A top-down view of a white ceramic coffee cup on a matching saucer. The cup is filled with a dark brown coffee. A stream of white milk is being poured from the left into the cup, creating a frothy layer on top. A splash of milk is visible on the saucer to the right of the cup. The background is a plain, light-colored surface.

No-Q-Coffee

**Сервис по
предзаказу кофе**

Сервис, который помогает заказать кофе ко времени в любимой кофейне без очередей

Команда №23



Саша

Капитан команды

@sashylkaaa



Дима

*Химический
факультет*

@Daumon_way



Слава

*ФФФХИ
@slvvvka*



Катя

*Геологический
факультет*

@ktttea



Артур

*Физический
факультет
@Артур*

Проблематика

— Многие люди испытывают трудности в покупке кофе или вообще отказываются от кофе в кофейнях из-за необходимости стоять в очередях: не хватает времени, вызывает негативные эмоции, нет желания находиться в людных местах

— Страдают все: кофейни теряют потенциальных клиентов, любители кофе вынуждены тратить дополнительное время на приобретение напитка или отказываться от его приобретения

Что мы выяснили из детальных интервью с ЦА

70% респондентов отмечают, что они тратят на утреннюю очередь 10-15 минут, из-за чего часть из них периодически отказывается от посещения кофеен

20% среди опрошенных отметили, что посещали бы кофейни чаще, если бы не стояли в очередях; также потребители выразили интерес к предлагаемому сервису по заказу кофе заранее

Индикаторы проблемы

64% пользователей хотят стоять в очереди меньше

57% хотели бы сразу видеть весь ассортимент кофейни

100% кофейен используют для рекламы только витрины и сарафанное радио

50% кофейен хотели бы увеличить поток посетителей и уменьшить отток из очереди

Целевая аудитория

Люди, которые торопятся по утрам и не имеют кофемашину
(либо желание готовить кофе)

Портрет группы

Студенты
18 - 25 лет

Живут отдельно от родителей.
Не успевают с утра приготовить кофе.
Пользуются услугами кофеен с утра по пути в ВУЗ

Офисные работники
23 - 45 лет

Люди со средним и выше доходом (>500\$).
Не состоят в браке или отношениях.
Пользуются услугами кофеен утром и вечером



Важно сэкономить время, не важен вкус

Люди, которые не любят большие скопления людей, особенно в условиях пандемии



Важно не быть в толпе

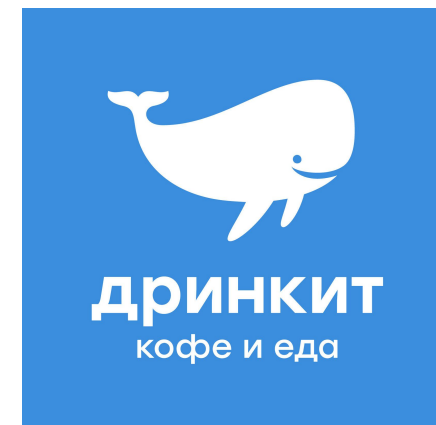
Как эту проблему решают сейчас?

Анализ конкуренции

> Аналог похожего приложения в Санкт-Петербурге, но они не вышли на рынок по причине не заинтересованности в проекте

> У многих кофеен есть свое локальное приложение, которое позволяет заказать кофе и еду с собой ко времени:

- Дринкит
- Яндекс.Лавка
- Cofix, Академия кофе и другие локальные приложения
- Попути



Яндекс  Лавка

cofix
fresh coffee. fixed price.



Что мы предлагаем

Клиентское приложение:

- Заказа кофе ко времени на вынос
- Рейтинговая оценка сервиса кофейни
- Доступ к полному меню кофейни
- Карта с доступными кофейнями и рейтингом

Приложение для кофейни:

- Прием заказов и их трекинг
- Анализ клиентского потока
- Чаевые и доступ к отзывам

