**Пункт 1. Краткая характеристика бизнеса**

1 сл

Здравствуйте, мой бизнес представляет собой сервис по приготовлению и доставке полезных и сбалансированных рационов.

ООО «Кушать подано!» - коммерческое предпринимательство

Движемся под слоганом: «Вы – проголодались, мы Вас накормили»

2 сл

**Миссия нашего бизнеса** - предоставить сервис, который решит проблемы планирования рациона, подсчета КБЖУ, покупки продуктов и приготовления, сэкономит Ваше время, улучшив качество питания.

В современном мире основной ресурс — это время. Поэтому у большинства людей просто нет возможности готовить самим, так как это длительный и трудоемкий процесс. Отсюда следует, что доставка обедов в офисы пользуется все большей популярностью. Сегодня многие работники отдаю предпочтение здоровой и сбалансированной еде.

Самая большая проблема, которую мы решаем, — это похудение. Около 40% наших клиентов хотят сбросить вес. Около 30% — это люди, которые просто не хотят готовить, то есть те самые занятые люди. Примерно 10% клиентов — вегетарианцы и те, кто не хочет есть мясо. В Туле не везде можно найти полноценное вегетарианское питание, особенно если ты активный человек. И еще 10% — это спортсмены, которые хотят набрать массу, то есть активно занимаются спортом, им тоже нужно специальное питание и на оставшиеся 10% приходится детское меню. То есть наше меню не только утоляет голод, но и решает определенную проблему наших клиентов: похудеть, нарастить мышечную массу, очистить организм от токсинов и мн.др.

3 сл

**Особенности рынка, на котором мы работаем.**

На текущий момент доставка еды является самым быстрорастущим сегментом ресторанного бизнеса. Подтверждение этому Вы можете увидеть на слайде.

На основании этих данных можно сделать вывод, что рынок спроса на доставку готовой еды растет бурными темпами. Это приводит к возникновению спроса, который остается неудовлетворённым как по количеству, так и по качеству выполняемых услуг. Сложившаяся ситуация создает объективные внешние предпосылки для создания такого бизнеса как служба доставки.

**ЩЕЛЧОК**

Учитывая низкую конкуренцию в выбранной нише и средневысокий спрос в Туле, можно быстро нарастить влияние новой компании на рынке и выйти на точку безубыточности.

Также велика вероятность, что эпидемия продлится до начала лета. В этом случае, рост заказов будет заметен во втором квартале. В третьем квартале ситуация вернется к привычному ритму, будет снижение заказов, но не критичное, поскольку у людей будет работа, а значит сохранится привычный уровень доходов. При этом, появится привычка заказывать готовые рационы, что станет дополнительным стимулом для рынка.

**Пункт 2. Презентация продукта**

4 сл

В условиях современного динамичного мира, когда отсутствуют силы для приготовления ужина и не хватает времени для полноценного завтрака или обеда, встает вопрос о том, как организовать свой рацион. «Кушать подано!» сделает все за Вас! Наш сервис по доставке готовых рационов сэкономит ваше время, ваши силы и позволит питаться вкусно, правильно и разнообразно.

Что же мы предлагаем:

1. Комплекс «Фитнес» и «Фитнес Ультра» для тех, кто хочет похудеть.
2. Комплекс «Сила» подойдет желающим набрать мышечную массу.
3. Комплекс «Баланс» позволит поддерживать вашу текущую форму.
4. Комплекс «Detox» способствует очищение организма, выведению токсинов и нормализации обмена веществ.
5. Комплекс «Vega» отличается отсутствием мяса и богатым содержанием молочной продукции.
6. Комплекс «Криодиета» разработан специально для людей, страдающих сахарным диабетом, с расчетом калорий и хлебных единиц.
7. Комплекс «Happy Kids» способствует полноценному развитию организма детей дошкольного и школьного возраста

5 сл

Итак, в чем же наша особенность? Вкусное и полезное меню рассчитанное на день, неделю и даже месяц! Вам стоит лишь указать ваш пол, возраст, вес и рост, а дальше мы подберем для вас индивидуальное меню в зависимости от ваших пожеланий. Хотите похудеть или наоборот набрать мышечную массу? Для вашего удобства мы рассчитали калории, белки, жиры и углеводы в каждой порции для достижения ваших индивидуальных результатов. Служба доставки «Кушать подано!» предлагает 7 возможных рационов на день, неделю или месяц.

