

# CAMÉLÉON

---

Натуральные смузи

Название- Caméléon. Логотип



*caméléon*

# Состав команды



Лиза - лидер нашего проекта, мотиватор



Даша-генератор идей, исполнитель



Катя - контролёр и координатор



Никита- SMM специалист

# Актуальность и проблемы, которые решает проект.

Многие люди в современном мире борются с проблемами лишнего веса и недостатка витаминов в организме. Но при этом, всё здоровое и правильное питание имеет высокую цену. Так как же быть людям, которые столкнулись с данными проблемами??

Caméléon поможет в этом! Наша продукция - смузи имеет минимальное количество калорий, насыщает витаминами, энергией, дарит хорошее настроение и бодрость-всё это по привлекательной цене

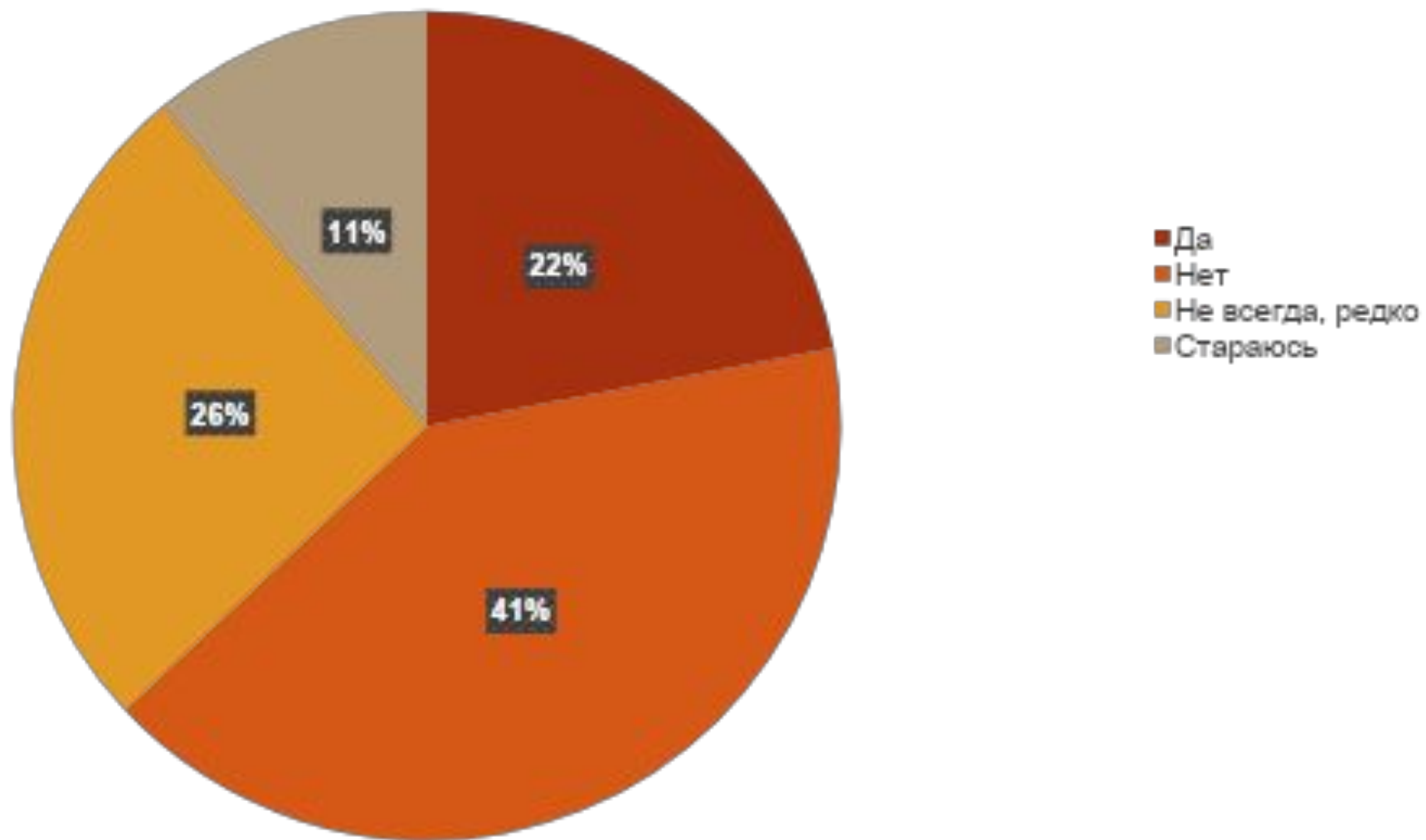


# Результаты интервью

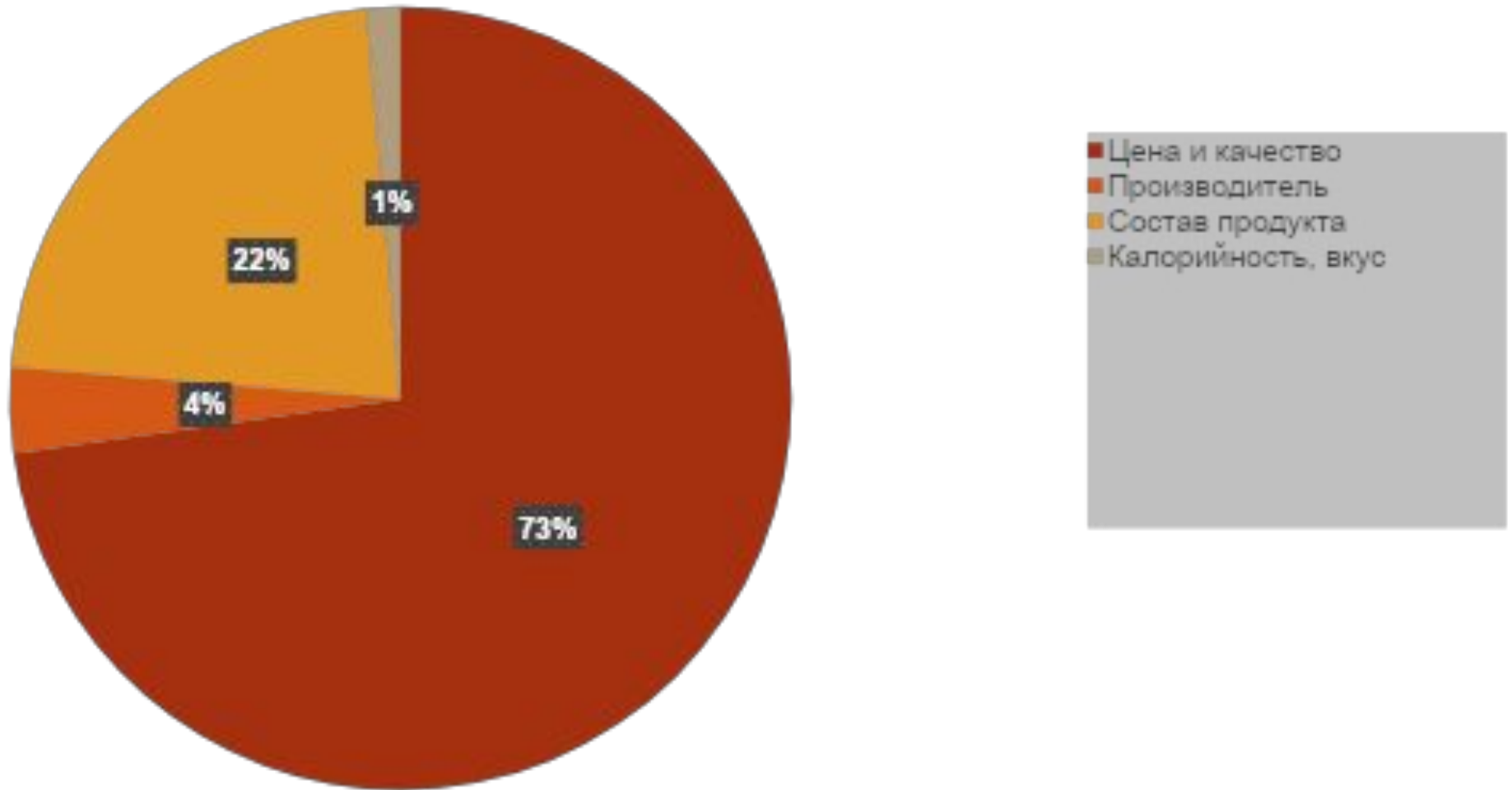
- Благодаря интервью мы подтвердили обозначенный нами ранее клиентский сегмент. Мы опросили больше 100 жителей Челябинска и узнали, как часто они посещают рестораны быстрого питания, придерживаются ли ЗОЖ, пробовали и понравился ли им смузи.
- Задав вопросы девушкам и парням, в возрасте от 16-21, выяснили следующее