УТП

Основное отличие нашего сервиса -
нет привязанности
к конкретной сети кофеен

Прототип

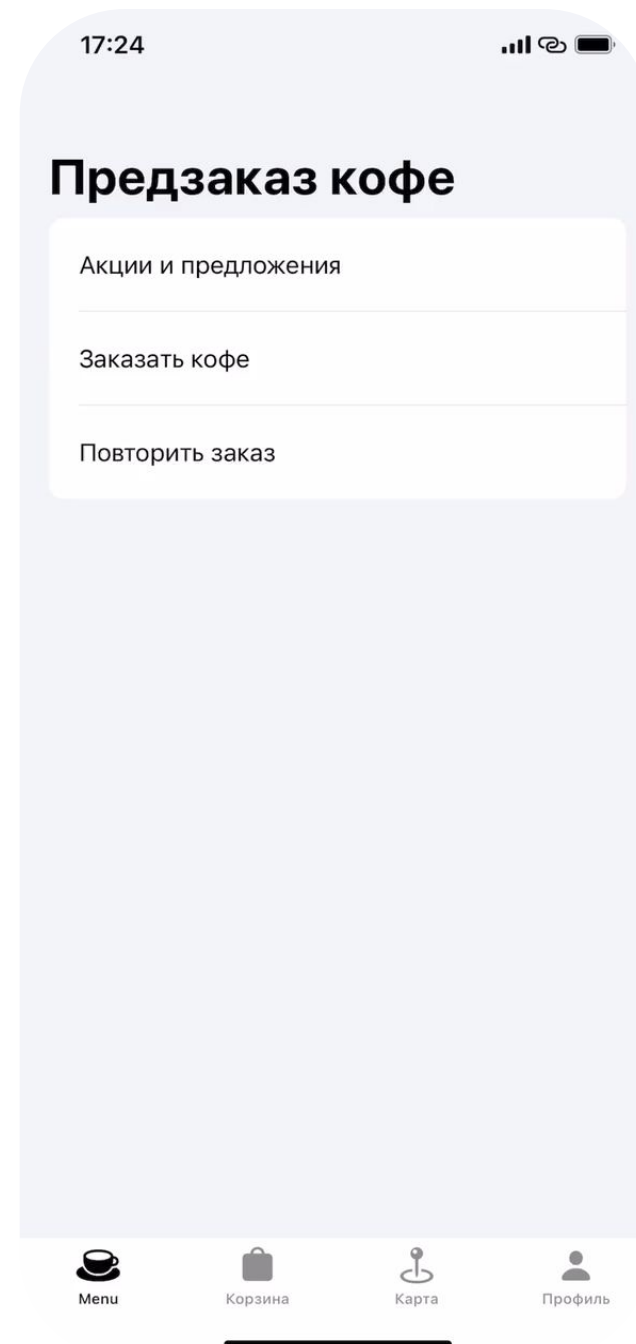
Заказывай где удобно!

*Система рейтинга и отзывов кофе-карты поможет
узнать, в чем преимущество кофейни*

*Выбери и настрой свой любимый напиток в пару
кликов, сразу оплатив заказ в приложении*



MVP



Поговорим о бизнес-модели и деньгах

Как будем расти

Прямые продажи

Маркетинг

Сарафанное радио

Источники дохода

- Источник дохода - Комиссия от транзакций через наше приложение
- 5% от суммы покупки - наш доход

Структура издержек

Основные расходы пойдут на привлечение новых людей в приложение

Издержки будут в поддержке сервера, маркетинге и налогах

Окупаемость проекта, ожидаемый результат от реализации

В течение нескольких месяцев проект окупается, затрат требуют только сервер и маркетинг

Средний чек 200 рублей 15%  новых пользователей комиссия  5%

С 1 кофейни ожидаемый доход 10,5 тыс. рублей в месяц

За первый год охватим 0,5% рынка кофеен - 19 штук - это доход 192,5 тыс рублей в месяц

За 5 лет внедрим до 10% рынка - 370 кофеен, что принесет 3847 тыс рублей в месяц

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Были подтверждены продуктовые гипотезы.

Основная гипотеза — люди хотят тратить меньше времени на очереди, а кофейни из-за очередей теряют клиентов

2. Выбрана модель маркетплейса с комиссией в 5%

Кофейни принимают и понимают эти условия

3. Проект окупается в течение полугода

Текущий статус проекта

Сделано

- Рабочее приложение, не опубликованное в App Store и Google Play
- Лендинг
- Договорённость с кофейнями о тестовом запуске
- Разработана стратегия выхода на рынок
- Разработан маркетинговый план и позиционирование

Надо сделать

- Провести тестовый запуск продукта в кофейнях
- Оценить результаты и скорректировать стратегию
- Зарегистрировать юридическое лицо
- Опубликовать приложение в магазинах приложений
- Запустить маркетинговый план