На сайте Вы можете ввести свои данные, благодаря которым мы подберем идеальный рацион для Вас. Также наш клиент может оставить номер телефона, в течение 5-10 минут ему перезванивает профессиональный консультант по питанию.

Каждое меню специально разработано профессиональными диетологами и соответствует всем стандартам качества. «Кушать подано!» фасует еду по герметичным биоразлагаемым контейнерам, на каждом из которых стоит дата изготовления и условия хранения. Вы сможете использовать контейнеры в микроволновой печи, брать с собой в поездку или на работу. Для удобства на этикетках проставляется день недели и номер приема. Продукты проходят процедуру газозапайки (выкачивается кислород и заменяется азотом и углекислым газом). Так полезные и вкусовые свойства сохраняются дольше. Доставка рационов осуществляется каждый день в удобное для вас время.

**Пункт 3. Целевая аудитория**

6 сл

К целевой аудитории являются следующие группы:

1. Мужчины и женщины (18-40 лет), которые занимаются спортом, следят за фигурой и здоровьем.
2. Профессиональные спортсмены, которым необходима постоянная и сбалансированная диета.
3. Люди, нуждающиеся в специальной диете (диабетики).
4. Мужчины и женщины (20-40 лет). В основном не состоят в браке. Сервис используют для экономии времени, которое тратят на работу и отдых. Могут пользоваться услугами в течении всей рабочей недели.

7 сл

**4. С помощью чего мы создаем наш продукт?**

Поговорим о поставщиках. Мы используем исключительно высококачественные продукты и ингредиенты, работаем только с проверенными поставщиками, предоставляющими полный пакет документов на свою продукцию.

Ежедневная поставка продуктов осуществляется локальными компаниями, отвечающими за качество. Например, для приготовления своих блюд мы применяем лучшие диетические сорта мяса, поставщиком которого является компания «Мираторг». Также мы сотрудничаем с «ПегасФуд», которые предоставляют одни из лучших молочных продуктов.

Качественная упаковка – это гарантия того, что ваша продукция дойдет до потребителя в первоклассном виде. Ее созданием для нашей продукции занимаются Тульские поставщики.

В современном мире упаковка должна быть безопасной, эстетичной и надежной. Она не может быть универсальной, поэтому для каждого вида продукции мы подбираем оптимальную модель.

Наша тара для еды отличается экологичностью. Она биоразлагаемая, не выделяет вредных веществ, легко утилизируется, кроме того имеет аккуратный привлекательный вид и доступный ценник.

Упаковка служит не только для хранения товаров и печати информации для покупателей. Дизайн коробки влияет на продажи, на отношение людей к бренду. Именно поэтому для создания логотипа мы привлекли художников и дизайнеров, которые нашли оптимальный вариант изображения для широкого круга потребителей.

8 сл

**5. А как же мы взаимодействуем с ними?**

Переговоры играют большую роль в наше сфере деятельности. Каждый день приходится о чем-то договариваться: с сотрудниками, клиентами, поставщиками. Умение слушать собеседника, настаивать на своей позиции и двигаться к общей цели – это не только возможность быстрее решать вопросы, но и путь к большему заработку.

На первый взгляд кажется, что переговоры непредсказуемы, но, чаще всего, они идут по одной из трех основных стратегий: жесткие переговоры, взаимные уступки и компромиссы, взаимная выгода сторон.

Стратегии в «чистом виде» практически не применяются. Используется синтез трех вариантов, что делает поведение участников гибким. Тем самым каждый добивается для себя лучшего результата.

В нашем проекте мы склоняемся к использованию взаимной выгоды сторон. Это комплексная стратегия, при которой для обеих сторон важны отношения и итог беседы одновременно. В разговоре каждый берет максимум от процесса за счет его расширения.

9 сл

**6. Каналы сбыта**

В нашем проекте мы используем прямые каналы сбыта. Т.е. производитель самостоятельно, без посредников решает проблемы реализации своей продукции. Доставка программ питания осуществляется собственной логистической службой компании прямо до двери получателя.