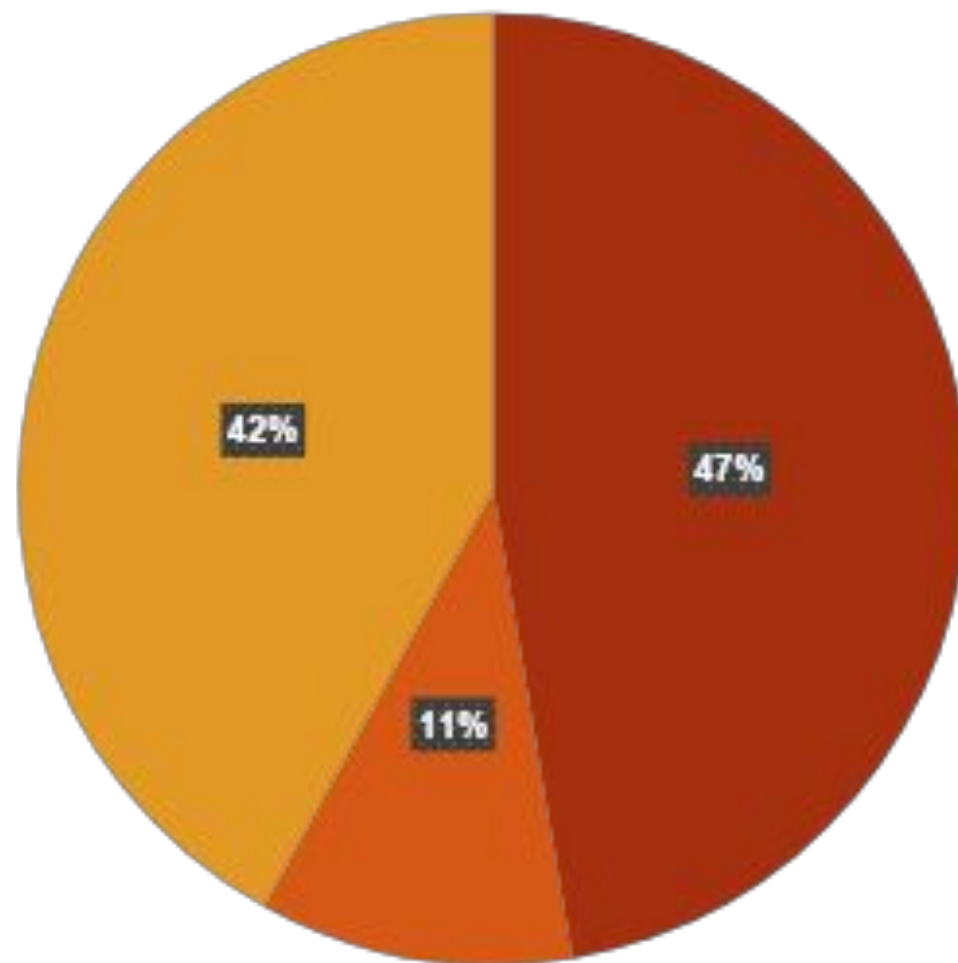
## Вы правильно питаетесь?



Что для вас имеет большее значение при покупке еды?