Appendix 1

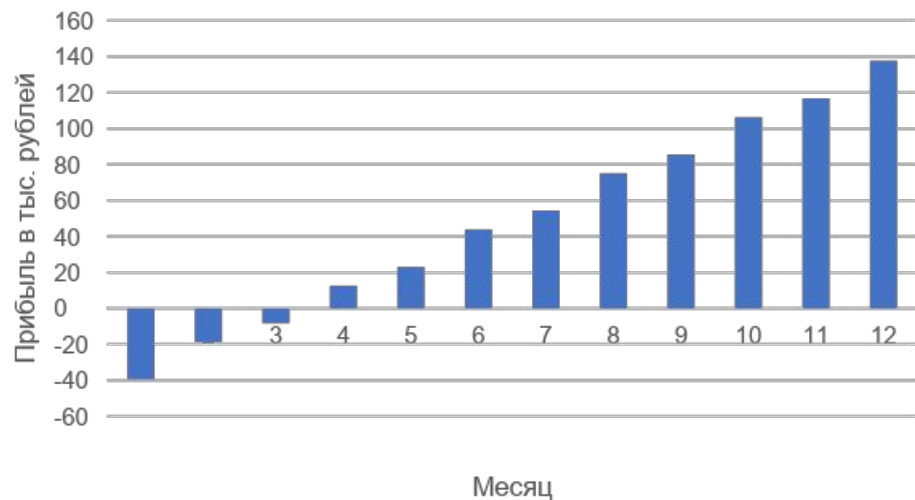
Параметр	Нынешние посетители	Новые посетители
Число людей в месяц	1500	236
Чашек на человека	4	4
Чашек в месяц	5890	925
Доля берущих на вынос	20%	100%
Чашек на вынос	1178	925
Средний чек	200	200
Оборот на вынос	235602	184947
Через приложение	10%	100%
Оборот в приложении	23560	184947
Комиссия	5%	
Доход	1178	9247
Итог	10425	

Appendix 2

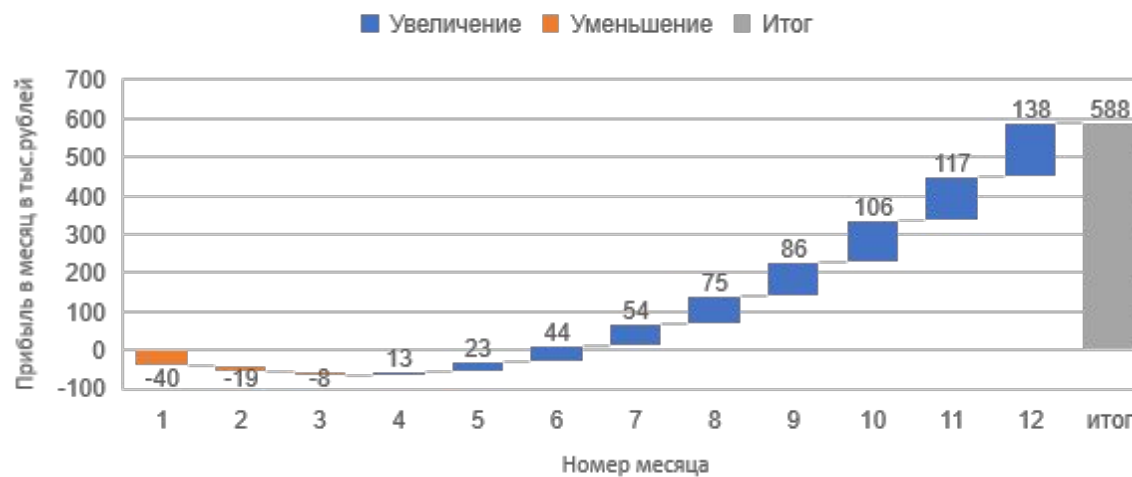
Год	1	2	3	4	5
Кофеен в приложении	18	36	55	73	92
Доход в год	1188494	3502931	5806941	8110952	10425389
Прибыль в год, рублей	588494	2902931	5206941	7510952	9825389
Маржинальность	50%	83%	90%	93%	94%

