Заглавие

Проблем:

-В България годишно около 80 милиона тона товари, които се обслужват от над 8 хиляди превозвачи и спедитори

-Нашият продукт улесняваме връзката между спедитори и превозвачи

<http://www.nsi.bg/bg/content/1715/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D0%B8-%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%D0%B2%D0%B8%D0%B4-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%8A%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D0%BE-%D0%B2%D0%B8%D0%B4-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%B0-%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%D1%82%D0%B8%D0%BF-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%B0>

<http://news.speditor.net/>

Решение:

-Мултиплатформено приложение за превозвачи и интегриран сайт с информация за спедитори

-Предлагаме база от данни от превозвачи на спедиторите

-Безплатно мобилно приложение за превозвачите

4. Бизнес модел – SaaS

-Решава проблема за клиента със скъпо струващия хардуер и неговата поддръжка за сървърни цели

-Решава проблема с поддръжката на софтуер инсталиран на техните компютри

-Как правим пари?

-Чрез месечни абонаментни планове за спедиторите

-Кой ви плаща?

-Спедиторите

5. Секретният сос

-Кое ни отличава от конкурентите?

-Спедитори

-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

-Превозвачи

-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)

-Допълнително

-

6.Маркетинг и продажби

-Как ще достигнете до клиентите си?

-Основна:

-търговски отдел търсещ лийдове

-Реклама в пресата

-списание „Логистика“, „Камиони“

-брошури в тир сервизи, тип паркинги и тип автокъщи

-Позиционирани билборди (тир паркинги)

-Допълнителна:

-Интернет реклама

-google adwords

-Защото предлага таргетирана реклама спрямо търсените ключови думи

-реклама в онлайн изданията на списания “Логистика“, „Камиони“, „Мениджър“, автомобилни форуми

-Защото

-Афилиейт програма

-Отстъпка 10% за 3 месеца за всеки спедиторски абонаментен план

-Маркетинг микс

-Продукт

-Име на бранда(име на продукта) – “Транспед“

-Функционалност

-Спедитори

-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

-Превозвачи

-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)

-Безопасност

-Сигурност на лични данни / Сигурност на корпоративната информация

-Наличност на необходимите данни по всяко време, чрез възможност за сваляне

-Цена:

-Онлайн с възможност за безплатно ползване и таксуване, чрез абонаментни планове за допълнителни услуги

-Ценообразуване, чрез market-oriented принципа(на базата на цената на конкурентите)

-Place:

--Интернет, Мобилен телефон, Desktop

-Promotion:

-1месец безплатно тестване

-5% отстъпка при участие в подобряването на услугата

-Отстъпка при дългосрочен абонамент:

-6 месеца – 5%

-12 месеца – 10%

-24 месеца – 15%

-Отстъпка 10% за 3 месеца за всеки спедиторски абонаментен план

-Поддръжка

-Отличен sales support

-Отличен technical support

7. Конкуренция(Porter’s 5 Forces)

-Заплаха от навлизане на нови конкуренти

-Правни пречки: защита на личните данни

-икономия от мащаба(Дали постоянните разходи са значителна част от общите разходи – Да се напише след финансовата част)

ГАНТОВА ТАБЛИЦА

Desktop приложение – за бъдещо развитие

Таргет група – дали превозвачите са таргет

-превозвачи

-спедитори

Портър - доставчиците дали са превозвачите

Physical Evidence: Връзка с клиентите към края на техния абонамент и предлагане на безплатно подновяване на абонамента в замяна на обратна връзка за услугата.

SWOT – да питаме как да го анализираме

8. PESTLE

- Политичска среда

*Влияе непряко. Има значение законите, които се примат, като директно засягащи спредиторския бизнес в страната.*

* 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.*

* 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.*

* 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 поддържаме както най-новите технологии така и по-старите,за да не губим клиенти. (По-възрастните хора предпочитата IE, докато по-младите избират др. алтернативи). Същото важи и за мобилното приложение (може да се направи cross-platform).*

* Законова уредба

*Законавата уредба е важен фактор. Трябва да се съобразим стрикно 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.*

* Околна среда

*Този фактор касае непряко нашия бизнес тъй като той е ситуиран в Интернет. Въпреки това може да бъде използвам 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.*

9. Портър – 5 сили

- 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.*

- 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.*

- 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 спредиторски фирми, които искаме да привлчем 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.*

- 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 Gamefication под формата на значки. Потребителите да получават точки и значки за всяка препоръка на сайта и за всеки приятел, който доведат, като на опредени точки да получават бонус услуги.*

- 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.*