

# Название проекта ГРИЛАН – продуктовый маркетплейс

Состав команды:

- работники склада 3-5 человек
- IT сотрудники 2 человека
- курьеры в штате 1 - 2 человека и на аутсорсинге с личным транспортом

Требуемое финансирование:

- 12 000 000,00 руб.

Продажи только через мобильное приложение, доступное для пользователей Андроид и IOS, система работы с покупателями полностью автоматизирована

Как работает система?

- клиент через мобильное приложение выбирает товары, наполняет корзину, оформляет заказ на доставку или самовывоз
- заказ поступает на мобильное приложение комплектовщик, сборщик заказов
- курьер в мобильном приложении видит наличие готовых заказов, получает их и производит доставку по маршруту
- система интегрирована с 1С – склад
- привлечение покупателей через системы скидок, бонусные программы, через промокоды (листовки, социальные сети, блогеры, баннеры),

Контактная информация: контактное лицо: Григорий Горпиненко (директор), адрес: г. Волжский, улица Пушкина, д. 103В, e-mail: [info@grilan.ru](mailto:info@grilan.ru), телефон: +7 927 534 34 09, сайт: [www.грилан.рф](http://www.грилан.рф)



# Продукты с доставкой



**Пример:**

Исходя из данных потребление только картофеля на 1 человека, составляет –

**95 кг. в год.**

Рассматриваем г. Волжский Волгоградской обл., население 323 853 человек.

Потребление картофеля жителями города:

Год = 30 766 035 кг.

В месяц = 2 563 836 кг.

В сутки = 85 461 кг.

**Итого на 1 человека в сутки = 263 грамма**

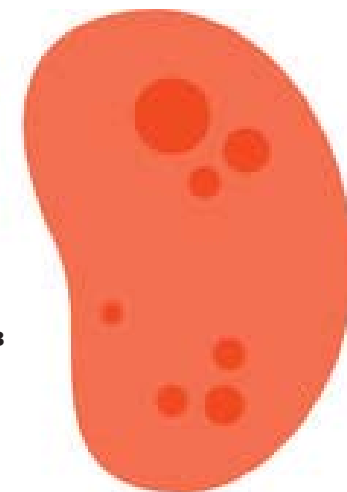
При доле рынка 1% населения дневная потребность картофеля = 851 кг. / 5 кг.

