

## Заглавие:

ТрансСпед - Стилиян Кънчев, Димитър Костов, Димитър Митев

*Представя името на фирмата, кои сме ние (изредени 3-те имена). Слайда представлява само името на фирмата и нашите имена.*

## Проблем:

В България годишно около 80 милиона тона товари, които се обслужват от над 8 хиляди превозвачи и спедитори. Един от главните проблеми на индустрията е връзката между превозвачите и клиентите, които имат нужда от качествен превоз на достъпна цена и организацията му в максимално кратки срокове.

*Тук казваме какъв е проблема, който ще се опитаме да решим. Мисля, че написаното е ок. На презентацията може да има само един слайд с текст. „ПРОБЛЕМЪТ“ и някакво замислено или разтревожено човече на заден план.*

## Решение:

Нашият продукт улеснява връзката между спедитори и превозвачи. Предлагайги база данни на спедиторите с актуална информация за текущите курсове на превозвачите и техните маршрути.

*Тук казваме на кратко какво е нашето решение на проблема. По-долу в презентацията ще се дадат достатъчно детайли. Целта на този слайд е да подготви слушателя и да му даде идея за какво ще се презентира. Слайда може да е отново една дума от сорта „РЕШЕНИЕТО“ и примерно картинка от сорта „ЕВРИКА“.*

## Бизнес модел:

Бизнес моделът, на които се спряхме, е SaaS. Защо? Решава проблема за клиента със скъпо струващия хардуер и неговата поддръжка за съвършни цели. Решава проблема с поддръжката на софтуер инсталиран на техните компютри. Улеснява тяхната работа като им дава възможност, да се съсредоточат изцяло върху собствените си бизнес процеси.

*Тук казваме типа на бизнес модела. За слайдера си представям отново една дума „SaaS“ с големи букви и примерно някаква сложна система от машини/код които са задраскани.*

## Таргет група:

ТрансСпед има две основни таргет групи. Спедитори и транспортни фирми или индивидуални превозвачи.

## Как правим пари?

Основните приходи на фирмата ще са от месечни абонаментни планове на спедиторските фирми желаещи достъп до системата на ТрансСпед.

## Защо нас?

*Най-трудната част. Тук трябва да измислим повече текст не само изредени нещата...малко да се украсят и разширят. Да се опише и по-подробно идеята. Това реално е и частта „Продукт“ от 7-те Р*

*Как ще събираме базата данни?*

*Защо превозвачите биха ползвали приложението?*

*Как присъствието им в нашият сайт ще им донесе повече работа?*

*Защо спедиторите биха искали да се регистрират?*

*Силни страни на уеб системата (интерфейс, леснотата на ползване, функционалността и др.)?*

*Сигурността на данните?*

*Поддръжка? Видове поддръжка?*

## Кое ни отличава от конкурентите?

1. Интуитивен интерфейс, който е лесен за използване
2. Улесняване времето за навлизане в спецификите на софтуера поради текучеството на кадрите в бизнеса
3. Намалява технологичното време за намиране на превозвач/сделка
4. Възможност за сваляне на информацията на компютъра
5. Безплатно приложение за превозвачите проследяващо разхода на гориво, амортизацията на консумативите и тяхната смяна, информация за пътната обстановка

## Маркетинг и продажби:

*Тук ще трябват няколко „подслайда“ за различните неща.*

### Как ще достигнем до клиентите си?

#### Основна реклама:

1. Търговски отдел търсещ лийдове.
2. Реклама в пресата.
  - списание „Логистика“, „Камиони“
  - брошури в тир сервиси, тип паркинги и тип автокъщи
3. Позиционирани билборди (тир паркинги).

#### Онлайн реклама:

1. Google Adwords
2. Реклама в онлайн изданията на списания „Логистика“, „Камиони“, „Мениджър“.
3. Автомобилни форуми

#### Афилиейт програма:

Отстъпка 10% за 3 месеца за всеки спедиторски абонаментен план

## Маркетингов Микс: 7Ps

### Продукт:

1. Име на бранда(име на продукта) – “Транспед“
2. Функционалност
  - Интуитивен интерфейс, който е лесен за използване
  - Улесняване времето за навлизане в спецификите на софтуера поради текучеството на кадрите в бизнеса
  - Намалява технологичното време за намиране на превозвач/сделка
  - Възможност за сваляне на информацията на компютъра
  - Безплатно приложение за превозвачите проследяващо разхода на гориво, амортизацията на консумативите и тяхната смяна, информация за пътната обстановка
  - Обявяване на свободно място в камиона по дадена дестинация(и през приложението и през сайта)
3. Безопасност
  - - Сигурност на лични данни / Сигурност на корпоративната информация
  - - Наличност на необходимите данни по всяко време, чрез възможност за сваляне