Оператор передает всю информацию по заказу поварам и курьеру→курьер забирает заказ и чек у наших поваров (рацион готовится заранее)→курьер передает заказ клиенту, передает чек и получает от клиента оплату.

Наши курьеры обязательно соблюдают санитарные нормы. Перевозка готовой еды-только в термопакетах или термокоробах. Вдобавок осуществляется бесконтактная передача заказа, что очень важно в современных реалиях.

Также у нас доступен самовывоз. Такая услуга является бесплатной, так как клиентам не доставляют продукцию домой. Доставка самовывоз позволяет клиенту самостоятельно выбирать время, чтобы забрать заказ.

Преимуществами используемого нами канала сбыта являются: экономия бюджета, целенаправленность и эффективность.

10 сл

**Пункт 7. Реклама**

Есть классические форматы офлайн-рекламы: печатные флаеры, баннеры, биг-борды и реклама на телевидении. Такие виды рекламы далеко не дешевые и отследить их эффективность очень сложно — разве что спрашивать у каждого клиента, откуда он узнал о вашей доставке.

Поэтому мы решили сделать упор на онлайн-рекламу в интернете. Реклама доставки еды в Интернете дает не только хорошую продуктивность, а ещё и предоставляет инструменты, с помощью которых можно: отследить какой канал связи с клиентом более эффективный, разделить предложения для разной целевой аудитории, быстро сменить стратегию рекламы. Площадок и вариантов для рекламы доставки в интернете очень много, от социальных сетей, до рассылок на почту.

**Основные инструменты онлайн-маркетинга, которые используются в бизнес-проекте следующие:**

**Таргетированная реклама.** Такая реклама настраивается для того, чтобы ее увидел потенциальный клиент. Настроить таргет сейчас можно в любой социальной сети, Instagram, Facebook, Вконтакте. В каждой из социальных сетей одинаково настроенная реклама, будет работать по-разному, поэтому здесь мы подбираем предложения еды и картинки отдельно для каждой аудитории.

К примеру, сейчас продвижение доставки еды в Инстаграм работает очень хорошо, поэтому «Кушать подано!» размещает свои предложения именно на этой площадке. Листая сторис, потенциальный клиент, который ранее интересовался доставкой еды, попадет на нашу рекламу. Главное заинтересовать клиента красивыми картинками еды и дать интересные предложения.

**SMM.** Раскрутка доставки еды с помощью страниц в соцсетях это отличный вариант для повышения узнаваемости. На своей странице в социальной сети мы напрямую общаться с нашей аудиторией, проводить розыгрыши и делиться интересной информацией о наших блюдах и людях, которые их готовят.

**E-mail маркетинг.** Реклама службы доставки еды с помощью e-mail рассылок это хороший способ, чтобы напоминать о себе, как постоянным клиентам, так и потенциальным.

11 сл

**Размещение на картах Google, 2GIS, Яндекс.Карты.** Это эффективный метод рекламы, так как он нацелен на людей, которые выбирают заведения для доставки, учитывая его расположение.

Чтобы не потеряться среди большого списка заведений, мы описываем наши преимущества и интересную информацию. Работаем с отзывами и рейтингом. Размещаем красивые фотографии наших блюд, чтобы потенциальные клиенты понимали, что у нас за формат кухни.

**Youtube.** Ведение канала в Youtube для «Кушать подано!» — еще один метод продвижения в социальных сетях. Развивать свой канал не сложно, так как есть много инструкций по правильному ведению. Основное внимание мы решили уделить подбору контента и созданию контент-плана.

Для нас актуально будет показывать на канале мастер-классы по приготовлению еды, обзоры новых блюд, приглашать гостей, которые будут пробовать еду и делиться мнением.

**Другие виды рекламы доставки.** Рекламировать «Кушать подано!» можно еще с помощью **SMS-рассылок.** Это эффективно, когда у нас есть база клиентов, которые уже заказывали у нас еду или оставили контактный номер. Так мы поддерживаем связь: рассказываем о новинках, акциях, а также вовремя поздравляем клиентов с днем рождения.

