
Кондитерская в Инстаграме

Описание идеи

Наш проект - онлайн-продажа авторских капкейков собственного приготовления. В меню собраны самые вкусные кексы с разными начинками и кремами, которые придутся по вкусу широкой аудитории. Каждый сезон десертная линейка обновляется, к праздникам ассортимент также пополняется новинками. Кроме того, любой капкейк можно заказать по индивидуальному дизайну. В ассортименте представлены также десерты для людей с диабетом и глютеновой непереносимостью.

Стандартный набор состоит из шести капкейков. По желанию клиента заказ доставят домой в течение дня.

Целевая аудитория

- Средний возраст заказчиков 18-25 лет (активные пользователи соц. сетей)
- Индивидуальные покупатели и оптовые заказчики



Проблема ЦА, которую мы решаем

- **Проблема ЦА:** трудности с покупкой 1) красивых 2) вкусных капкейков 3) недорогого (т.к. ЦА - молодые люди со сравнительно низким доходом) и 4) быстро
- **Наше решение:** мы предлагаем красиво оформленные капкейки из натуральных ингредиентов по доступной цене и приготовим их предельно быстро, так как на старте у нас немного клиентов и заказов

Конкурентное преимущество (Портер)

Наше конкурентное преимущество в доступной цене, широкой десертной линии и предоставлении капкейков для людей с диабетом и глютеневой непереносимостью.

Мы выбрали стратегию "лидерство в издержках", поскольку себестоимость товара довольно низкая, а данный продукт крайне популярен на рынке, особенно среди молодой аудитории.

Варианты для продвижения:

- Таргетированная реклама в соц. сетях

(Инстаграм- около 25 000 тыс. р/месяц; Вконтакте- 12 000 тыс. р/месяц)

- Распространение среди знакомых
- Реклама среди студентов МГУ

Бизнес - модель (Остервальдер)

1. **Потребительские сегменты** - массовый рынок (ядро аудитории - молодые люди от 18 до 25)
2. **Ценностные предложения** - красиво оформленные капкейки из натуральных ингредиентов по доступной цене быстро
3. **Каналы сбыта** - Instagram + соцсети в целом
4. **Отношения с клиентами** - Отношения зарождаются как разовые, но затем клиенты возвращаются по праздникам
5. **Потоки доходов** - см. финансовую модель
6. **Ключевые ресурсы** - помещение, оборудование, персонал, фин. вложения и т.д.
7. **Ключевые виды деятельности** - производство капкейков, продажа их в соцсетях
8. **Ключевые партнеры** - поставщики пищ.продуктов, упаковки; услуги доставки
9. **Структура издержек** - см. финансовую модель

Финансовая модель

| | Зима | Весна | Лето | Осень |
|---------------------------|---|--------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Доходы, всего | 36000р. | 60000р. | 105000р. | 120000р. |
| Продажа товара + доставка | 400р (6 шт.) *30=12000р. *3=36000р. | 400р.*50=20000р. *3=60000р. | 500*70=35000*3=105000р. | 500*80=40000*3=120000р. |
| Расходы, всего | 23400р. | 39050р. | 83970р. | 94680р. |
| Производство | 107 р. (6 шт) *30=3200р.*3=9600р. | 107р.*50=5350*3=16050р. | 107*70=7490*3=22470р. | 107*80=8560*3=25680р. |
| Реклама | 3000р. | 5000р. | 9000р. | 9000р. |
| Зарплаты | 3600р.*3=10800р. | 6000р.*3=18000р. | 10500р.*5=52500р. | 12000*5=60000р. |
| Прибыль | 12600р. | 20950р. | 21030р. | 25320р. |

Где возьмём деньги?

- Вложение своих накопленных денег
 - Кредит для малого бизнеса
-

Состав команды

Алихаджинова Камилла (Юридический факультет, 2 курс)

Буковкина Елизавета (Факультет почвоведения, 1 курс)

Шокаримова Амина (Факультет журналистики, 2 курс)