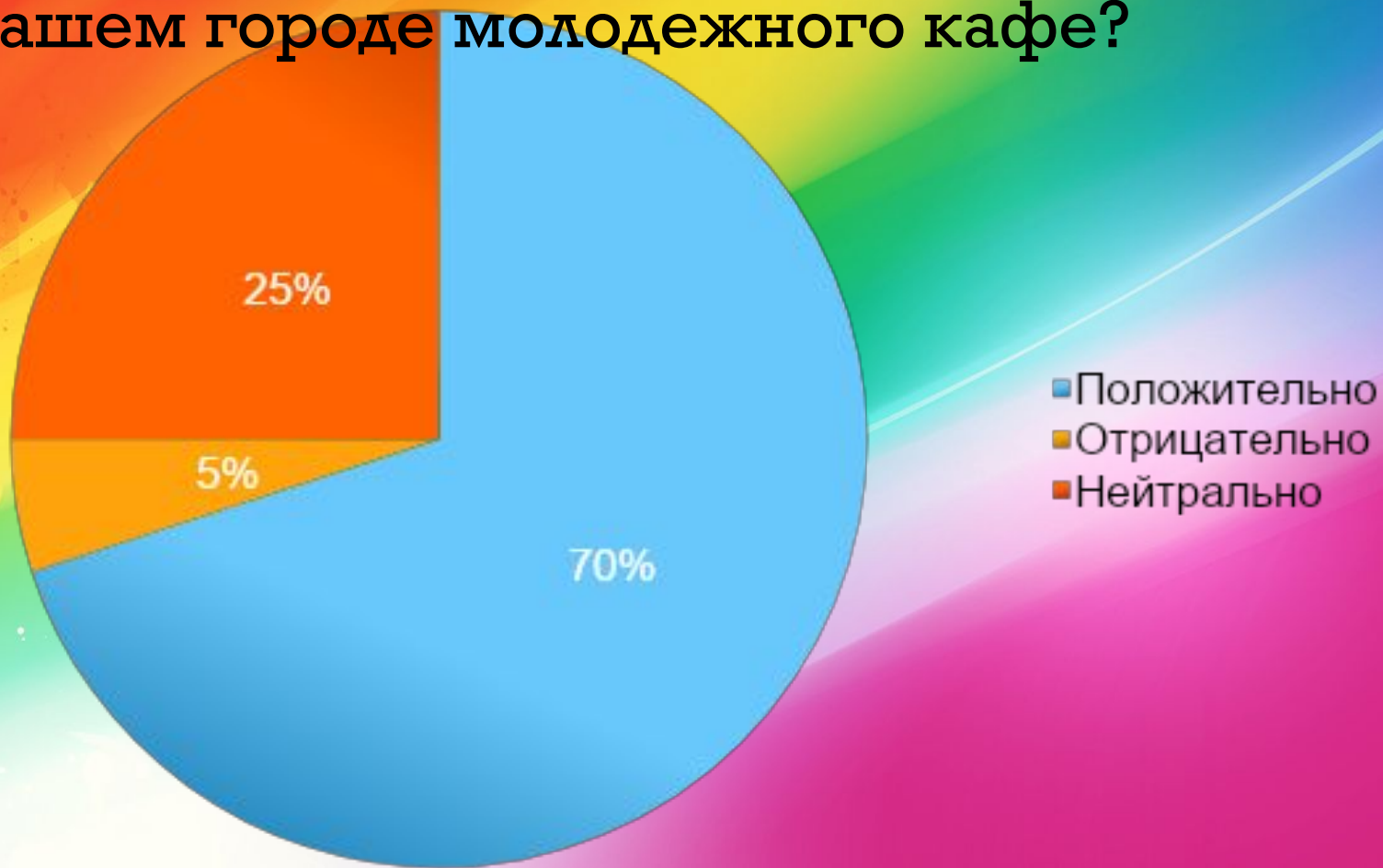
- Часто ли вы посещаете кафе нашего города?
- Как вы относитесь к идее создания в нашем городе молодежного кафе?
- Вы хотели бы устроиться на работу в молодежное кафе?
- Какую цену Вы готовы заплатить за чашку кофе?