Еще один вид продвижения «Кушать подано!» —  **собственное приложение.**Оно поможет не только рассказать о новинках и акциях, а ещё и даст возможность сразу сделать заказ еды. Плюс использования приложение - простая интеграция с [системой автоматизации доставки](https://joinposter.com/business/delivery).

12 сл

**Пункт 8. Правовые основы**

Вернемся к правовым основам нашей компании. Как было сказано ранее, наша фирма имеет организационно-правовую форму в виде ООО, это разновидность хозяйственного общества. Стоит отметить, что изначально, как и у всех начинающих бизнесменов мы столкнулись с дилеммой: зарегистрировать предприятие как Общество с ограниченной ответственностью (ООО) или встать на учет в налоговые органы в качестве Индивидуального предпринимателя (ИП). Рассмотрим далее их основные различия.

13сл

Не смотря на простоту регистрации ИП, наличие низких налоговых ставок, отсутствия строго бух.учета, более редких налоговых проверок со стороны гос.органов, свободного вывода денежный средств и права самостоятельно и единолично принимать управ.решения, на наш взгляд, это организационно-правовая форма не идеальна для нашего бизнеса. Это недостаточно для фирмы, которая в будущем планирует масштабироваться, привлекать инвесторов и партнеров. Одним из главных плюсов ООО является наличие возможности в любое время приостановить свою деятельность, и в этот временной промежуток фирма освобождается от уплаты налогов и страховых взносов, так же ООО позволяет нанять управляющего, не включенного в состав учредителей, а им в свою очередь отстраниться от управленческих функций. Еще ООО хороша тем, что защищает учредителей от личной материальной ответственности, в случае банкротства или иных финансовых проблем учредитель несет имущественную ответственность в размере своей доли в уставном капитале. Так же ООО обладает возможностью влиять на степень контроля за внутренними процессами работы фирмы через уменьшение или увеличение долей учредителей. Не мало важным является финансовых фактор: при убытках нет необходимости платить налоги и есть возможность покрытия прошлых убытков нынешней прибылью. Таким образом, проанализировав все за и против, мы решили, что для нашей деятельности оптимальной организационно-правовой формой является ООО.

14сл

При легкости открытия ИП и минимальном наборе документов необходимых для его открытия, основными минусами для нас являлось

Открытие ООО обязывает формирование устава. Устав ООО — это основной документ общества, в нем устанавливаются права и обязанности учредителей, порядок управления, варианты распоряжения долями и многое другое. Мы выбрали форму уставу с единственным учредителем, его отличительные особенности представлены на слайде. Существует несколько вариантов создания устава: от самостоятельного подхода до подготовки с помощью автоматизированного сайта. Мы же воспользовались услугами специализированной фирмы. На наш взгляд – это убережет от ошибок и траты времени на его исправление + нам была нужна индивидуальная форма, т.к. наша организация в уставе указала наличие печати.

Подробно мы не будем знакомиться с полной версией нашего устава, рассмотрим кратко обязательные сведения для включения в устав.

15 сл

А именно:

* Наименование организации: ООО «Кушать подано»;
* Юридический адрес: Тульская область, г.Тула, ул. Епифанская, д.54.
* Виды деятельности организации по ОКВЭД: 56.10 - «Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания» и 53.20.32 - «Деятельность по доставке еды на дом».
* Сведения об органах управления: Единоличный исполнительный орган (в лице генерального директора)
* Уставный капитал: 250 000 руб.
* Порядок внесения средств в уставный капитал: из трех вариантов мы выбрали – «До регистрации общества открыть накопительный расчетный счет».
* Права и обязанности учредителя: о них мы подробнее поговорим в штатном расписании.
* Сведения о том, что единственный учредитель не может покинуть общество. Когда в ООО единственный учредитель, то он может выйти из ООО, только передав свою долю другому лицу. В ином случае нужно ликвидировать компанию.
* Порядок ликвидации и реорганизации общества. Порядок ликвидации и реорганизации общества осуществляется в порядке, предусмотренные законодательством РФ. Ликвидация может проводиться как добровольно, так и по решению суда на основании ст.61 ГК РФ. Реорганизация – это в свою очередь является процессом перестройки корпоративной составляющей юр.лица. Она же в свою очередь может быть принудительной или добровольной.)

16 сл

ФОРМЫ РЕОРГАНИЗАЦИИ.



