



# IntelliFreeze

## Intelligens élelmiszertárolás

## Üzleti terv

Szerzők:

Ballagi -Pordány Dániel Árpád

Dajka Ferenc

Dúcz Mihály

Fodor Krisztián

Lipp Marcell



## Tartalom

1. Célok .....	4
1.1. Küldetés, vízió .....	4
1.2. Termékkonceptió.....	4
1.2.1. Termékfejlesztési ciklus.....	5
1.2.2. Induló termék .....	6
1.3. Üzleti modell.....	6
1.3.1. Ügyfelek, igények .....	7
1.3.2. Kapcsolattartás módja .....	7
1.3.3. Marketing.....	7
1.3.4. Értékesítés .....	8
1.3.5. Vevőszolgálat (visszacsatolás).....	8
2. Helyzetértékelés .....	8
2.1. Belső .....	8
2.1.1. Humán erőforrások .....	8
2.1.2. Infrastruktúra.....	9
2.1.3. Pénzügyi erőforrások .....	9
2.2. Külső.....	10
2.2.1. Technológiai trendek .....	10
2.2.2. Piaci trendek.....	10
2.2.3. Piac mérete, megcélózható részesedés.....	11
2.2.4. Partnerek .....	11
2.2.5. Konkurencia.....	11



---

2.2.6. Gazdasági, jogi, politikai környezet.....	11
2.2.7. Ügyfelek.....	12
2.3. SWOT elemzés .....	12
3. Tervek .....	12
3.1 Célkitűzések.....	13
3.1.1. Rövidtávon (1 év) .....	13
3.1.2. Középtávon (3 év).....	14
Kiegyensúlyozott céltábla.....	15
3.2. Feladatok.....	16
3.2.1. Termékfejlesztés .....	16
3.2.2. Munkatársak felvétele, képzése .....	17
3.2.3. Megállapodás partnerekkel .....	18
3.2.4. Marketing.....	19
3.2.5. Konkurencia figyelése .....	19
3.2.6. Kockázati tőke bevonása.....	19
3.3. Költségvetés.....	21
3.3.1. Bevételek.....	21
3.3.2. Kiadások .....	22
3.4 Kockázatok kezelése.....	22



## 1. Célok

### 1.1. Küldetés, vízió

Cégünk küldetése hogy megkönnyítsük az emberek életét, levegyük a vállukról a mindennapos terheket, automatizáljuk az időigényes, szükségszerű tevékenységeket, ezáltal több időt nyerve az ügyfeleinknek, kik így nagyobb hangsúlyt, több időt fektethetnek az igazán fontos dolgokra.

### 1.2. Termékkonceptió

Termékünk két részből tevődik össze. Egy bármely hűtőre felszerelhető leolvasóról és az okos telefonokra feltelepíthető Applikációból.

A leolvasó feljegyzi minden terméket, amit a felhasználó lehúz, mikor a hűtőbe teszi az árut. A leolvasó egy szimpla vonalkód leolvasó, mely az adatokat továbbítja a felhőben található szerver felé. Egyszerűsége miatt, bármely hűtőbe felszerelhető, kis mérete miatt sok helyet sem foglal, sőt, ha esetleg helyhíján lennénk a hűtőben a régi és vagy kisebb modellek esetén, bárhova feltelepíthető a házon belül. A felhasználónak csak le kell olvasatnia az árut. A telefonra telepíthető Applikáció lekérdezi a szerveren található adatokat, ezáltal mindig naprakész listát kapunk hűtőnk aktuális állapotáról, következő lehetőségekkel:

- 1) Automatikus jelzés, ha bizonyos termék szavatossága közeledik a lejárat dátumhoz
- 2) Automatikus jelzés, ha az applikáción keresztül megjelölt termék elérhető mennyisége egy bizonyos, felhasználó által megadott szint alá esik
- 3) Automatikus jelzés, ha gyakran használt termékek mennyisége fogyóban
- 4) Az applikációba felvehető receptek közül kilistázza azokat, melyekhez van elegendő készletünk azok elkészítéséhez
- 5) Termékek beszerzéséhez kilistázza azon helyeket, melyek árusítják azt árakkal és egyéb információkkal kapcsolatban (származási hely, szavatosság, stb)
- 6) Lehetőség van beállítani automatikus házhozszállítást egyes termékek esetén, ha azok a megadott szint alá esnek
- 7) Lehetőség van receptek teljes repertoárját megrendelni



## 1.2.1. Termékfejlesztési ciklus

### *Piaci igények felmérése*

Ez a fázis rögtön kezdeti veszi a fejlesztéssel egy időben. Hűtő minden otthonban megtalálható, így az igény felmérése nem arra irányulna, hogy kinek van, vagy nincs hanem arra, hogy kit érdekelne az Applikációkkal járó előnyök. Időspórolás mellett az akciók ki listázása miatt pénz megtspórolni is lehet. Célunk ezen célcsoport megtalálása.

