Бизнес –план компании «Fine Nuts»

Подготовил Каракуюмчян Константин, 303 группа, ВШГА, рАЕ-

Executive summary

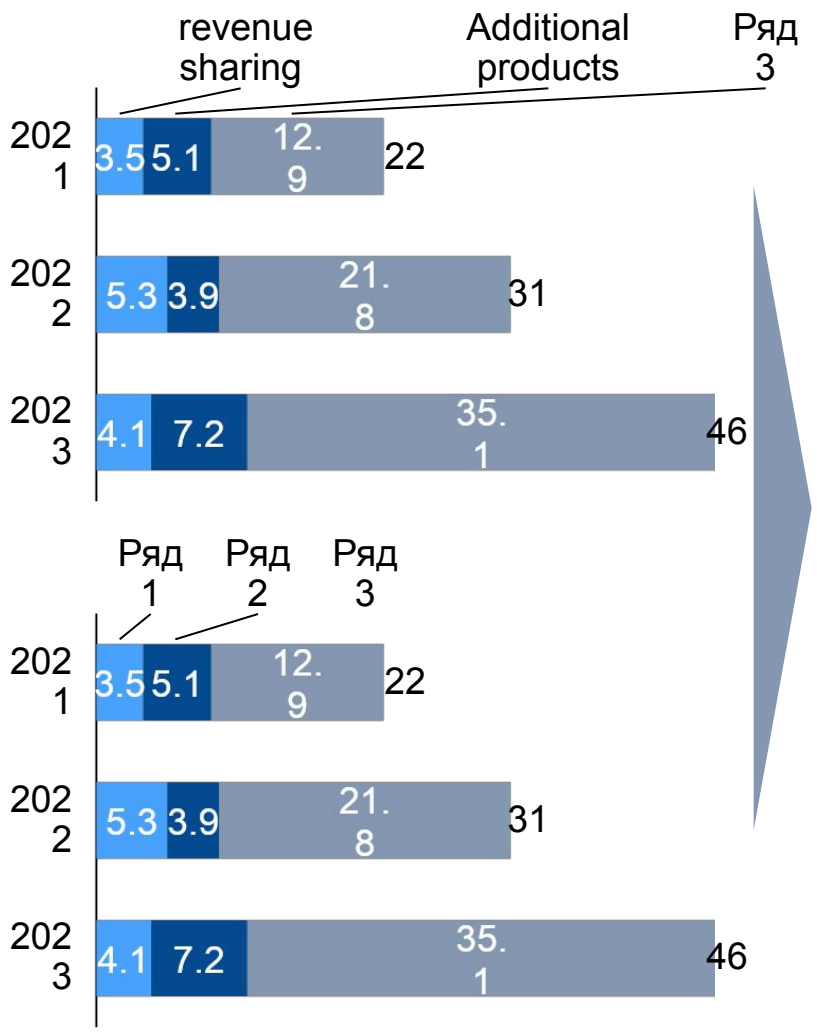
Fine Nuts – компания по продаже грецких орехов в рестораны и для людей с доходом выше среднего

Ключевые направления развития

1- создания приложения, для закупки и продажи орехов

2- создание партнерской сети из местных локальных поставщиков

3- создание маркетинговых каналов, для реализации товара в РФ и за рубежом



Стиль управления бизнесом

1. Поиск подходящих клиентов
2. Реализация только качественной продукции
3. Внедрение моделей цифрового бизнеса

Диджитализация системы продаж позволит снизить стоимость конечного продукта, увеличив потенциальную аудиторию и повысив его качество, а также вывести рынок из «серой» правовой зоны

Рынок продаж грецкого ореха сейчас

Локальные сборщики из числа местных жителей → 20% → Локальные перекупщики → 25% → Региональные перекупщики → 20% → Ритейлеры → 30%

2000 за кг в Москве

1800 за кг в Москве

1500 за кг в Москве

1200 за кг в Москве

Ключевые текущие проблемы: скорость доставки, качество продукта, высокие промежуточные наценки, сложность понять, откуда продукт

Локальные сборщики из числа местных жителей → 20% → Локальные координаторы – контроль качества и отправка товара → Приложение → 30%