Результаты опроса

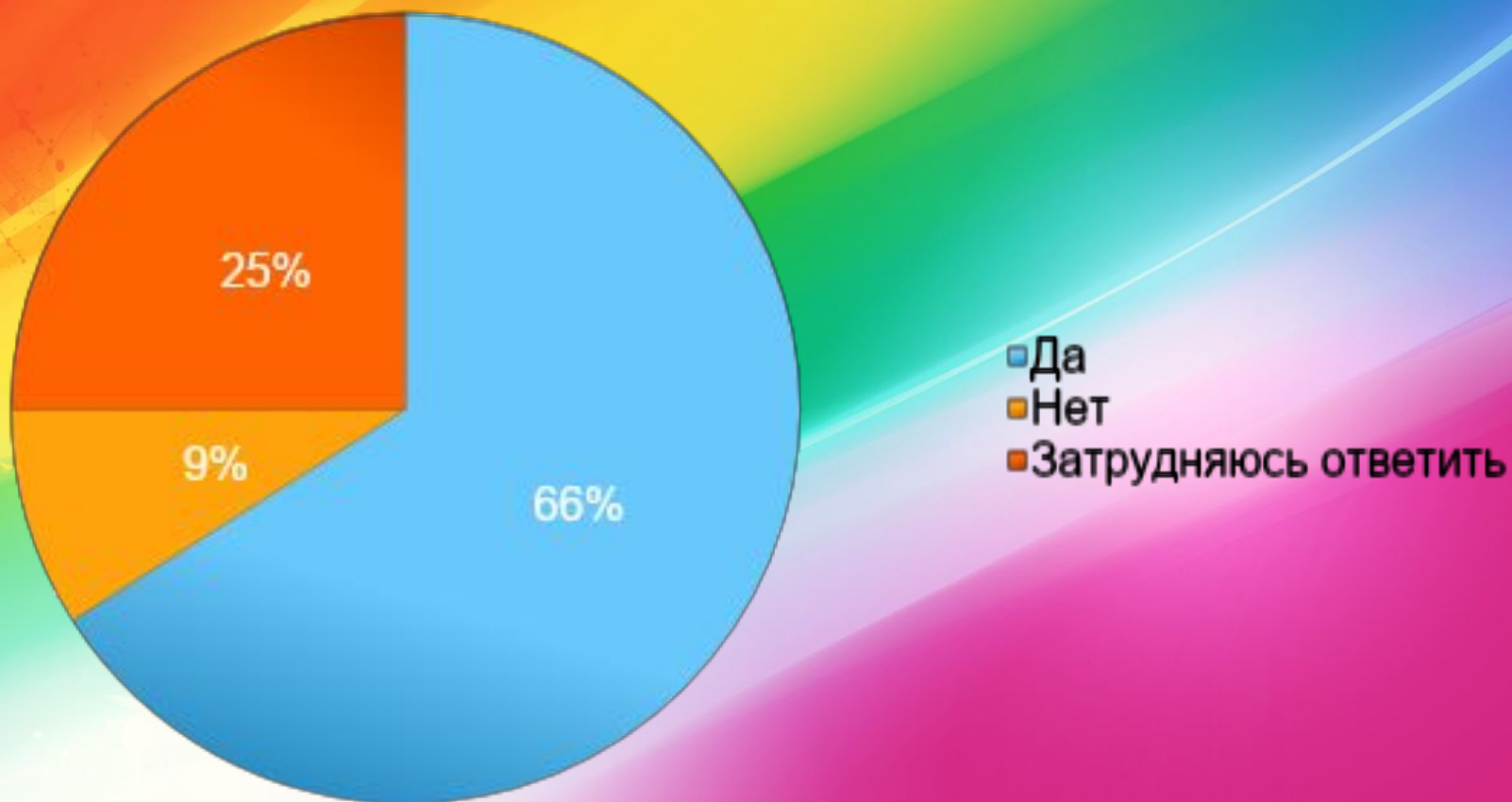
1) Часто ли Вы ходите в кафе нашего города?



