# **Содержание**

[**Содержание** 1](#_Toc194192117)

[**1.** **Анализ конкурентов** 2](#_Toc194192118)

[**1.1.** **Бенчмаркинг по основным конкурентам** 2](#_Toc194192119)

[**1.1.1.** **WMS24** 2](#_Toc194192120)

[**1.1.2.** **Первый бит 1С:WSM24** 2](#_Toc194192121)

[**1.1.3.** **Stels Company** 3](#_Toc194192122)

[**1.1.4.** **Storix** 3](#_Toc194192123)

[**1.1.5.** **Общее сравнение сервисов.** 4](#_Toc194192124)

[**1.2.** **SWOT-анализ нашего продукта** 5](#_Toc194192125)

[**1.2.1.** **Strengths (сильные стороны)** 5](#_Toc194192126)

[**1.2.2.** **Weaknesses(Cлабые стороны)** 5](#_Toc194192127)

[**1.2.3.** **Opportunities (Возможности)** 5](#_Toc194192128)

[**1.2.4.** **Threats (Угрозы)** 6](#_Toc194192129)

[**2.** **Целевая аудитория автоответчика** 6](#_Toc194192130)

[**2.1.** **Актуальность** 6](#_Toc194192131)

[**2.2.** **Портрет целевой аудитории** 6](#_Toc194192132)

[**2.3.** **География** 7](#_Toc194192133)

[**2.4.** **Поведение** 7](#_Toc194192134)

[**2.5.** **SAM/SOM** 7](#_Toc194192135)

[**2.6.** **Отличия от конкурентов:** 7](#_Toc194192136)

[**3.** **Экономика и монетизация** 7](#_Toc194192137)

[**3.1.** **Монетизация** 7](#_Toc194192138)

[**3.2.** **Юнит-экономика и воронка продаж** 8](#_Toc194192139)

[**4.** **Дорожная карта (6-12 месяцев)** 9](#_Toc194192140)

1. **Анализ конкурентов**
   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. **WMS24**

Полноценная система для склада.

Плюсы:

* Гибкие настройки управления складом, возможность интеграций.
* Аналитика по сотрудникам, Автоматическое размещение, Блоки МХ.
* Работа с Грузами, 3pl.

Минусы:

* Высокая стоимость внедрения (от 444000₽).
* 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. **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. **Stels Company**

Система управления складом с доступом к камерам.

Плюсы:

* Не нужно заказывать WSM сканеры.
* Контроль сотрудников по камерам.
* Цена в 30000₽.

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. **Storix**

Платформа для помощи автоматизации инвентаризации склада

Плюсы:

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

Минусы:

* Нет.
* Отсутствие AI ответов.

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

* + 1. **Общее сравнение сервисов.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Компания | Необходимось сканера | Контроль геолокации товара | Выгрузка отчетов | Al – 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 приёмки  
ПервыйБит иWMS24 хорошие сервисы для работы склада, но отсутствие Al 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 приёмки.

Как выделиться на фоне конкурентов?  
 - Добавить Al - обработку фото.  
 - Контроль геолокации.  
 - Сделать настройки системы.

* 1. **SWOT-анализ нашего продукта**
     1. **Strengths (сильные стороны)**

Уникальные функции:

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

Минимальные сроки и стоимость инвентаризации:

* + 1. **Weaknesses(Cлабые 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. **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. **Threats (Угрозы)**

Агрессивная конкуренция:

* Конкуренты могут снизить цены или добавить AI-сканирование.

Предпочтение клиентов на традиционные системы:

Технические сбои:

1. **Целевая аудитория автоответчика**

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

* 1. **Актуальность**

Почему бизнесу нужен наш продукт?  
 **1**.Риски потерь → комапания 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

* 1. **Портрет целевой аудитории**

Кто наш основной клиент?  
Владельцы среднего и большого бизнеса по скаладам с большими движениями товара.

* 1. **География**

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

* 1. **Поведение**

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

* 1. **SAM/SOM**

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

* 1. **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, отсутсвие возможности пропустить товар.  
    5. Простой и удобный интерфейс → не нужно разбираться в сложных настройках.
2. **Экономика и монетизация**
   1. **Монетизация**

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

* 1. **Юнит-экономика и воронка продаж**
* Средний чек лицензии: 25 000 р.
* Стоимость привлечения одного пользователя: 50 р.
* Конверсия в покупку: 1%.
* Количество привлекаемых пользователей в месяц: 1 000.
* Прямые рекламные затраты: 1 000 \* 50 р = 50 000 р.

Воронка продаж:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этап | Конверсия | Количество пользователей |
| 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 000р.

Юнит-экономика (сколько зарабатываем с одной компании)

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Значение |
| Стоимость привлечения 1 компании | 50 ₽ |
| Конверсия в подписку | 1% |
| Стоимость привлечения одного платящего клиента | 50 ₽ ÷ 1% = 5 000 ₽ |
| Прибыль с одного платящего клиента | 25 000 – 5 000= 20 000₽ |

1. **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 Al-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.