= **170 доставок**

**При увеличении ассортимента, поднимаем средний чек до 1500 р.**

**1500 р. x 170 доставок = 255 000 руб. выручка в**

**95** кг картофеля в год на 1 человека



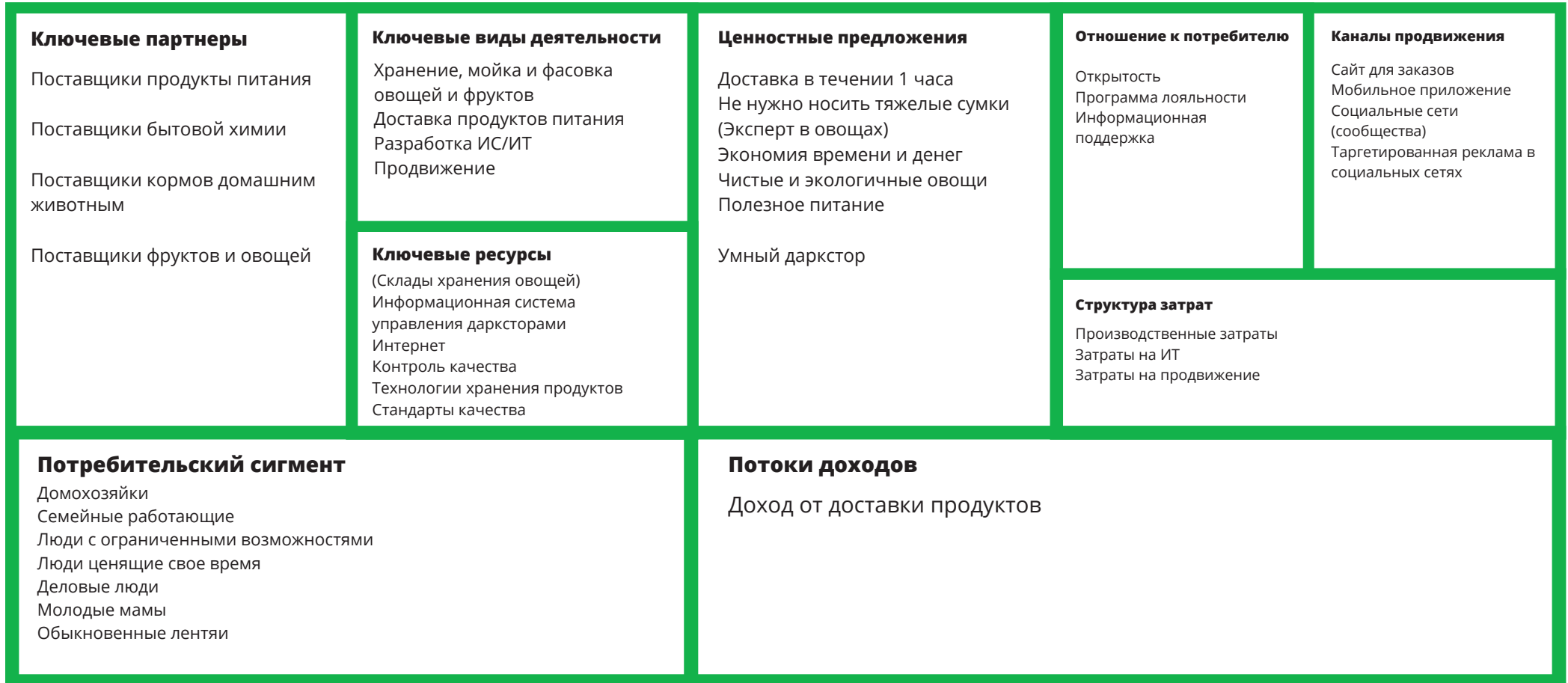
**263** гр. картофеля в сутки на человека

**255** тыс. рублей дневная выручка

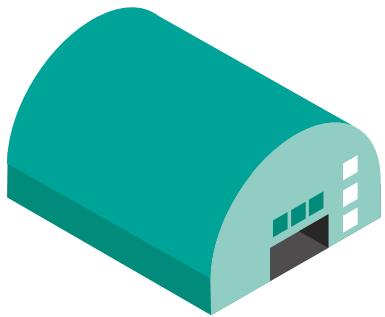


# Бизнес-модель компании

## Доставка продуктов + чистые овощи на дом (B2C)

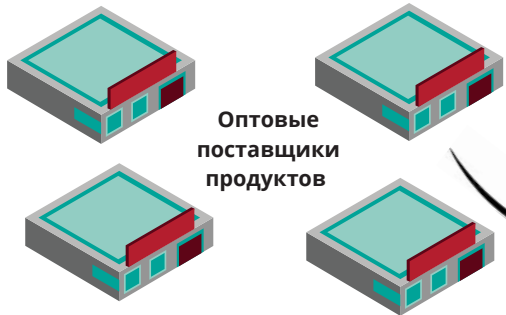


## Бизнес-модель компании Доставка продуктов + чистые овощи на дом (B2C)



### Основной склад хранения овощей

- Хранение
- Мойка
- Фасовка
- Упаковка

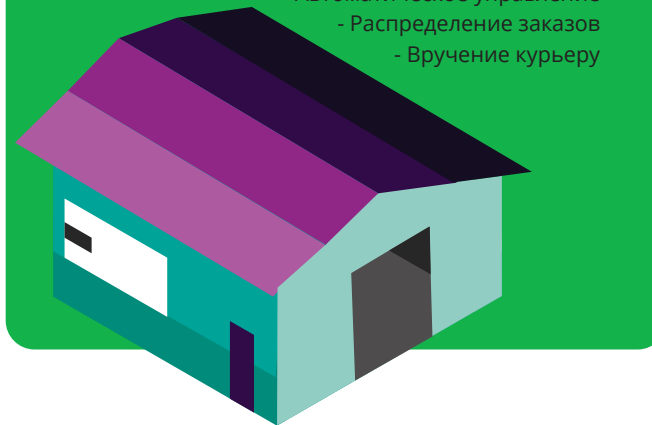


### Оптовые поставщики продуктов

### Реконструкция

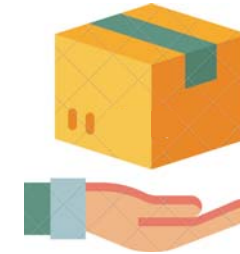
#### Даркстор

- Промежуточный пункт для сборки заказов
- Автоматическое управление
- Распределение заказов
- Вручение курьеру



