

## 2. Анализ целевой аудитории

### Оглавление

2. Анализ целевой аудитории.....	1
2.1. Сегментация составляющих бизнеса с помощью 5W .....	1
2.2. Интервью с представителями ЦА .....	4
Респондент 1 .....	5
Респондент 2 .....	8
Респондент 3 .....	9
Респондент 4 .....	10
2.3. Сегментация ЦА .....	12
2.4. Создание «портретов» пользователей .....	14

### 2.1. Сегментация составляющих бизнеса с помощью 5W

#### What? Что?

Первичная сегментация ассортимента – как ассортимент представлен на сайте [www.prof.alidi.ru](http://www.prof.alidi.ru) – срезы на март 2020 (до пандемии) и на июнь 2020:

<i>в марте 2020</i>	<i>в июне 2020</i>
- Продукты питания:	- Продукты питания:
Бакалея Консервация Молочные продукты Продукты животного происхождения Овощи, фрукты, ягоды, грибы (мороз) Полуфабрикаты Вода, напитки, чай, кофе Продукты для кондитерского производства Кондитерские изделия Мороженое Снеки Еда быстрого приготовления Японская кухня Продукты пчеловодства Спортивное питание Хлебобулочные изделия	Суши, Роллы, Вок StreetFood Пицца и паста Для самоизоляции Бакалея Орехи, сухофрукты Соусы Консервация Молочные продукты, сыры Мясо, птица Рыба, морепродукты Колбаса, мясные деликатесы Яйцо Полуфабрикаты Овощи, фрукты, ягоды, грибы (мороз) Вода, напитки, чай, кофе Для кондитерского производства Хлеб, сладости, снеки Здоровое питание
- Бытовая химия	- Непродовольственные товары
	Бумажные гигиенические средства Профессиональная и бытовая химия Расходные материалы Хозяйственные товары

	Упаковка Личная гигиена
- Сопутствующие товары	- Товары для доставки еды

## Who? Кто?

Сегментация покупателей по типам:

1) b2b - в целом, это все бизнесы, которым нужны продукты питания для их переработки в готовые блюда:

- HoReCa: Но - отели, базы отдыха, пансионаты

Re – рестораны – сетевые и несетевые, бары

Ca - кафе, столовые, пункты питания на производствах и в бизнес-центрах,

- фабрики-кухни, производства-кулинарии, кейтеринг

- службы доставки

- пекарни, пиццерии

2) b2g – соцобъекты - под вопросом:

- детские учреждения (школы, детсады, детские лагеря отдыха)

- больницы, санатории

3) b2c - физлица, покупают для своего конечного потребления

Сегментация бизнесов со стороны предложения – кто удовлетворяет эти потребности покупателей:

- “агрегатор” - поставщик-дистрибьютор, который торгует широким ассортиментом продуктов питания, как правило, сам ничего не производит;
- “специализатор” - поставщик, специализирующийся на поставке какой-то одной-двух групп продуктов - например, только хлебо-булочных, или только мяса (мясной комбинат или мясной импортер), или мяса и рыбы; может быть производителем этих продуктов;
- сетевой магазин с доставкой: Metro и другие

## Why? Почему?

Сегментация покупателей по мотивации к совершению покупке. Почему они у нас покупают?

в пользу агрегатора вообще:

- можно купить то, что нужно, в одном месте за один заказ и принять за одну приемку;
- на сумму заказа можно взять каждой позиции понемногу;
- не нужно покупать за раз большое количество;
- цена не выше, чем у специализатора или есть выгода за счет бесплатной доставки.

в пользу изучаемого проекта относительно других агрегаторов (проверить):

- разнообразие ассортимента;
- цены не выше, чем у специализирующихся поставщиков и других агрегаторов;
- высокое качество продуктов;
- регулярно/постоянно расширяющийся ассортимент
- привлекательная сумма заказа для б/п доставки (проверять)
- хорошая организация доставок и работы с документами (проверять)
- индивидуальные условия: скидки, отсрочки, etc.

в пользу заказа через сайт:

- можно видеть ассортимент, спецификации, цены, 24/7;
- можно собирать и отправлять заказ 24/7;
- можно скачать документы / сертификаты /декларации на продукцию 24/7;
- можно пользоваться онлайн-кабинетом с мобильных устройств;
- онлайн-связь с компанией в нерабочее время (проверять);
- цены для зарегистрированного пользователя такие же как при его заказе через менеджера (проверять);
- в личном кабинете на сайте подгружаются все те же скидки/бонусы, что и через менеджера (проверять);
- понятный и удобный личный кабинет (проверять);
- доступ к документации по заказам в личном кабинете.