* Информация о филиалах: не имеются.
* Правила хранения информации в ООО и порядок предоставления сведений третьим лицам.

Общество хранит предусмотренные ФЗ «Об ООО», по месту нахождения его единоличного органа и обязательно предоставить к ним доступ в порядке, предусмотренном ФЗ «Об ООО».

К обязательным документам, которые должны обязательно хранится в компании относятся: учредительные документы (устав, свидетельство о регистрации и постановке в налоговый орган, свидетельство о присвоении ИНН); бухгалтерские документы: (различные декларации, отчеты, регистры и другие виды отчетности; документы в ФСС и ПФР); налоговые документы: документы, подтверждающие доходы и расходы, счета-фактуры, данные бух. и налогового учетов для уплаты налогов; кадровые документы: (трудовые договоры, личные дела работников), а также могут быть и информационные документы: (например, документы по маркетингу).

* Информация о печати: имеется.

**16 сл**

Далее ознакомимся с немало важным документом любого ООО –штатным расписанием. В штате нашего ООО находятся.

Пока Вы знакомитесь со штатными единицами прокомментируем их обязанности.

**На генерального директора возлагаются следующие должностные обязанности:**

1. руководство финансовой и хозяйственной деятельностью Общества;
2. организация работы с целью осуществления эффективного взаимодействия подразделений Общества;
3. организация ведения бухгалтерского учета, обеспечение составления всех форм отчетности;
4. утверждение штатного расписания Общества, должностных инструкций для сотрудников Общества;
5. принятие мер по обеспечению Общества квалифицированными кадрами;
6. принятие мер по обеспечению Общества всем необходимым имуществом;
7. обеспечение защиты интересов Общества в суде;

**Управляющий для реализации своего функционала выполняет следующие действия:**

1. Регламентирует и руководит всеми сторонами деятельности предприятия.
2. Создает или поддерживает имеющуюся структуру, обеспечивающую связь и сотрудничество всех отделений, цехов, иных частей производства.
3. Реализует выполнение коллективом задач, которые ведут к своевременному качественному выполнению соглашений с поставщиками, покупателями продукции и финансовыми организациями.
4. Занимается поиском и подбором подходящих кадров с соответствующей квалификацией.
5. Распределяет работу среди своих прямых подчиненных: руководителей отделов, подразделений, производственных цехов и т.д.

Менеджер по продажам выполняет следующие должностные обязанности:

1. Собирает информацию о потенциальных клиентах
2. Осуществляет коммуникацию с потенциальными клиентами и контрагентами с помощью средств связи или личных встреч
3. Ведет переговоры с клиентами в отношении товаров и услуг организации
4. Принимает и обрабатывает заказы клиентов
5. Оформляет отчетные документы
6. Согласовывает с клиентом порядок поставки, оплаты товаров, услуг, их объемы
7. Составляет регулярные отчеты о выполнении планов продаж и поставке товаров контрагентам организации
8. Следит за порядком поставки продукции контрагентам
9. Ведет информационную базу коммуникаций с клиентами

**В обязанности менеджера по маркетингу входят следующие рабочие задачи:**

1. создание маркетинговых исследований по внешнему рынку, исследование конкурентных производителей, товаров, способов сбыта и т.д.;
2. подготовка тактики и стратегии по продвижению на рынок изделий и товаров, производимых организацией;
3. взаимодействие со средствами массовых коммуникаций в целях повышения интереса к компании и выпускаемой ею продукции;
4. расчет стоимости рекламных кампаний, составление медиапланов и предоставление их на утверждение руководству;

**Повар выполняет следующий перечень должностных обязанностей:**

1. Производит приготовление блюд
2. Осуществляет мойку, бланшировку, смешивание продуктов и компонентов, жарку, запекание, варку на пару, изготовление соусов, супов, бульонов, холодных закусок, салатов
3. Принимает участие в разработке и планировании меню
4. Изучает требования и пожелания клиентов в отношении обслуживания и качества приготовленных блюд и продуктов

**Курьер выполняет следующие должностные обязанности:**

1. Своевременно и самостоятельно уточнять местонахождение адресатов, разрабатывать маршруты движения, согласовывать дни и часы приема в организациях-адресатах.