Appendix 3

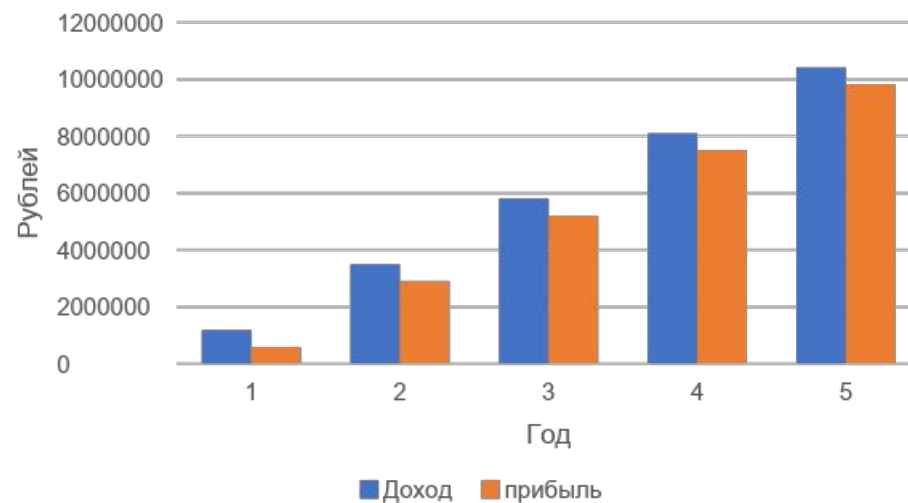
Прибыль в первый год



Финансовый план на первый год

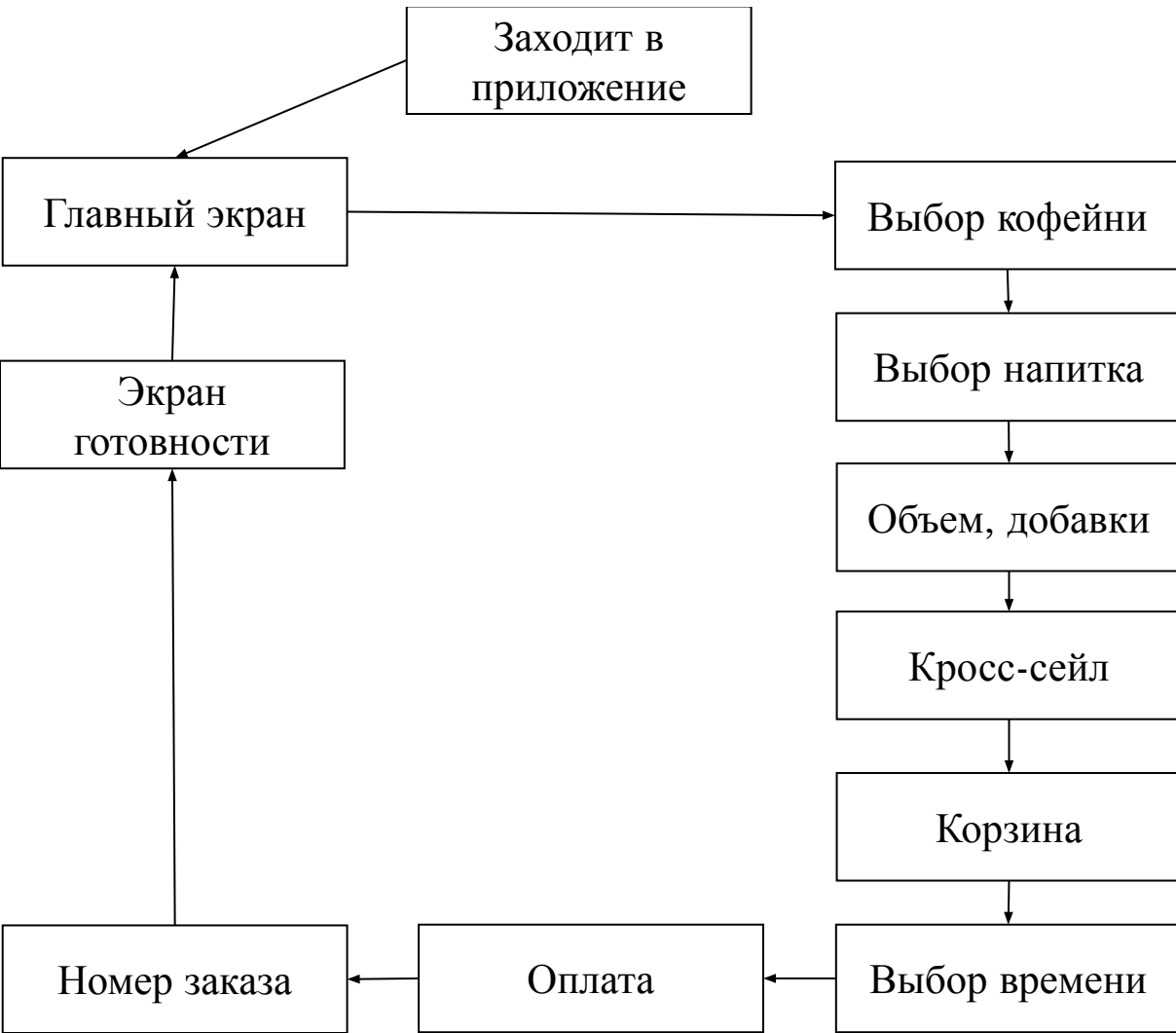


Финансовый план на 5 лет



Appendix 4

КЛИЕНТ



Бариста