## **When? Когда?**

Сегментация клиентов по обстоятельствам, сопутствующим покупке:

- регулярно, если есть ощущение, что этот поставщик не уступает конкурентам по ценам/качеству/условиям – не менее 1 раза в неделю;
- время от времени - в случае, когда у специализаторов не набрать нужный вес или сумму для доставки (например, экстр-заказ или регулярный заказ в низкий сезон);
- спонтанно - в случае, если наткнулся, что у этого поставщика сейчас привлекательная цена и подходящие условия;

## **Where? Где?**

Сегментация покупателей по каналам продаж, которыми они обычно пользуются.

- через менеджера поставщика / через звонок;
- с сайта (через проверочный звонок);
- в онлайн-магазине – заказ и оплата на сайте (проверять);
- в оффлайн-магазине.

## 2.2. Интервью с представителями ЦА

Для знакомства с аудиторией b2b мной в начале марта 2020 проведено 4 интервью среди знакомых из данной сферы.

До того, как начать интервью, я рассуждаю: у отеля/ресторана/кафе уже есть ряд поставщиков, и заключены договоры на поставку продуктов питания, бытовой химии, текстиля и еще чего-нибудь.

Поставщиками могут быть:

- какие-то фирмы-мега-агрегаторы, у которых можно купить и мясо, и рыбу, и фрукты, и туалетную бумагу, и чековую ленту, и бытовую химию, и вообще всё;
- агрегаторы по отдельным продуктам: по продуктам питания, по канцелярии, по химии т.д.;
- отдельные специализированные поставщики, например, только рыбы или только мяса.

Эти разные поставщики могут продавать через:

- звонки от торговых представителей/менеджеров и рассылку прайсов – принимать заказ по телефону или имейлу через менеджера, счет по имейлу/факсу;
- сайты с обновляющимся прайсом – принимать заказ по телефону или имейлу через менеджера, оплата по счету;
- сайты с возможностью отправить заказ с сайта онлайн – покупатель собирает корзину, отправляет заказ (лидогенерация), далее общается с менеджером и подтверждает заказ, получает счет по имейлу/факсу;
- e-commerce – покупатель выбирает товары и оплачивает их онлайн.

Подготовлены следующие вопросы для интервью:

- дата
- имя и должность респондента
- кто занимается у вас закупками? (на него и выйти)
- что вы закупаете для своего отеля / ресторана / кафе, сколько всего наименований?
- сколько раз в месяц (неделю) нужно делать закупки
- примерный оборот по закупке в месяц
- как вы делаете закупки - все способы (проверить мои предположения)
- каким способом (ами) закупки пользуетесь больше всего?
- какие способы закупки наиболее удобные?
- удобно ли закупаться на агрегаторах?
- с какими агрегаторами работаете?
- какие минусы есть у агрегаторов?
- пробовали ли пользоваться интернет-магазином агрегатора - когда сам кладешь все в корзину - заказ формируется, подгружаются скидки, вы его смотрите и отправляете и потом приходит счет?
- какие плюсы есть у специализирующихся поставщиков?
- какие самые важные специализирующиеся поставщики у вас? почему?
- как вы оплачиваете закупку - предоплата или отсрочка? что для вас лучше?

- кто делает доставку - вы сами или поставщик? если поставщик - это платно? если платно - то до какой суммы?
- какие проблемы случались у вас с поставками?
- как их решали?
- были ли ситуации, когда вы меняли поставщиков, начинали работать с новыми?
- как искали новых поставщиков - через что конкретно (яндекс или гугл, можете ли искать через вк, можете ли искать через фб, через инсту)?
- искали ли на выставках или через каталоги выставок?
- какие самые важные моменты вы уточняете про нового поставщика - назовите 3 посещаете ли какие-н. специализированные мероприятия?
- каких блогеров читаете? каких видеоблогеров смотрите?
- как давно работаете в закупках для хореки?
- сколько вам лет?
- Вы владеете ли этим бизнесом или наемный работник?
- если наемный - нужно ли получать одобрение на закупку от собственника/начальника или сами принимаете решение? есть ли какие-то показатели в закупке, за которые вы лично получите бонусы или премию от работодателя?
- допросы

Ниже приведены полученные ответы:

## Респондент 1

Гранд-кафе ("нетипичный" ресторан) в БЦ на ст.м. «Пионерская», СПб, 12 чел персонала, основная направленность - бизнес-ланчи (есть супы- борщи) дают до 70% дохода, 100-120 чел посетителей в день, над кафе - 15 этажей бизнес-центра, меню меняется каждый день. 5-6 организаций кормят своих сотрудников по талончикам - рассчитываются 1 раз в мес. Иногда - мероприятия-банкеты под заказ.