3. Выполнять поручения в указанные сроки, докладывать о выполнении либо о причинах, препятствующих выполнению, работнику, давшему поручение.

**Уборщица выполняет следующие должностные обязанности:**

1. Осуществляет уборку служебных помещений, коридоров, лестниц, санузлов, прилегающей территории.

2. Удаляет пыль, подметает и моет вручную или с помощью машин и приспособлений стены, полы, потолки, оконные рамы и стекла, дверные блоки, мебель и др.

3. Чистит и дезинфицирует унитазы, раковины и другое санитарно-техническое оборудование.

4. Собирает мусор и относит его в установленное место.

5. Следит за наличием моющих средств и приспособлений.

**Оператор обязан:**

1.Давать заказчику (клиенту) консультацию по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа).

2.Проверять наличие всех реквизитов заказа.

3.Корректировать сроки и условия выполнения заказов и в случае необходимости информировать заказчиков (клиентов) об изменении параметров заказа.

4.Вести архив выполненных заказов.

5.Идентифицировать вид заказа.

6.Направлять заказ в соответствующее подразделение предприятия.

17 сл

**Характеристика конкурентов**

Как и у любой фирмы у нас есть конкуренты. Их краткий сравнительный анализ поможет нам наиболее эффективно выстроить свою работу, избежать ошибок и даст понимание о дальнейшем развитие. В Туле существует лишь 2 фирмы, специализирующиеся на приготовление рационов здоровой еды и их доставкой: это My food и Level kitchen. Наш анализ будет проводиться по следующем категориям: сервис, программы, цены, экологичность, доставка, безопасность, максимум в каждой категории -10 баллов

Как мы можем увидеть ООО «Кушать подано!» уже на старте не отстает от лидеров сервисов, конечно есть ещё несколько аспектов, над которыми стоит работать и улучшать.

Слабыми сторонами наших конкурентов в основном оказалось то, что

* На сайте нет опции составления индивидуальной программы, крошечные порции
* непрактичная и неудобная защитная пленка на контейнерах
* Без надобности кладут набор одноразовых пластиковых приборов
* Курьеры неаккуратно доставили еду, либо не пожелали приятного аппетита

18 сл

**SWOT и планы на будущее**

Для того, чтобы понимать свое место на рынке, дальнейшие направления развитие и имеющиеся ошибки и угрозы фирмы, мы провели свот анализ. К нашим сильным сторонам относится-

|  |
| --- |
| **Сильные стороны** |
| * Широкий охват заведений для заказа;
* Широкий выбор блюд (фаст-фуд, шашлыки и разные рестораны);
* Высокий уровень сервиса (веб-приложения, курьеры и колл-центр);
* Веб-приложение (веб и мобильные версии); Система лояльности для постоянных клиентов
 |
| **Угрозы** |
| * Масштабируемость по всей Российской Федерации;
* Возможность внедрения доставки доп. покупок (смежные продукты или из других категорий потребления);
* Возможность работы с b2b сегментом (доставка обедов в офисы по договоренности с организациями);
* Большой спрос на рынке
 |

|  |
| --- |
| **Слабые стороны** |
| * Себестоимость доставки не является постоянным фактором, зависит от местоположения клиента и дальности точки общепита;
* При высокой нагрузке, возможность долгой обработки заказа.
 |
| **Возможности** |
| Факторы внешней среды, напрямую угрожающие нашему бизнесу, отсутствуют |

19 сл

Будущие планы:

1. Масштабирование

2. Новые каналы сбыта

3. Предоставление услуг диетолога для разработки индивидуального рациона

4.Открытие новых точек в области (Новомосковск, один город может быть в Подмосковье)

5.Разработка новых рационов с предварительной проверкой на фокусных группах

7.Заключение контракта с несколькими корпоративными клиентами при масштабировании

20 сл

 Таким образом, была смоделирована бизнес-модель, представлена ее краткая характеристика, разработан конкурентоспособный продукт, сформирован образ целевой аудитории, подобраны возможные поставщики, определена оптимальная техника переговоров с партнёрами, выбраны необходимые инструменты рекламы, разработаны нормативные документы фирмы, проведен конкурентный анализ и обозначен дальнейший курс развития бизнеса.