

# Содержание

|  |   |
|--|---|
| Содержание.....                                | 1 |
| 1. Анализ конкурентов .....                    | 2 |
| 1.1. Бенчмаркинг по основным конкурентам ..... | 2 |
| 1.1.1. WMS24.....                              | 2 |
| 1.1.2. Первый бит 1С:WSM24.....                | 2 |
| 1.1.3. Stels Company .....                     | 3 |
| 1.1.4. Storix .....                            | 3 |
| 1.1.5. Общее сравнение сервисов.....           | 4 |
| 1.2. SWOT-анализ нашего продукта.....          | 5 |
| 1.2.1. Strengths (сильные стороны).....        | 5 |
| 1.2.2. Weaknesses(Слабые стороны).....         | 5 |
| 1.2.3. Opportunities (Возможности) .....       | 5 |
| 1.2.4. Threats (Угрозы).....                   | 6 |
| 2. Целевая аудитория автоответчика.....        | 6 |
| 2.1. Актуальность .....                        | 6 |
| 2.2. Портрет целевой аудитории .....           | 6 |
| 2.3. География.....                            | 7 |
| 2.4. Поведение.....                            | 7 |
| 2.5. SAM/SOM.....                              | 7 |
| 2.6. Отличия от конкурентов: .....             | 7 |
| 3. Экономика и монетизация.....                | 7 |
| 3.1. Монетизация .....                         | 7 |
| 3.2. Юнит-экономика и воронка продаж.....      | 8 |
| 4. Дорожная карта (6-12 месяцев).....          | 9 |

## **1. Анализ конкурентов**

### **1.1. Бенчмаркинг по основным конкурентам**

Был проведен анализ конкурентов в сфере инвентаризации склада, который позволяет выявить ключевые особенности сервисов. Ниже представлен обзор популярных в России сервисов инвентаризации склада, а также их преимущества и недостатки.

#### **1.1.1. WMS24**

Полноценная система для склада.

Плюсы:

- Гибкие настройки управления складом, возможность интеграций.
- Аналитика по сотрудникам, Автоматическое размещение, Блоки МХ.
- Работа с Грузами, Зрл.

Минусы:

- Высокая стоимость внедрения (от 444000Р).
- Лимит по количеству товаров и строк в экспорте.
- Малофункциональный базовый тариф с маленьким лимитом и отсутствием всех плюсов выше.
- Для работы системы необходимо большое количество людей.
- Отсутствие AI обработки.

Вывод:

WMS24 уступает конкурентам из-за большого количества ограничений в базовой версии и высокой цены.

#### **1.1.2. Первый бит 1С:WSM24**

Комплексное решение задач по автоматизации складской логистики

Плюсы:

- Доработки функционала.
- Хорошие аналитические инструменты для контроля работы.
- Перенос убытков предыдущих периодов.

Минусы:

- Высокая стоимость внедрения (320000).
- Отсутствие AI обработки.
- Для работы системы необходимо большое количество людей.

Вывод:

Хотя ПервыйБит предлагает довольно хороший функционал для анализа склада, но для продукта слишком высокая цена.

### **1.1.3. Stels Company**

Система управления складом с доступом к камерам.

Плюсы:

- Не нужно заказывать WSM сканеры.
- Контроль сотрудников по камерам.
- Цена в 30000Р.

Минусы:

- Тестовый период всего 3 дня, что не позволяет полноценно протестировать сервис.
- Сложная структура инвентаризации.
- Отсутствие возможности провести инвентаризацию с помощью AI-сканирования

Вывод:

Stels Company хорошее приложение для управления складом, но отсутствие возможности инвентаризации делают его неудобным.

### **1.1.4. Storix**

Платформа для помощи автоматизации инвентаризации склада

Плюсы:

- AI - обработка фото для инвентаризации.
- Минимальные сроки внедрения.
- Минимальное время, затрачиваемое на инвентаризацию.

Минусы:

- Нет.
- Отсутствие AI ответов.

Вывод:

Хотя в Storix нет возможности приёма и продажи, но инвентаризация в данном приложении происходит менее, чем за 5 минут.

#### 1.1.5. Общее сравнение сервисов.

| Компания      | Необходимость сканера | Контроль геолокации и товара | Выгрузка отчетов | AI – обработка |
|---------------|-----------------------|------------------------------|------------------|----------------|
| WMS24         | Да                    | Нет                          | Да               | Нет            |
| Первый Бит    | Да                    | Нет                          | Да               | Нет            |
| Stels company | Нет                   | Нет                          | Да               | Нет            |
| Storix        | Нет                   | Да                           | Да               | Да             |

Выводы:

Stels Company— самый слабый сервис из-за ограниченных возможностях и отсутствия приёма

ПервыйБит иWMS24 хорошие сервисы для работы склада, но отсутствие AI обработки и контроля геолокации делают, а также необходимость покупки сканеров делают их менее удобными и трудозатратными.

Storix— доступный сервис, но в нем отсутствует функционал для приёма.

Как выделиться на фоне конкурентов?

- Добавить AI - обработку фото.
- Контроль геолокации.
- Сделать настройки системы.

## **1.2.SWOT-анализ нашего продукта**

### **1.2.1. Strengths (сильные стороны)**

Уникальные функции:

- AI-обработка- — автоматически обрабатывает фото/видео, экономя время клиентов.
- Контроль геопозиции товара.