Вопрос	Ответ
дата	02.03.2020
респондент	Татьяна, директор
кто занимается у вас закупками? (на него и выйти)	Сама с поваром прикидываю по меню (предлагают во "втором" свинину - 2 р нед., курицу - 3 р/нед, говядину - 2 р/нед, рыбу - 2 р/нед)
что вы закупаете для своего отеля / ресторана / кафе, сколько всего наименований?	Овощи все разновидности: листовой салат, китайская, айсберг, капуста, морковь, картошка, свекла, лук, кабачки, баклажаны, перцы, помидоры, огурцы. Зелень: петрушка, укроп, базилик. Овощи заморозка: цветная, брокколи, стручковая фасоль, баклажаны. Зелень. Фрукты. Фрукты и ягоды заморозка: вишня, брусника. Сухофрукты. Соленья: капуста квашеная, грибы соленые, маринованные, огурцы соленые, помидоры, перчики. Консервы: ананасы, яблоки. Крупы - макаронные, мука, перловка, греча, фасоль, рис. Шампиньоны свежие. Бакалея: Молочка: сливки в больших количествах, молоко, сметана, яйца, майонез, сыры: пармезан, обыкновенный, мягкие, масло сливочное. Приправы: хмели сунели, базилик, соль, сахар. Растительные масла: оливковое. Соусы, кетчупы, бальзамический уксус. Мясные: ветчины из индейки, из говядины, бекон, колбаски, сосиски, копчености.

	<p>Мясо: свинина 2-3 варианта: окорок, лопатка, грудинка, эскалоп. Говядина: окорок, вырезка, язык, печень, котлетное мясо из телятины. Птица: тушка, печень куриная, филе грудки куриной, филе окорока бк, индейка филе и филе окорока. Рыба: лосось (пбг 5-6 кг мороз Чили), филе лосося охлажденное, филе сайды, филе горбуши или кеты, суповые наборы, морепродукты: кальмар, коктейль, креветки, крабовые палочки. Хлеб - отдельно у "Каравая", стали покупать багет.</p>
сколько раз в месяц (неделю) нужно делать закупки	1 раз в нед, иногда 2 раза в нед если мероприятия в выходные или летом жарко
примерный оборот по закупке в месяц	40-45 т.р. в нед, если мероприятие - может быть и 60 т.р./нед.
как вы делаете закупки - все способы (проверить мои предположения)	основная закупка через фирмы-агрегаторы - есть всё; специализированные - только "Каравай" или когда чего-то немного не хватает, то приходится.
каким способом (ами) закупки пользуетесь больше всего?	есть несколько поставщиков-агрегаторов, которые уже проверены на <b>соотношение цена / качество</b> . 9 лет отбора. В них есть прикрепленный менеджер, по телефону/почте делаю заказ, присылают накладную с ценами.
<b>какие способы закупки наиболее удобные?</b>	<b>Много специализированных - неудобно.</b> Последние 2 года - 4-5 поставщиков-агрегаторов. Одного по очереди держу "пустеньким" без дебиторки. Два - бакалея овощи. Два - мясо и рыба. Пятый в запасе - большие оптовики с коробками по 30 кг. <b>У них есть сайты - картиночка есть и, может, базовый прайс есть.</b> Когда заключаешь договор - менеджер специальный твой, и он с тобой работает. Держатся как-не-знаю-что за покупателя. Один сейчас постоянный специализирующийся - Каравай - хлеб.
удобно ли закупаться в агрегаторах?	да
с какими агрегаторами работаете?	ООО "Золотой стандарт" - есть все, "Кураж" (начинали под названием империял - парус), ТД "Тропик" - всё есть, "Алиди Норд" - нет овощей, нравится цена и качество, бакалея: мясо, рыба. Работаю года 4-5 - Катюша менеджер - хорошее качество, ценовая политика. "Гурманин" - по мясу - опыты большие.
какие минусы есть у агрегаторов?	<b>никто не повезет на 1500-2000 руб. Неудобно, когда требование - брать от коробки - мне не нужна коробка 20 кг языка говяжьего, мне нужно 2 кг всего, например, и то не каждую неделю.</b>
пробовали пользоваться интернет-магазином агрегатора - когда сам кладешь все в корзину - заказ формируется, подгружаются скидки, вы его смотрите и отправляете и потом приходит счет?	<b>нет, думаю, что цены уже совсем другие в интернет-магазинах (выше). я не думаю, что у моих поставщиков есть такие сайты-магазины</b>
какие самые важные специализирующиеся поставщики у вас? почему?	Каравай
как вы оплачиваете закупку - предоплата или отсрочка? что для вас лучше?	Стандарт - отсрочка 14 дней, но фактически может быть и чуть больше, поставщики терпят. У кого семь дней - тех даже не рассматриваю. С нек 21 день отсрочка - хоз товары.