### *Hardverek prototípusának beszerzése, megépítése, tesztelése*

Szintén rögtön az indulás után indulna. Cél megtalálni a kényelmes vonalkód lehúzó, mely kis helyen is elfér, bárhová felszerelhető, és kibővíthető internet kapcsolattal. Több prototípus készítése a cél. Kezdetben a legegyszerűbben módosítható, legkisebb költséggel, de kényelmesen használható modellt szeretnénk készhez kapni, viszont a prototípusoktól sem szabadulnánk meg, későbbi verziókban különböző igényeknek megfelelően különböző típusokat szállítanánk.

Kezdeti modell megtalálása után is folyamatosan folya a kutatás további modellek után minimális erőforrás felhasználással.

### *Szerveroldal lefejlesztése*

Megfelelő infrastruktúra kiépítése a szerver oldalt. A szükséges körök lefutása megfelelő architektúra kialakítása. Kezdetben nagy hangsúlyt fektetnék erre, hogy minél előbb tesztelhessük rendszerünk robosztusságát, továbbiakban viszont csak kapacitásnövelés, esetleges új funkciók hozzá adása és karbantartás lenne a cél.

### *Kliensoldal lefejlesztése*

Hasonlóan az előzőekhez, ez is rögtön indulna. A cél a felhasználói felület meghatározása, funkciók véglegesítése, majd ezek megvalósítása minden elterjedt rendszerre.

### *Ügyfél fórum*

Ügyfeleinkkel való kapcsolattartáshoz egy egyszerű, könnyen átlátható oldal tervezését és megvalósítását tervezzük. Miután a grafikai felület tervezői elkészültek az Applikáció



felületével, akkor kezdenék ennek a komponensnek megtervezésébe. Magát a kódolást pedig a kliens program közel bejezésével egy időben kezdenénk, kezdetben kevés majd folyamatosan több fejlesztő hozzáadásával.

A fórumon felhasználók megvitathatnák benyomásaikat, megoszthatnák tapasztalataikat, továbbá felületet adnánk a közvetlen kapcsolatfelvételre velünk.

Fórumra a regisztráció termék kód alapján lehetséges, tehát csakis ügyfelek fognak tudni véleményt nyilvánítani az oldalon, így megakadályozva a folyamatos, névtelen szemtelést. Ha szükséges, módrációhoz is folyamodhatunk, hogy biztosítsuk a civilizált és minőségi kommunikációt az oldalon.

## *Tesztelés*

A tesztelés folyamatos, és több fázisú. Minden előbbieken meghatározott pont külön-külön tesztelhető, és tesztelendő. Mivel termékünk nagy mennyiségben fog kikerülni, cél a lehető legjobb minőség elérése, a lehetséges szoftverhibák kiszűrése.

Bár minden komponens külön tesztelhető, amint több közeledik a befejezéshez, kombinált tesztelést is fogunk folytatni, hogy megbizonyosodjunk a megfelelő működésről, a fejlesztési fázis legvégén pedig mindent átfogó tesztelésbe kezdünk.

Cél az összes elérhető okos telefon rendszer lefedése, nagyszámú stressz tesztelés illetve lehetséges kirívó esetek lefedése.

### 1.2.2. Induló termék

Az induló termékünk egyetlen egy típusú leolvasóból fog állni, hogy ne kelljen különböző típusúakat is mind részletesen letesztelni. A telepíthető applikáció pedig a már felsorolt funkciókat fogja teljesíteni. A szoftver egyszerűen telepíthető, könnyen átlátható, letisztult, minimális funkciókat fogja tartalmazni.

## 1.3. Üzleti modell

A fő bevételi forrásunk nem a leolvasó és a hozzátartozó szoftver eladásából fog származni, hanem a rendelés lehetőségét biztosító szolgáltatásból. Nagyobb árú szolgáltatókkal, bevásárló



központokkal, plázákkal és futárszolgálatokkal szerződnék le, kik így direktbe kapnának rendeléseket tőlünk, ezáltal úgy tudnak ügyfelekhez jutni, hogy azoknak nem kell személyesen felkeresniük az eddigi szolgáltatóikat. Az általunk jutatott vevők függvényében kapnánk fizetést a szerződött szolgáltatóktól.