- Система прямого взаимодействия поставщика и покупателя внутри приложения,
- Возможность розничных продаж через курьер-сервисы компании,
- Контроль качества по средствам сертификации сборщиков и рейтинга у пользователей

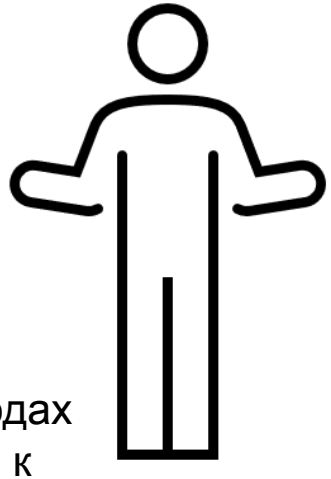
Источники: РБК, VC.ru, Ведомости, Собственный Анализ

Анализ целевой аудитории, стратегия по Портеру

На первых этапах развития аудиторию можно разделить на рестораны и покупателей – физ.лиц в верхнем ценовом сегменте

Клиенты из числа физических лиц

Заботятся о своем здоровье и питании



Обладают доходом выше среднего и ценят комфорт и качество

Живут в крупных городах и обладают доступом к интернету/смартфону

Возраст 25-45 лет

Объем потребления более 250г в месяц

Клиенты из числа ресторанов и кафе

Обладают собственными CRM системами

Высокая ценовая категория

Расположены в крупных городах

Объем потребления более 5 кг в месяц

Ключевые факторы роста рынка

Стратегия по Портеру- Конкурентная стратегия фокусирования(сосредоточение усилий проекта на определенной узкой группе потребителей-рестораны, люди с высоким достатком)

Преимущества клиентов

- Бонусы за поездки
- Интеграция с другими сервисами экосистемы

Преимущества партнера

- Бонусы за поездки
- Директ маркетинг поездок по категориям клиентов

Источники: VC.ru, собственный анализ, Исследование рынка от Аналитического центра при Правительстве РФ, Сбербанк

Ключевые каналы продвижения проекта

Ключевыми целями продвижения являются развитие клиентской базы приложения и привлечение поставщиков, для этого используются как диджитал каналы в крупных городах, так и традиционные на местах сбора продукта

Направление развития	Ключевые каналы	Ожидаемая стоимость продажи	Преимущества	Недостатки
SMM	• Создание групп в соц.сетях	10 руб/клиент	▪ Высокий охват ▪ Возможность таргетирования ▪ Относительно невысокая стоимость	▪ Конкуренция аналогичных сервисов ▪ Сложность договоренностей
Реклама в блогах	• Партнерство с лидерами мнений	20 руб/клиент	▪ Точечная работа на нужную группу покупателей	▪ Высокая стоимость
Offline-маркетинг	• Участие в профильных мероприятиях • Использование физической рекламы в регионах сбора ореха	5-20руб/клиент	▪ Эффективность в регионах ▪ Низкая стоимость ▪ Высокая сохраняемость	▪ Сложность оценки эффективности ▪ Необходимость физ. присутствия ▪ Шансы вандализма
Таргетированная реклама	Реклама в основных поисковиках	15 руб/клиент	▪ Высокая точность ▪ Возможности оценки и оптимизации эффективности	▪ Высокая стоимость