кто делает доставку - вы сами или поставщик? если поставщик - это платно? если платно - то до какой суммы?	<b>Граница заказа - от 8000 - доставка б/п.</b> Иногда можно договориться на меньшую сумму - от 5000 руб, когда очень надо мне или поставщику надо план добрать
какие проблемы случались у вас с поставками?	1) Поздно привезут продукты вечером - из-за пробок, поломок транспорта. 2) Претензии по качеству - видим на приемке, или по количеству. 3) Портится качество - несколько поставок с проблемами, а ценник растет (открылись - сначала хорошие, через полгода цена подскочила, а качество - как остатки с пола наскребли)
как их решали?	1) не заказывать в последний момент, на след день чтобы еще был запас. И круглосуточно есть охранник, который принимают, если поздно привезли. 2) По качеству - на возврат, по весу - делают исправление по весу в акте приемки в присутствии водителя, меняют сч-ф - перерасчет. 3) поставщик отваливается - ищут новых.
были ли ситуации, когда вы меняли поставщиков, начинали работать с новыми?	Нет такого сейчас на рынке, чтобы сильно подорожало у кого-то одного. Смотрю цена / качество. Парус - отказалась. Мираторг - всё мясо накачанное - отказалась.
как искали новых поставщиков - через что конкретно (яндекс или гугл, можете ли искать через вк, можете ли искать через фб, через инсту)?	Набирала в интернете - <b>в Яндексе</b> : "поставщики продуктов для ресторана и кафе" и созванивалась по телефону, говорила, что я - директор ресторана, меня связывали с менеджером, присылали прайсы. Если цены ок - делала разовые заказы. Яндекс. И почта на яндексе. В вк не ищу. Нету времени сидеть в соц сетях, я в них не зарегистрирована, я - человек старой формации, всё по телефону. Эക്കാунт кафе в инстаграме и в фейсбуке ведет спец человек.
посещаете ли какие-н. специализированные мероприятия?	Для такого уровня как мы, поставщики не делают спец мероприятий. Только менеджеры у поставщиков, когда у них появляется новая позиция для раскрутки (например, котлетное мясо из телятины) - ездят на место производства и потом рассказывают, что шикарное мясо, и могут посоветовать
каких блогеров читаете? каких видеоблогеров смотрите?	Никаких
как давно работаете в закупках для хореки?	10й год
сколько вам лет?	60 лет
владеете ли этим бизнесом или наемный работник?	наемный директор
если наемный – какой интерес	Четкий оклад и все. У поваров - тарифные ставки.
доп	Цена бизнес-ланча - от 300 до 500. Бизнес-ланч за 350 руб. - с/с должна быть 90 руб*. Общепит - нет стабильности, то густо, то пусто

Выводы по общению с респондентом 1:

- закупаться у агрегатора - это норм. Специализаторов может быть 1-2 в работе (типа, хлеб отдельный - "Каравай", мясо - какой-то отдельный поставщик);
- закупка происходит через общение с менеджером агрегатора по тел / почте / вотсапу;
- «хоречники» старой гвардии любят делать все по старинке и пользуются телефоном;
- агрегаторов до фига, среди них большая конкуренция, и они держатся за клиентов, и готовы всячески идти навстречу (увеличить дебиторку);

- «хоречник» держит несколько агрегаторов в работе;
- для «хоречника» важно: цена - качество; для маленьких - возможность покупать маленький вес, например, не коробку рыбы, а одну рыбку, или по весу мясо; привоз вовремя; срок дебиторки (не менее 14 дней, лучше - больше) и возможность иногда потянуть с дебиторкой; хорошие «дружеские» взаимоотношения с менеджером поставщика, возможность получать «советы» по новым продуктам.

## Респондент 2

Ресторан в спальном районе СПб, проходимость человек от 70 до 140. В основном, по меню. Еще доставка.