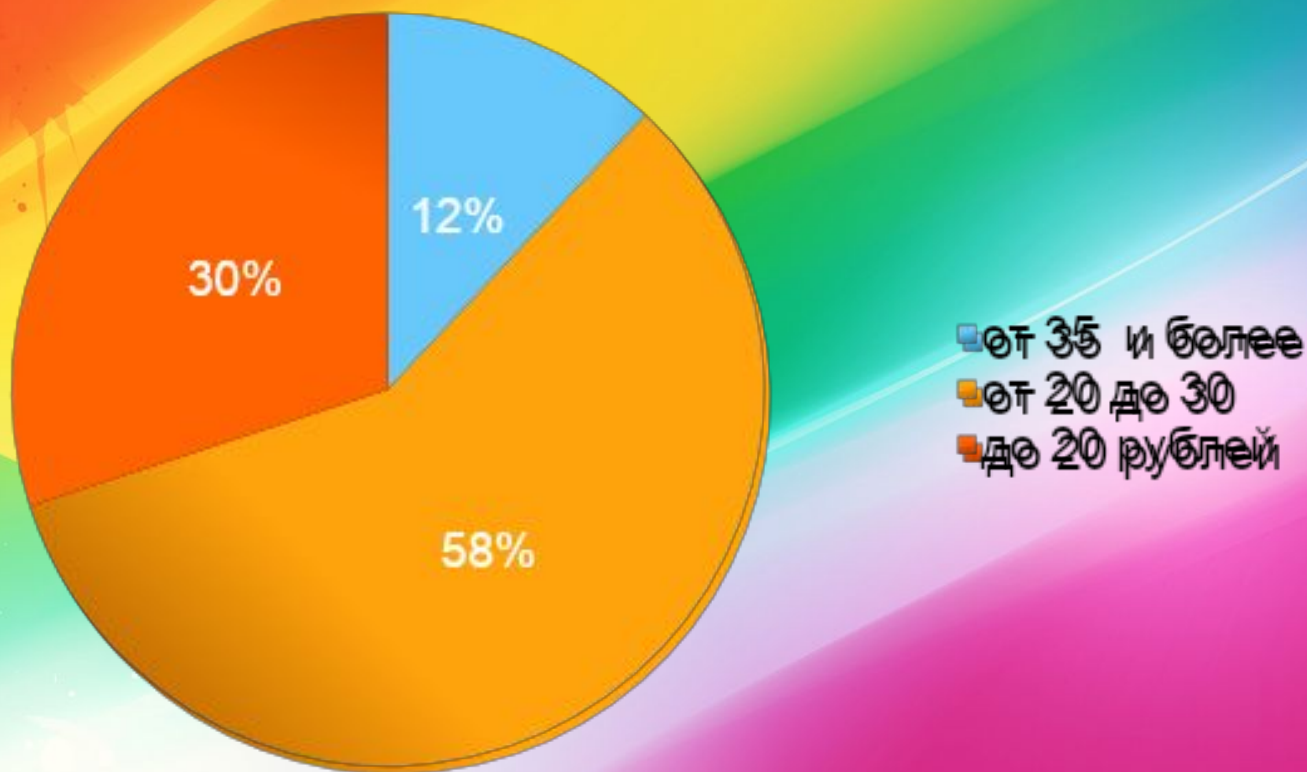
2) Как вы относитесь к идее создания в нашем городе молодежного кафе?



3) Вы хотели бы устроиться на работу в молодежное кафе?



4) Какую цену Вы готовы заплатить за чашку кофе?



ПЛАН ВОЗМОЖНЫХ мероприятий

- ✓ Дискотеки по выходным
- ✓ Свободный микрофон
- ✓ Тематические вечера
- ✓ Флеш-мобы и акции
- ✓ Просмотр спортивных матчей
- ✓ Конкурсно-развлекательные программы
- ✓ Концерты с участием приглашенных групп

Стоимость проекта

Общая стоимость проекта составляет 550 000 рублей.

Деньги на реализацию проекта планируется взять в кредит сроком на 1 год.

Срок окупаемости 8 мес.

Норма прибыли на конец года 30%

Чистый приведенный доход 179,300р.

Спасибо за внимание!
Приходите в наше кафе!