



MINT SHOP: СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

АНАНГ ЭРИК, АПАНАСЮК АЛЕНА, ГАЛЯПИН ГЛЕБ

ПАНФЕРОВ ДМИТРИЙ, ТЕПЕРИК ЭЛЛИНА

КОМАНДА ПРОЕКТА



Дмитрий Панферов



Алена Апанасюк



Глеб Галяпин



Эллина Теперик



Эрик Ананг

ОБЩЕЕ ВИДЕНИЕ ПРОЕКТА



Продукт

Технические новинки с платформ Kickstarter и Planeta.ru



Рынок

Рынок бытовой техники и электроники



Конкуренты

iGStore, LeFutur



Инвестиции

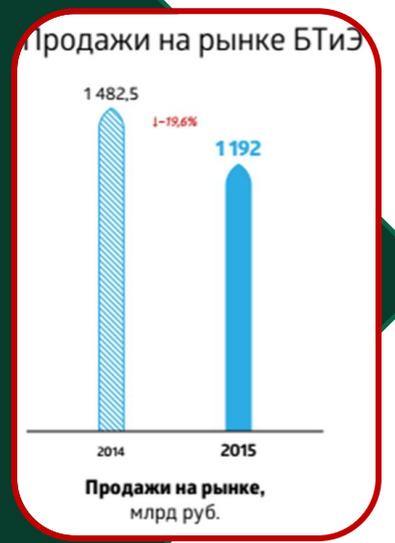
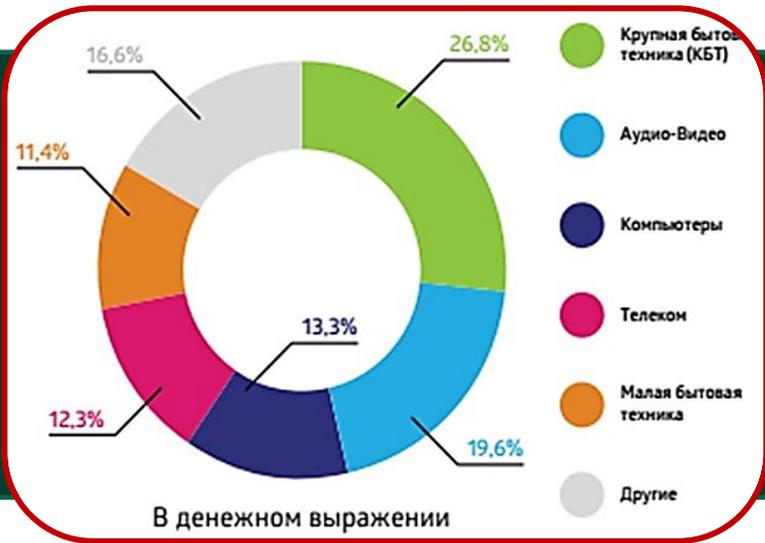
Кредит: 5 млн рублей



Потребители

Школьники, студенты, специалисты всех уровней, бизнесмены

КОНЪЮНКТУРА РЫНКА И ЕГО СТРУКТУРА



ЧТО ПРИВНОСИТ ПРОЕКТ НА РЫНОК?

Проект

Проект по созданию предприятия-импортера инновационных товаров

Миссия

«Делать жизнь каждого удобнее, интереснее и лучше с помощью новых технологий каждый день в любой точке мира!»