Вопрос	Ответ
дата	03.03.2020
респондент	Нэлли, управляла рестораном 4 года назад
кто занимается у вас закупками? (на него и выйти)	закупал шеф-повар всегда
что вы закупаете для своего отеля / ресторана / кафе, сколько всего наименований?	всю еду и алкоголь
сколько раз в месяц (неделю) нужно делать закупки	каждую неделю или чаще
примерный оборот по закупке в месяц	не помню, в 2016 тыс по 100 руб в мес точно, вообще, зависит от проходимости
как вы делаете закупки - все способы (проверить мои предположения)	были разные поставщики - мясо одни, овощи - другие, еще бакалея - третьи. Пробовали агрегаторов - всё в одном месте - вообще, мне показалось, удобнее, но потом новая грузинка шеф-повар стала брать у каких-то своих поставщиков в разных местах по отдельности
каким способом (ами) закупки пользуетесь больше всего?	специализаторы
какие способы закупки наиболее удобные?	агрегаторы - удобнее, наверное, и чем больше клиентов у фирмы - тем свежее продукты
какие минусы есть у агрегаторов?	нужно брать от крупной суммы
пробовали пользоваться интернет-магазином агрегатора - когда сам кладешь все в корзину - заказ формируется, подгружаются скидки, вы его смотрите и отправляете и потом приходит счет?	<b>нет, наверное, такое не работает, нужно личное общение, с человеком, менеджером, бонусы у него выбивать, а не у компьютера</b>
какие плюсы есть у специализирующихся поставщиков?	маленькие поставщики соглашаются привезти заказ поменьше.
как вы оплачиваете закупку - предоплата или отсрочка? что для вас лучше?	отсрочка - от 15 дней до мес, со всеми по-разному



кто делает доставку - вы сами или поставщик? если поставщик - это платно? если платно - то до какой суммы?	поставщик, нужно набрать на сумму
какие проблемы случались у вас с поставками?	типичные проблемы - продукты некачественные, по весу - не было.
как их решали?	возврат. По весу - все перевешивали, когда принимали
были ли ситуации, когда вы меняли поставщиков, начинали работать с новыми?	были из-за отсрочек - не хотели давать, и по качеству: больше по мясу
как искали новых поставщиков - через что конкретно (яндекс или гугл, можете ли искать через вк, можете ли искать через фб, через инсту)?	<b>их не надо искать - звонят и предлагают сами всё время. Еще звонила знакомым - сарафанное радио - чтобы порекомендовали, даже не фирма, а менеджер важен. А поставщики все хотят работать. Поиск делаю через Яндекс. Соцсети: вк и фб не были важны, инстаграмом пользуюсь, но поставщикам странно - что они там будут выкладывать, фото индейки?</b>
посещаете ли какие-н. специализированные мероприятия?	только "алкоголики" устраивали, типа дегустацию вин
как давно работаете в закупках для хореки?	управляющей была 3 года до 2016, в ресторанах с 2005, сначала официанткой, потом администратором, потом управляющей - открывала и управляла
сколько вам лет?	около 40 лет
владеете ли этим бизнесом или наемный работник?	наемная
если наемный – какой интерес	показателей не было, просто просила самый дешевый ценник, но должны быть качественные продукты. Могут быть откаты. Могут быть жадные учредители - экономить на качестве продуктов.

### Респондент 3

Фабрика-кухня, кулинарное производство в СПб- производство готовой еды на доставку.

Вопрос	Ответ
дата	04.03.2020
респондент	Сергей, управляющий
кто занимается у вас закупками? (на него и выйти)	сам
что вы закупаете для своего отеля / ресторана / кафе, сколько всего наименований?	вообще все, начиная от мяса и заканчивая бакалеей
сколько раз в месяц (неделю) нужно делать закупки	3 раза в нед овощи, 2 раза мясо-птица
примерный оборот по закупке в месяц	комм тайна

как вы делаете закупки - все способы (проверить мои предположения)	у производителей только, естественно! вразброс
<b>какие способы закупки наиболее удобные?</b>	только производители
удобно ли закупаться на агрегаторах?	никогда, зачем нужна сборная солянка
какие минусы есть у агрегаторов?	это перекупщики, барыги - они никогда не дадут цену как у производителя
какие плюсы есть у специализирующихся поставщиков?	производитель он и есть производитель, цена у него всегда лучше
как вы оплачиваете закупку - предоплата или отсрочка? что для вас лучше?	с отсрочкой на основании закона, на охл - 8, на заморозку - до 45. Закон про отсрочку для продуктов питания - по законодательству, прописан регламент
кто делает доставку - вы сами или поставщик? если поставщик - это платно? если платно - то до какой суммы?	поставщик - кто по сумме, кто от веса
какие проблемы случались у вас с поставками?	никаких, у производителей есть свой собственный логистический парк на форс-мажор
как искали новых поставщиков - через что конкретно (яндекс или гугл, можете ли искать через вк, можете ли искать через фб, через инсту)?	интернет: яндекс и куча специализированных площадок: фудритейл митинфо фишмаркет фишритейл
искали ли на выставках или через каталоги выставок?	выставки продэкспо
как давно работаете в закупках для хореки?	15-17
сколько вам лет?	37
владеете ли этим бизнесом или наемный работник?	наемный

### Выводы по общению с респондентом 3:

я думаю, что я неправильно спрашивала и плохо провела интервью. Чел - незнакомый, непредупрежденный, и на взводе. Допустим, он покупает овощи в одном месте, типа у фермы, мясо - у другой фермы, но как он покупает соленые огурцы, муку и соль, сметану и приправы? по отдельности? то есть, видимо, он все-таки пользуется агрегаторами, еще судя по количеству поставок в неделю, просто не сказал.