### Доставка

- Доставка до дверей клиента
- Интервал в 1 час
- Бесплатно при определенной сумме заказа



Необходимы инвестиции для реконструкции даркстора в г. Волжский. Основной склад уже есть (но он очень мал и едва может обеспечить содержание даркстора). Со временем все равно будет необходимо расширить склад для хранения овощей (это гарантия получения наилучшей цены на овощи и полная независимость от изменений цен на рынке)

### Цели:

- Увеличение скорости доставки
- Увеличение ассортимента
- Продвижение (узнаваемость, форма, сумки, листовки, баннеры, наклейки на авто)

# Описание рыночной среды



Отличительной чертой от сервисов по доставке продуктов является то, что Грилан делает упор на всегда свежие и чистые овощи, круглый год. Независимо от сезона и времени года

Вдобавок, сервис предлагает другие продукты на каждый день. Пользователь может заказать все необходимое, максимально не посещая магазины и рынки. Все продукты привозятся очень быстро, благодаря грамотному и равномерному (согласно планировке города) распределению дарксторов. Доставка осуществляется бесплатно благодаря собственным курьерам, работающим посменно



**Основные игроки рынка доставки  
продуктов питания в России**

**Источник: Infoline аналитика "Russia Top  
Online Food Retail"**

**Темпы роста оборота  
достигают до 1000% в  
год**

## Крупнейшие продавцы продуктов питания в онлайн-канале в 2020 году

МЕСТО	НАЗВАНИЕ	ОБОРОТ (МЛРД РУБ.)	ПРИРОСТ К 2019 ГОДУ (%)
1	X5 Retail Group	21,9	347
2	«Сбермаркет»	20,7	1019
3	«Утконос»	16,4	66
4	«Вкусвилл»	14,9	Н. д.
5	Ozon	12,6	128
6	Wildberries	11,9	540
7	«Яндекс.Лавка»	11	Н. д.
8	«Самокат»	9,5	Н. д.
9	iGoods	7,9	196
10	«Азбука вкуса»	4	100

## Выводы после анализа рынка



- Интернет—торговля в России растет высокими темпами практически во всех категориях. Рынок онлайн-доставки продуктов в 2020 году вырос на 90%, до 1300 млрд. руб. (по сравнению с 2019). Автоматизация процесса покупки и логистики с помощью цифровых технологий будет расти

- Еду (продукты питания, не готовые блюда) онлайн покупают всего 4% россиян. Это одна из самых низких категорий на текущий момент. При этом, каждый третий покупатель готов заказывать продукты питания в интернете, причем 15% опрошенных выражают к этому большой интерес. Среди людей, уже покупавших продукты онлайн, 62% готовы увеличивать объёмы покупок в интернете. А 21% тех, кто пока предпочитает офлайн—покупки, готов перейти на онлайн в будущем. (Источник: Kantar TNS и Google).

- Для крупных площадок категория еды — это один из основных драйверов удержания аудитории и формирования потребительских привычек. Это говорит о том, что «сетевики» и крупные сервисы доставки будут все больше осваивать новые территории, а следовательно, навязывать конкуренцию.

- Люди, в своем большинстве, покупают овощи раз в неделю и чаще, что наделяет данную категорию высоким потенциалом развития в онлайн.

Большинство покупок овощей осуществляется в супермаркетах. Но удовлетворенность качеством продукта на рынках и в уличных ларьках выше. Соответственно, семантическое ядро рынков и ларьков вызывает больше положительных ассоциации относительно овощей.

Цена для овощей является довольно весомым показателем, влияющим на выбор. Покупатели готовы с большой вероятностью сменить магазин и вероятно, способ покупки, если цена будет либо ниже, либо соответствовать привычной стоимости продуктов.

При предоставлении дополнительных выгод (качество товара, сервис и т.п.)

