Тест на презентацию

**Слайд 1+2:**

Наш проект - Бань-ми.  Бань-ми - одно из самых распространенных блюд уличной еды во Вьетнаме, в основном означает хлеб, но также относится к некоторым восхитительным бутербродам страны с багетами. Во вьетнамской повседневной жизни Бань ми может быть легкой закуской на завтрак, небольшим обедом и ужин для тех, кто спешит. Хлеб подходит для клиентов, которые хотят сэкономить время, но при этом хотят быть сытыми.  Это могут быть студенты, студенты, офисные работники или все те, у кого есть потребность в быстрой еде.

**Слайд 3:** Проблемы

* В настоящее время количество вьетнамских студентов, отправляющихся на учебу в Россию, увеличивается
* некоторые бренды фаст-фуда временно приостанавливают свою деятельность в России по ряду причин

**Слайд 4:** Решение

Поэтому наша идея - создание фастфуд ресторана Бань-ми

**Слайд 5:** целевые потребителя

Наши целевые потребителя:

* Мы нацелены почти на всех своих клиентов в возрасте от 16 до 40 лет, а может быть, и выше.
* На тех, которым нехватка времени не позволяет готовить самостоятельно. В эту группу входят и студенты, и молодые.

**Слайд 6:** ценностные предложения

Наши ценностные предложения:

* Наша продукция - это безопасная, вкусная и чистая пища. Продукты производятся и потребляются в течение дня.
* Сырье из природы
* Разумная цена (150 руб. - 250руб.)

**Слай 7:** Конкуренты

1. В настоящее время в Санкт-Петербурге нет фастфуд ресторана, где продают Бань-ми. Он продается только в магазинах в виде готовой к употреблению пищи, и не в виде традиционного Бань-ми с насыщенным вкусом. Другие азиатские рестораны продают только ежедневные блюда.
2. Некоторые бренд фаст-фуда уходили с российского рынка из-за войны. Это замечательный шанс, потому что эти бренды также продают быстрые блюда.

**Слайд 8:** Каналы сбыта

* Мы продаем через собственные магазины.
* Через интернет, клиенты будут выбирать товары через Интернет, а мы доставим их через службы доставки.
* Торговля в разнос: Мы можем продавать в местах проведения фестивалей (на площади, ...), перед школьными воротами, …

**Слайд 9:** Взаимоотношение с клиентами

* Реклама на метро, ​​в автобусе, в поезде
* Реклама в социальных сетях типа ВК
* Раздача листовок во время обеда и ужина
* Реклама через известных блогеров в социальных сетях, youtube (видео мукбанга)
* Распространение купонов среди покупателей через магазины и супермаркеты

**Слайд 10:** Перспективы развития

Сегодня мы сосредоточенны на развитием ресторанов в Санкт-Петербурге. В ближайшие несколько лет будет распространится в другом городе.

В 2022 году, первый ресторан открыт в Санкт-Петербурге. Мы планируем открыть 2-й магазин в 2025 году в Санкт-Петербурге и к 2028 году мы откроем первый магазин в других городах.

**Слайд 11:** Бюджет

Наш инвестиционный план будет включать следующее:

* Регистрация ООО
* Дизайн помещения
* Оборудование для зала и кухни
* Рекламная кампания
* Фонд оплаты труда (первый месяц)
* Непредвиденные расходы

Процент бюджета для разделов, показанных над этим графиком и мы привлекаем до **₽3 млн** для проекта

**Слайд 12:** Прогнозируемые годовые доходы

Это предполагаемый доход, полученный в первый год реализации проекта

**Слайд 13 + 14:**

Это участники нашей группы и наша контактная информация