### Респондент 4

4\* отель в центре СПб. В отеле есть ресторан (завтраки шведский стол, обед, ужин, а ла карте) и круглосуточный бар с закусками. В сезон 400-450 чел в сутки, в несезон м.б. 50 чел.

Вопрос	Ответ
дата	06.03.2020
респондент	Лена - закупщик фуд и бевередж

кто занимается у вас закупками?	сама
что вы закупаете для своего отеля / ресторана / кафе, сколько всего наименований?	все продукты для приготовления блюд
сколько раз в неделю нужно делать закупки	5 дней - каждый день делаю заказ или 3 раза в нед
примерный оборот по закупке в неделю в руб	с алкоголем от 1600 до 3000 тр в мес - т.е от 400 тр в нед.
<b>как вы делаете закупки - все способы</b>	Специализаторы и агрегаторы. Мндж закреплен. Общаемся по телефону или по электронке, есть шаблон заказа. Новый поставщик присылает базовый прайс - м. приехать сделать презентацию, потом первые поставки - на проработочку определенные позиции, пробуем и смотрим. Обычно держат спец. цены, в теч года не дорожают. Если повышают - уведомительные письма за 2 мес об изменении цены.
<b>сколько у вас поставщиков? сколько агрегаторов и сколько специализаторов?</b>	основных 10-11 штук: 4 агрегатора и 6-7 специализирующихся. Есть еще поставщики, от которых закупка 1-2 раза/год, они в эти 10 не входят.
с какими агрегаторами работаете?	не скажу
какие плюсы и минусы есть у агрегаторов?	плюсы: легче набрать сумму на доставку, если нужна, например, только одна позиция по мясу и на 5 кг не набрать - беру у агрегатора и мясо, и масло, и вот уже заказ набран, <b>хорошо в несезон</b>
пробовали ли пользоваться интернет-магазином агрегатора - когда сам кладешь все в корзину - заказ формируется, подгружаются скидки, вы его смотрите и отправляете, и потом приходит счет?	не пробовала
какие плюсы и минусы есть у специализирующихся поставщиков?	Плюсы: напрямую, сами производят, <b>более свежее, идет хороший товароборот, а не лежит месяцами</b> , есть охлажденка, и <b>конечно - это цена</b> - всегда лучше цена у производителя. Если нужно мясо в больших количествах - мясокомбинат только. Минусы: не взять мало
какие самые важные специализирующиеся поставщики у вас? почему?	1) мясо, 2) только колбасные (специально под нас делают - нашего размера), 3) фрукты-овощи (2), 4) безалакашка (2), 5) хлебо-булочные.
как вы оплачиваете закупку - предоплата или отсрочка? что для вас лучше?	отсрочки стандартные две в общепите: 10 банк.дней= 14 календ, алкоголь - 21 календ день. Охлажденка и мороз - по отсрочке нету разницы
<b>какое условие б/п доставки - у специализаторов и у агрегаторов?</b>	сумма от 1,5 до 3,5 тр, большинство норм = от 3тр, у хлеба - от 300 руб
какие проблемы случались у вас с поставками?	Никаких. Нет и не было проблем. 1) Единственное - доставка может задержаться. Работаем до 18ч, обяз условие - привоз в первой половине дня. Но в центре города - тяжело ехать, неудобно, пробки, особенно перед нг праздниками или массовыми выходными - доставка может задерживаться. 1*) Если форс-мажор у водилы, поломка. 2) качество