### 1.3.1. Ügyfelek, igények

Ügyfeleink széles körben megtalálhatók egyedülálló személyektől nagycsaládokig. Bárki, aki rendelkezik egy hűtővel és szeretne időt spórolni a bevásárláson, könnyen néhány kattintással új terméket rendelni vagy készleteit feltölteni, potenciális ügyfél a számunkra.

### 1.3.2. Kapcsolattartás módja

Kapcsolattartást az ügyfeleinknek megalkotott fórumon, illetve e-mailen keresztül tartanánk. Interneten keresztül, szöveges chat megoldással egyszerűen és gyorsan tudnánk panaszokat kezelni, és megspórolnánk a telefonos szolgáltatás fenntartását.

### 1.3.3. Marketing

Marketingünk fő részt online történne, a különböző Applikációs online boltokban reklámoznánk magunkat, továbbá a szerződött áru szolgáltatóknak is érdekükben lenne termékünk hirdetése. Hisz ha a vevők innentől kezdve interneten szerzik be az áruikat a leszerződött szolgáltatóktól, ahelyett hogy azok személyesen mennének el, a szolgáltatók ez által költségcsökkentésbe kezdhetnek.

Továbbá közvetlenül a megjelenés előtt, mikor már mind online, mind személyen a boltokban jelen vannak a hirdetéseink, a végső nyomásként mind TV-ben mind Rádióban adnánk rövid, tömör reklámokat, amik a termékünk által generált előnyökre – több szabadidő, akciók könnyebb megtalálása, termékek automatikus beszerzése – fókuszálna. Ezen hirdetések maximum egy héten keresztül futnának, hogy az érdeklődését a maximumra toljuk fel, de ne túl sokáig, hogy az már csökkenni kezdjen.



## 1.3.4. Értékesítés

Értékesítés kétféleképpen történne. Egyrészt online rendeléssel, közvetlenül tőlünk a fórumunkon keresztül, másrészt leszerződött szolgáltatók is árulnák a terméket.

## 1.3.5. Vevőszolgálat (visszacsatolás)

Visszacsatolás közvetlenül a fórumunkon történne, ahol a felhasználó szabadon megfogalmazhatja véleményét, teljesen ingyen. Továbbá direkt kommunikációra is adunk lehetőséget chat ablakon keresztül. Az így kapott visszajelzéseket beleépítenénk a termékünk későbbi iterációiba, ezáltal biztosítva, hogy azt szállítjuk, amire a vevőnek igenis szüksége van. Továbbá monitorozhatjuk a rendeléseket, és ezekből készült statisztikák alapján tudnánk későbbi verziókban új funkciókat szolgáltatni, mint személyre szabott akciók megjelenítése, felhasználó szokások alapján kitalálандó és automatikusan megrendelendő termékek mindenféle felhasználói input nélkül, illetve a statisztikák alapján több szolgáltatóval is tudunk jobb kapcsolatot kiépíteni.

## 2. Helyzetértékelés

### 2.1. Belső

#### 2.1.1. Humán erőforrások

Cégünk jelenleg öt fővel dolgozik. Összes munkatársunk felsőfokú végzettséggel rendelkezik, melyet színvonalas oktatási intézményben szereztek. Annak ellenére, hogy most induló vállalkozás vagyunk és a tagok is frissen végzett szakemberek csapatunk összeszokott és többen is rendelkeznek ipari tapasztalattal. A fiatal, kreatív közeg, a jó egyetemi eredmények és a jó ajánló levelek biztosítják a termék kiváló minőségét, gondos, precíz tervezését és gyártását. Kollégáink amellet, hogy szakmájuk bizonyos területein elmélyítették tudásukat, széleskörű ismeretekkel rendelkeznek mind a korszerű technológiák területén, mind pedig az elméleti, tervezési eljárások alkalmazásában. Hasonló érdeklődési körük, hosszú évek óta tartó barátságuk valamint elképzelésük a szoftvertermék minőségét, létrehozását, technikáját és eszközeit illetően tovább könnyíti a közös munkát. A cég vezetése a jó hangulat és az aktív kikapcsolódás érdekében rendszeres időközönként csapatépítő tréningeket szervez. A munkatársak folyamatos





naprakész tudásának szinten tartása érdekében pedig továbbképzéseket szerveznek vagy mások által szervezett tanfolyamokra, előadásokra küldik őket.