Решаемые проектом проблемы потребителей

Желание людей обладать уникальным товаром

Купить гаджет в «Mint Shop»

Неудовлетворенность нынешними техническими устройствами

Купить гаджет в «Mint Shop»

Желание быть «в тренде»

Купить гаджет в «Mint Shop»

АССОРТИМЕНТ «MINT SHOP»

Kickstarter

Сайт для привлечения денежных средств на реализацию творческих, научных и производственных проектов по схеме краудфандинга

Planeta

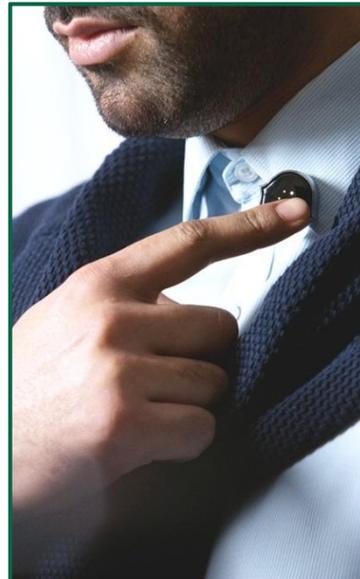
Социально-сервисная платформа для коллективного создания, оплаты и распространения цифрового и материального контента в России

Большой ассортимент

Инновационные товары

Возможность отслеживания перспективных товаров

Прямая связь с владельцами проектов



ОБЗОР БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Деятельность компании

- ✓ Ритейл
- ✓ Реклама
- ✓ Представительство
- ✓ Инвестиции

Отношения с клиентами (маркетинговые коммуникации)

- ✓ Реклама
- ✓ Стимулирование сбыта
- ✓ Прямой маркетинг
- ✓ Личные продажи
- ✓ Сервисное обслуживание

Сегментация потребителей

Покупатель №1

- Возраст: 16-21 лет
(школьник, студент)
- Проблемы покупателя:
- ✓ неудовлетворенная потребность в необычном проведении досуга
 - ✓ желание обладать уникальным товаром, чтобы показать сверстникам свое преимущество

Покупатель №2

- Возраст: 20-30 лет
(специалист низшего или среднего звена)
- Проблемы покупателя:
- ✓ неудовлетворение нынешними технологичными устройствами
 - ✓ потребность в чем-то совершенно новом и необычном

Покупатель №3

- Возраст: не имеет значения (специалист высшего звена, бизнесмен)
- Проблемы покупателя:
- ✓ желание купить уникальный продукт
 - ✓ потребность в приобретении такого товара, которого покупатель при всех своих доходах еще не имеет

Ценность для потребителей

Уникальный магазин, продающий необычные технологичные товары, которые невозможно либо очень сложно достать на территории за аналогичную цену.

Ценовая категория:

- ✓ До 3000 рублей
- ✓ От 5000 до 1000 рублей
- ✓ От 10000 рублей

Структура расходов:

- ✓ Патент
- ✓ Арендная плата
- ✓ Заработная плата
- ✓ Реклама
- ✓ Создание сайта
- ✓ Закупка товаров

Потоки доходов:

- ✓ Готовность платить за уникальный товар, не имеющий аналогов
- ✓ Способы оплаты: наличный и безналичный
- ✓ Наиболее прибыльный поток: ритейл (розничная торговля)

Дистрибуция. Прямой канал сбыта

Поставщики

Mint Shop

Потребители



КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА

Что обычно предлагают конкуренты на рынке?

- Стандартные товары по рыночным ценам
- Средний сервис без высококвалифицированного персонала
- Массовое распространение

Что предлагает проект?

- Инновационные товары, не имеющие аналогов
- Высокий уровень сервиса и квалификации сотрудников
- Эксклюзивное представительство

Ключевые факторы успеха

Уникальность предложения

Высокий уровень
квалификации персонала

Единственный источник
предложения

РАСЧЕТ ВЕР

$$\text{ВЕР} = \frac{\text{CF}}{\text{P} - \text{CVu}}$$



Показатель

Прогнозное значение

Постоянные расходы (руб.)

3 200 000

Переменные расходы на единицу тов. (руб.)

3 163

Средняя цена за единицу тов. (руб.)

6 000

Точка безубыточности (шт.)

3 163

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ СТАРТАПА



Программа партнерства



Широкая география продаж



Аутсорсинг в логистике и бухгалтерии



Комплексные маркетинговые мероприятия

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

MINT

ВАШИ ВОПРОСЫ