как вы их решали?	1) мндж отзванивается - договариваемся до сколько ждем. 1*)встречная машинка - перегружается и довозит - ждем. 2) проверяем на приемке и делаем возврат
как искали новых поставщиков - через что конкретно: яндекс или гугл, можете ли искать через вк, можете ли искать через фб, через инсту?	1) Интернет - яндекс. 2) В инстаграме - реклама - оп увидела. 3) Иногда реклама уличная, машинка проезжает с рекламой
искали ли на выставках или через каталоги выставок?	не хожу
какие самые важные моменты вы уточняете про нового поставщика - назовите 3	у нас только безнал расчет. Цена. Качество. Доставка условия
посещаете ли какие-н. специализированные мероприятия?	есть компании, которые приглашают на дегустации. Есть - сами приезжают, делают презентацию, хотят заинтересовать
как давно работаете в закупках для хореки?	с 2005 - 15 лет
сколько вам лет?	не спросила, наверное около 35-38 лет
владеете ли этим бизнесом или наемный работник?	наемная
доп	Приемка на складе - кладовщик (до 18ч)

## 2.3. Сегментация ЦА

Основываясь на услышанном, предполагаю, что первичное разделение ЦА b2b нужно сделать в разрезе отношений покупателей с поставщиками-агрегаторами:

- бизнесы, которые, в большей степени покупают у агрегаторов, - назовем их "горячие";
- бизнесы, которые часть продуктов закупают у специализаторов, а часть - у агрегаторов - назовем их "теплые";
- бизнесы, которые никогда не пользуются поставщиками-агрегаторами, и закупают всё "напрямую у производителей"- назовем их "холодные" - их существование под вопросом.

+ b2c конечный потребитель, покупающий для собственного потребления - тоже м.б. "горячим" - уже пользуется интернет-магазинами для покупки продуктов питания, "теплым" - онлайн-магазинами пользуется ок, но не для продуктов питания, "холодным" - никогда не пользуется онлайн-магазинами.

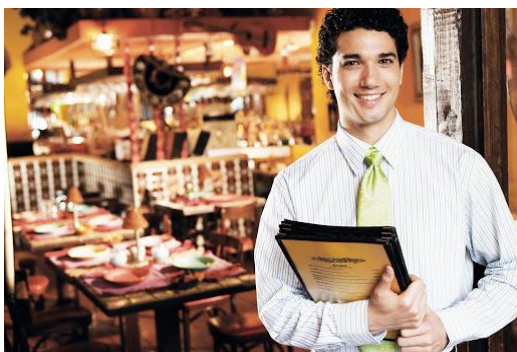
сегменты	как поделила	кто это	закупка в нед	потребности и боли
"горячие"	основной объем закупки через	мелкие бизнесы, у которых нет отдельного сотрудника на закупку и приемку	1-2	-соотношение цена-качество; -достаточный ассортимент; -не может брать коробками: нужно поштучно, по кг; -нужна <b>доставка при небольшой</b>

	агрегатор ов			<b>сумме заказа;</b> <b>-важна длина отсрочки;</b> <b>-должно быть понятно и просто заказывать онлайн;</b> <b>-все равно нужен “свой” менеджер,</b> <b>чтобы, в случае чего – позвонить</b>
		средние и сетевые бизнесы, которых устраивает ассортимент и условия агрегатора, и нет принципиальной важности купить у производителя	2-5	-соотношение цена-качество -широкий ассортимент; -нужно иногда купить на небольшую сумму; <b>-удобство при онлайн заказе</b> <b>-удобный личный кабинет</b> -сохранить индивидуальную скидку при онлайн заказе -отсрочка
“теплые”	значительную часть закупок ( $\geq 40\%$ ) делают у специалистов, часть - у агрегаторов	Любые бизнесы, которые предпочитают брать у разных специалистов, но часть продуктов готовы / вынуждены купить у агрегаторов	2-5	-качество и свежесть -широкий ассортимент -справедливая цена -иногда нужно поштучно и на развес -иногда нужна доставка при небольшой сумме заказа и быстро
		бизнесы, у которых есть спецтребования к продуктам или им делают на заказ – покупают у специалистов		-индивидуальные требования к продуктам
“холодные”	Не покупают у агрегаторов	говорят, что закупают всё “напрямую у производителей” - нужно изучать подробнее		

Аудиторию также можно разделить на представителей, которые:

«Технологичные»	«Скептики»	«Старая гвардия»
Очень любят всё цифровое и онлайн, готовы быстро внедрять новые решения, живут в движении, работают на ходу	Скептически относятся к нововведениям и начинают пользоваться новыми продуктами / решениями / инструментами, когда это уже мощный тренд и уже есть у знакомых и коллег	Боятся «всех этих новшеств», любят «по старинке», телефон – надежнее, email освоили, а «соцсети – баловство, и некогда»

## 2.4. Создание «портретов» пользователей



**представитель “горячего” сегмента, «технологичный»:**

Роман – управляющий сети ресторанов СПб

27 лет

образование высшее экономическое, стажировки за рубежом, доход от 80 тр + бонусы

не женат, детей нет

активно пользуется соцсетями, insta, tg, читает vc  
поиск - Google и Яндекс

**Задача:** «все регулярные процессы, в том числе закупку, нужно максимально автоматизировать и оптимизировать - купить всё в одном месте максимально быстро и удобно; лично для себя я все покупаю он-лайн».