### Цена:

1. Онлайн с възможност за безплатно ползване и таксуване, чрез абонаментни планове за допълнителни услуги.
2. Ценообразуване, чрез market-oriented принципа(на базата на цената на конкурентите)

### Място:

1. Интернет
2. Мобилен телефон
3. Desktop

### Промоции:

1. 1 месец безплатно тестване
2. 5% отстъпка при участие в подобряването на услугата
3. Отстъпка при дългосрочен абонамент
  - 6 месеца – 5%
  - 12 месеца – 10%
  - 24 месеца – 15%
4. Отстъпка 10% за 3 месеца за всеки спедиторски абонаментен план

## PESTLE:

*Тук ще сложа анализа но на презентацията трябва да представим само резултат от анализа.*

1. Политическа среда
  - Влияе непряко. Има значение законите, които се примат, като директно засягащи спредиторския бизнес в страната.
2. Икономическа среда
  - Пряко значение. По-големите темпове на развитие на икономическата среда значат по-голями върможности за развитие на нашия бизнес и по-големи пазари.
3. Социална среда.
  - В България вече има голямо общество, което пазарува изцяло по интернет и е основен потребител на спредиторски услуги. Такъв портал би бил също толкова успешен както групите за споделено пътуване в социалните мрежи.
4. Технологична среда
  - Технологичната среда е обвързана по-скоро непряко с нашия бизнес. Хардуерната част и актуализация се осигурява от фирмата, предоставяща ни хостинг и домейн. Софтуерните технологии са по-тясно обвързани, тъй като трябва да поддържахме както най-новите технологии така и по-старите, за да не губим клиенти. (По-възрастните хора предпочитат IE, докато по-младите избират др. алтернативи). Същото важи и за мобилното приложение (може да се направи cross-platform).
5. Законова уредба
  - Законовата уредба е важен фактор. Трябва да се съобразим стриктно с изискванията на „Закон за защита на личните данни“ както и работим в условия на лоялна конкуренция между превозвачите. Законите, които касаят превозите на товари ни засягат пряко и диктуват цената на услугата.
6. Околна среда
  - Този фактор касае непряко нашия бизнес тъй като той е ситуиран в Интернет. Въпреки това може да бъде използван като рекламен коз, защото наличието на по-малко празни курсове на превозвачите значи по-малък разход на гориво и по-малки емисии на вредни газове.

## Портър Анализ:

*Важни същото като при PESTLE.*

1. Заплаха от нови играчи на пазари – лесно ли се стартира нов бизнес в този бранш.
  - Рискът от нови играчи на такъв пазар е относително голям. За да се започне такъв бизнес е необходимо освен финансовата възможност, то и определен know-how и добра CMS система. Това което е бариера за навлизане на нови играчи е именно клиентската система. Съществуват доста готови, но те трябва да бъдат преправени да отговарят на определените за целта изисквания.
2. Заплаха от заместител
  - На този етап конкурентните продукти са малко и не са добре реализирани. За да се

избегне тази заплаха трябва да се осигури много добър support след закупуването на услугата и адекватно и бързо обслужване на клиентите. Услугата трудно може да бъде изцяло автоматизирана или outsource-ната, защото тя е лесно приложима в гъвкавата бизнес среда на България и по-трудна за реализация в по-стриктни държави.

### 3. Силата на купувачите

- В нашия бизнес услугата, която ще монетаризира е ориентиране по-скоро B2B и се предполага, че ще е Freemium за обикновените потребители. В този ред на мисли големите спедиторски фирми, които искаме да привлечем за партньори ще могат до голяма степен да ни диктуват цените, но за сметка на това малките фирми са много повече, а те ще търсят нашите услуги, за да може да работят пряко и лесно с големите си конкуренти.

### 4. Силата на доставчиците

- В ролята на доставчици влизат местата, където ще рекламираме. Ние нямаме преки доставчици на продукт. По-скоро нашите „доставчици“ ще бъдат обикновените потребители, ползващи спедиторските услуги. В този ред на мисли, те заемат ключова роля и за да бъдат стимулирани може да се направи Gamification под формата на значки. Потребителите да получават точки и значки за всяка препоръка на сайта и за всеки приятел, който доведат, като на определени точки да получават бонус услуги.

### 5. Конкуренция

- Към момента няма голяма конкуренция. Един добър UX и UI би ни извел напред пред конкуренцията. За да задържим позициите си е необходимо да се разработят подробни и конкретни пакети от услуги.