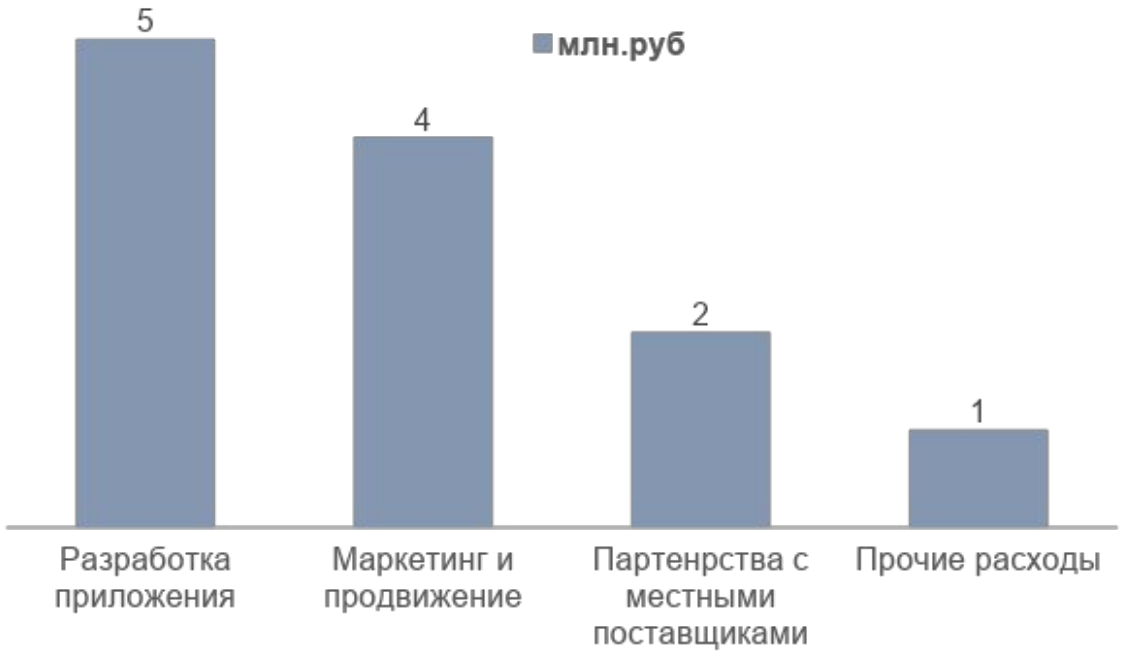
Источники: Собственный анализ

Ключевые финансовые показатели

Диверсификация источников финансирования и упор в создание и продвижение продукта на первых этапах. Для развития потребуются дальнейшие вложение, в случае успеха 50 миллионов через ½ года, от кредитов и прямых инвестиций

- Планируется привлечение банковского кредита под 15-20% годовых,
- прямые инвестиции в обмен не более чем 30% компании,
- инвестиции друзей и знакомых под нерыночные условия либо под ставку около 10%, либо под передачу не более 20% собственности без возможности контроля

Совокупные начальные вложения составят 11-12 миллионов рублей, большая часть которых уйдет на разработку приложения и маркетинг, структура затрат на дальнейших этапах будет схожей



Источники: Собственный анализ

Ключевые финансовые показатели

Года	2021П1	2021П2	2022П1	2022П2	2023П1	2023П2	2024П1	2024П2
Базовые показатели								
Инфляция(%)	4,25	4,5	4,5	4,25	4,5	4,75	5	5
Цена 1 кг у пост	800	836	873,62	910,74885	951,7325483	996,9398443	1046,786837	1099,126178
Комиссия систе	20	20	30	30	30	30	35	40
Выручка								
Число клиентов								
Рестораны		10	50	70	110	150	200	250
Люди		1000	3000	5000	8000	12000	17000	22000
Средний объем закупок в кг за 6 месяцев на одного								
Ресторан		15	15	15	17	17	20	20
Люди		3	3	4	4	4	4	4
Выручка		526680	2555338,5	5751378,988	9670554,423	15118592,74	26379028,28	40887493,83
Издеркжи								
Маркетинг		7000000	7000000	7000000	5000000	5000000	5000000	5000000
Разработка приложения		2000000	2000000	2000000	3000000	2000000	2000000	2000000
з/п		1000000	1045000	1089412,5	1138436,063	1192511,775	1252137,364	1314744,232
логистика		500000	522500	544706,25	569218,0313	596255,8877	626068,6821	657372,1162
прочее		20000	20900	21788,25	22768,72125	23850,23551	25042,74728	26294,88465
Издержки		10520000	10588400	10655907	9730422,815	8812617,899	8903248,794	8998411,233
Прибыль		-9993320	-8033061,5	-4904528,012	-59868,39223	6305974,84	17475779,49	31889082,6
Налоги (20%)		0	0	0		5044779,872	3495155,897	6377816,52
Денежный поток		-9993320	-8033061,5	-4904528,012	-59868,39223	1261194,968	13980623,59	25511266,08

Ключевые финансовые метрки	
Ставка дисконті	7%
NPV	р.10 856 657,53
IRR (полугодова	13%
payback	3 года

Спасибо за внимание!