**Проблема:** «еще не видел удобного инструмента для b2b закупки онлайн.

**Решение:** «при регистрации на сайте нашего поставщика к моему эккаунту по ИНН сразу подгрузились все наши предыдущие оффлайн заказы, наша скидка и наша отсрочка, не нужно было ничего дополнительно звонить/настраивать».

**Job story:** «получил весь прежний сервис от поставщика в онлайн, и заказываю в любое удобное мне время».



**представитель “горячего” сегмента, «скептик»:**

Светлана – директор столовой на большом заводе в ЛО, принимает решения о выборе поставщиков, время от времени контролирует закупщицу

45 лет

образование среднее специальное (техникум) и высшее заочное, в разводе, взрослый сын в армии, доход 65 тр+

пользуется вотсапом и вк, поиск - Яндекс

**Задача:** «для меня важно быстро посмотреть, что у нас по закупкам, какие цены сейчас, почём закупали раньше, укладываемся ли в бюджет или нужно пересматривать меню, ну и наших деятелей контролировать нужно регулярно».

**Проблема:** «уже устала от кип бумажных документов и этих папок от пола до потолка в кабинете - увидела у знакомой управляющей кафе, что поставщики сейчас могут тоже выкладывать всю отчетность в интернет – в любой момент можно скачать и посмотреть».

**Решение:** «даже наш давнишний поставщик сделал себе онлайн-магазин, мы зарегистрировались – и я вижу там все документы по нашим заказам за два последних года».

**Job story:** «уменьшить бумажный документооборот, но иметь доступ ко всей документации по закупкам».



**представитель “горячего” сегмента, «старая гвардия»:**

Роза Иосифовна - директор гранд-кафе в бизнес-центре, выполняет много функций, в т.ч. закупку и приемку продуктов для кухни

60 лет

образование среднее специальное, замужем, взрослая дочь, доход 55 тр

заходит в соцсети редко - некогда и вообще, предпочитает все вопросы решать “по старинке” - по телефону

при поиске пользуется Яндексом

СПб, основная аудитория

Задача: «купить весь мой ассортимент продуктов в одном месте, чтобы хорошего качества и по нормальной цене не выше рынка. Меню каждый день разное - бизнес-ланчи - покупаю понемногу».

Проблема 1: «иногда нужно купить меньше стандартной суммы закупки, которая у меня сейчас 8тр., например, когда в выходные мероприятие, и мне в птн нужны еще продукты для него в дополнение к той закупке, которую я уже сделала на эту нед; ну и коробками, например, мясо – я брать не могу, мне нужен 1 говяжий язык только, не больше».

Решение 1: «на сайте своего поставщика увидела, что минимальная сумма закупки 2 тр и можно купить язык поштучно, и поняла, что проблема уже решена - надо заказывать через сайт».

Job story 1: «когда я делаю закупки, мне нужны гибкие условия для моего маленького бизнеса».

Проблема 2: «я не очень люблю все эти новшества, боялась, что не разберусь с этими «кабинетами» или как они называются».

Решение 2: «менеджер, которая ко мне прикреплена, позвонила и всё мне объяснила, как пользоваться, и на сайте у себя они выложили видео как зарегистрироваться и набирать заказ, и как потом в личном кабинете все сохраняется. Оказалось, ничего сложного».

Job story 2: «быстро разобралась с сайтом – удобно! - даже на смартфоне теперь иногда захожу, когда в маршрутке еду».



**представитель “теплого” сегмента, «скептик»:**

Тамина - шеф-повар грузинского ресторана, сама закупает продукты для своей кухни

38 лет

образование среднее специальное, замужем, 2 детей, доход 70 тр

в этом году начала пользоваться инстаграмом и размещать фото своих блюд, чтобы похвастаться друзьям

поиск – Яндекс, СПб, основная аудитория

Задача: «купить натуральные продукты для моей кухни и настоящий грузинский сыр, иначе никакое грузинское блюдо не приготовить».

Проблема: «как купить грузинские продукты, когда ты Питере, чтобы не в тридорога».

Решение: «нашла линейку грузинского производителя на сайте поставщика, на всякий случай позвонила в фирму - меня сразу соединили с их менеджером, который оказался родом из моего города, и он мне подтвердил, что это хороший сыр, можно брать».

Job story: «при закупке для меня важно точно знать происхождение продуктов».