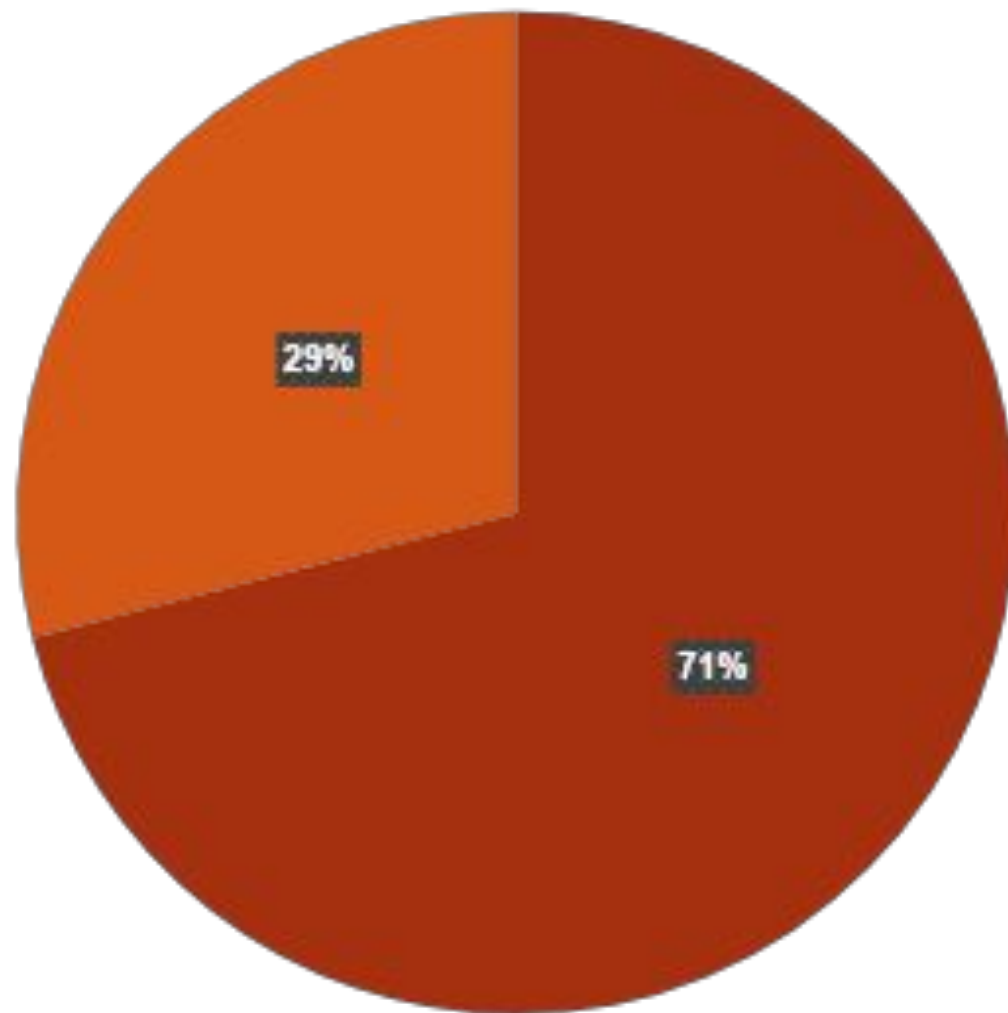
Часто ли вы питаетесь в ресторанах быстрого питания?



■ Да, часто  
■ Иногда  
■ Нет



Вы пробовали смузи?



# Ценностное предложение

## 1) Быстро

Среднем для приготовления смузи понадобится от 3 до 5 минут.

## 2) Выгодно

Средняя цена качественного кофе, 300 рублей - за 250мл, а наше смузи, за тот же объем - 150 рублей.

## 3) Питательно

Одним кофе не наешься, а наш смузи достаточно питательный и сытный.

## 4) Разнообразно

Любой клиент может сам выбрать сочетание ингредиентов. Так же мы предложим свои интересные идеи для смузи.

## 5) Натурально

Наш продукт полностью натурален и всегда состоит ТОЛЬКО из свежих овощей, фруктов и ягод.

## 6) Интересные предложения

Выгодные условия, система скидок, сезонные акции.



# Клиентские сегменты рынка

- Демографические показатели: Девушки и парни, 16-21 год,
- Семейное положение: свободны/ в отношениях, принадлежащие к любой этнической группе.
- Локация: Жители Челябинска
- Вид деятельности- школьники, студенты и работающие
- Психологический профиль- люди, которые в основном ведут правильный образ жизни, (или стараются).

Однако, потенциальными клиентами так же могут стать люди, не ведущие ЗОЖ, А просто те, кто любит вкусно покушать. Не исключено, что впоследствии «сотрудничества» с нами, они захотят перейти на правильное питание.



# Анализ ёмкости рынка

- Рынок в данном направлении не сильно развит, конкурентов практически нет.
- Договориться о сотрудничестве и продаже смузи в спортзалах, на тренингах, семинарах и мероприятиях, имеющих отношение к правильному питанию, мастер-классах и тд.



# Каналы сбыта

- Для привлечения клиентов и реализации товара мы воспользуемся следующими каналами сбыта:
- Точки продаж
- Онлайн- сервисы



# Издержки

- Непостоянная цена
- • Нестабильность поставок (пока нет определенного поставщика)
- • Возможность увольнения сотрудника, на место которого необходимо будет срочно найти замену;
- Возможно снижение спроса



# Для начала работы нам потребуется

- Помещение
- Начальные сырьевые ресурсы
- Оборудование

Команда сотрудников, знающих и любящих свое дело: бармен, финансист, продавец