Минимальные сроки и стоимость инвентаризации:

### **1.2.2. Weaknesses(Слабые стороны)**

Ограниченный функционал на старте:

- Нет приемки и списания.

Маркетинговые риски:

- Низкая известность бренда на фоне конкурентов (i2CRM, Quickley).

Зависимость от качества видео:

- При плохом видео маленькие и средние товары могут распознаваться некачественно.

### **1.2.3. Opportunities (Возможности)**

Расширение функционала:

- Добавить приемку и интеграцию с кассами, например для ПВЗ.

Международный рынок:

- Адаптация под страны СНГ и Европу (например, поддержка английского языка).

AI-апгрейды:

- Внедрение аналитики на основе AI.

#### **1.2.4. Threats (Угрозы)**

Агрессивная конкуренция:

- Конкуренты могут снизить цены или добавить AI-сканирование.

Предпочтение клиентов на традиционные системы:

Технические сбои:

## **2. Целевая аудитория автоответчика**

Приложение для автоматизации инвентаризации склада востребованы среди среднего и большого бизнеса складов с движениями товаров.

### **2.1.Актуальность**

Почему бизнесу нужен наш продукт?

- 1.Риски потерь → компания теряет деньги за содержание сотрудников для инвентаризации.
- 2 Потери времени→ компания теряет большое количество времени для инвентаризации.
- 3.Потерянные товары→ из-за человеческого фактора, могут теряться товары

### **2.2.Портрет целевой аудитории**

Кто наш основной клиент?

Владельцы среднего и большого бизнеса по складам с большими движениями товара.

## **2.3.География**

Приоритетной география пользователей являются Россия (акцент на городах-миллионниках).

## **2.4.Поведение**

Это склады, которые используют приложения для автоматизации инвентаризации и страдают от потерянного времени и денег на рабочих

## **2.5.SAM/SOM**

SAM (Россия) : 150 млн средних и больших складов (по данным Росстата).  
SOM : 5% от SAM =7.5 млн компаний (потенциальных клиентов).

## **2.6.Отличия от конкурентов:**

Почему клиенты выберут нас?

1. Контроль геолокации товара по номеру полки.
2. AI-обработчик фото/видео.
- 3.Быстрота сканирование, инвентаризацию можно провести до 5 минут
4. Точность сканирование, отсутствие возможности пропустить товар.
5. Простой и удобный интерфейс → не нужно разбираться в сложных настройках.

## **3. Экономика и монетизация**

### **3.1.Монетизация**

Основным источником дохода будет коммерческая лицензия. На основе анализа сайтов конкурентов (лицензия стоит от 30000 до 444000 рублей за подключение)

### 3.2.Юнит-экономика и воронка продаж

- Средний чек лицензии: 25 000 р.
- Стоимость привлечения одной компании: 50 р.
- Конверсия в покупку: 1%.
- Количество привлекаемых компаний в месяц: 1 000.
- Прямые рекламные затраты:  $1\,000 * 50\text{ р} = 50\,000\text{ р}$ .

Воронка продаж:

| Этап                                | Конверсия | Количество компаний |
|-------------------------------------|-----------|---------------------|
| Посетители сайта                    | 100%      | 1 000               |
| Оставили заявку                     | 10%       | 100                 |
| Провели переговоры                  | 2%        | 20                  |
| Внесли в бюджет и подписали договор | 1%        | 10                  |
| Оформили лицензию                   | 1%        | 10                  |



В итоге 1% компаний подписали договор, в месяц получаем 10 компаний.



Чистая прибыль:  $25\,000 * 10 - 50\,000 = 200\,000\text{р.}$

Юнит-экономика (сколько зарабатываем с одной компании)

| Показатель                                     | Значение                                 |
|--|--|
| Стоимость привлечения 1 компании               | 50 Р                                     |
| Конверсия в покупку                            | 1%                                       |
| Стоимость привлечения одного платящего клиента | $50\text{ Р} \div 1\% = 5\,000\text{ Р}$ |
| Прибыль с одного платящего клиента             | $25\,000 - 5\,000 = 20\,000\text{Р}$     |

#### 4. Дорожная карта (6-12 месяцев)

Этап 1: Подготовка и запуск MVP (0-3 месяца)

1. 0-1 месяц:

- Завершение анализа конкурентов и аудитории.
- Формирование команды и ТЗ.
- Выбор технологий.

2. 1-2 месяц:

- Разработка базового функционала:
  - Настройка AI-обработки.
  - Выпуск MVP.
  - Настройка контроля геолокации товара
- Создание простого интерфейса.

3. 2-3 месяц:

- Запуск MVP с AI-обработкой для бета-тестирования.
- Сбор обратной связи по AI-обработкой и доработка.

Этап 2: Развитие продукта и выход на рынок (3-6 месяцев)

1. 3-4 месяц:

- Улучшение AI-обработки.

- Добавление контроля геолокации.

2. 4-5 месяц:

- Тестирование новых функций.
- Оптимизация интерфейса и AI-обработки.

3. 5-6 месяц:

- Запуск маркетинговой кампании с акцентом на AI-обработки.
- Внедрение демо.

Этап 3: Масштабирование и улучшение (6-12 месяцев)

1. 6-8 месяц:

- Новый функционал для приемки и работы склада.
- Функционал для ПВЗ

2. 8-10 месяц:

- Новые тарифы.
- Реферальная программа.

3. 10-12 месяц:

- Выход на рынки СНГ (Казахстан, Беларусь).
- Запуск англоязычной версии.