Tervezzük továbbá field engineer-ek felvételét, akik betanítása egy újabb tanfolyam keretében fog történni. Felvételük szükséges, hiszen összetett rendszerről lévén szó, mind a telepítés, mind az esetleges hibák javítása szakembert igényel. Emellett a terméktámogatási szolgáltatásunkhoz is szükségünk lesz újabb emberek felvételére, akik betanításuk után képesek lesznek a használt issue rendszer kezelésére és a hibák továbbítására.

A termék értékesítési fázisának eredményessége érdekében elkerülhetetlen a további bővítés értékesítési és marketing szakemberekkel. Ezt a feladatot a HR osztály végezné, aminek kiépítése szintén feladataink közé tartozik. Bár a fent említett szakemberek idegen nyelvi tudása nagyrészt követelmény, a cég további terjeszkedésének megkönnyítése érdekében számukra külön idegen nyelvi kurzusokat indítanánk.

## 2.1.2. Infrastruktúra

Telephelyünk egy 110 m<sup>2</sup> –es belvárosi irodában található, melyet korszerűen és a könnyebb kommunikáció valamint a jobb légkör érdekében úgynevezett openoffice rendszerben alakítottunk ki. Munkatársaink rendelkezésére bocsátunk egy saját használatú korszerű notebookot, a hozzá szükséges kényelmesebb illetve gyorsabb munkavégzést segítő tartozékokkal együtt. Adatainkat két 3 PB kapacitású szerveren tároljuk, melyek közül az egyik a telephelyünkön, a másik egy külön erre a célra bérelt helyen található. A két szerverre párhuzamosan mentjük az adatokat, így csökkentve a különböző hibákból adódó adatvesztés valószínűségét. A szerverekhez munkatársaink a laptopjukról csatlakozhatnak, akár otthoni hálózatról is. Minden tagunk számára biztosítunk internet hozzáféréssel rendelkező mobiltelefont, valamint szükség esetén személygépkocsit is.

## 2.1.3. Pénzügyi erőforrások

Cégünk az induló tőkén kívül számos pályázatot nyújtott be, telephelyfejlesztésre, eszközbeszerzésre, különböző továbbképzésekre. Ezek közül a nyertes pályázataink:



- Eszközbeszerzés 65%-os támogatással - Innovációs eredmények hasznosításának támogatása mikro-, kis és középvállalkozások részére.
- Mikroállalkozások fejlesztése.
- Munkahelyi képzések támogatása mikro- és kisvállalkozások számára.
- A fizikai és infokommunikációs akadálymentesítés szakmai tudásának elterjesztése és hozzáférhető szolgáltatások fejlesztése.

## 2.2. Külső

### 2.2.1. Technológiai trendek

A mai technológiai trendek alapján a piacot az egyre növekvő számú mobil eszközök uralják. Az utóbbi évben a legnagyobb növekedést és fejlődést az okostelefonok és tabletek piacán láthattuk, melyre cégünknek is építenie kell. Ehhez az IntelliFreeze rendszer irányítását a két legelterjedtebb mobil operációs rendszeren (Androidon és iOS-en) is elérhetővé tesszük.

Mai világunkban egyre jobban terjednek a különböző szociális hálók és azokhoz tartozó különféle kommunikációs csatornák, amellyel nekünk is számolnunk kell szoftverünk értesítéseink kiküldése során. Meg kell adnunk a többféle kommunikációs csatornák választhatóságának lehetőségét (E-mail, SMS, Facebook, Google calendar, Skype) a felhasználóknak az értesítések kiküldésére.

Manapság egyre több figyelem irányul az energiatakarékos és környezettudatos megoldásokra, így mi is megpróbálunk ehhez igazodni. Lehetőség szerint törekednünk kell arra, hogy olyan hűtőszekrényekben is elérhető legyen a szolgáltatásunk, amelyek ezen a területen úttörők.

### 2.2.2. Piaci trendek

A piacon megfigyelhető, hogy egyre több háztartási termékbe kerülnek be intelligens megoldások. Ugyanakkor ez a trend nem jellemzi a hűtőszekrények piacát, csak néhány ilyen megoldás van, és azok sem igazán kiforrottak, illetve nem elérhető széles rétegek számára.

A szoftver megjelenése utáni 5 évben emelkedő trendet szeretnénk elérni a piacon bevételek szempontjából, majd a célul kitűzött piaci részesedést elérve megengedhetővé válik a vízszintes trend a cég számára.



## 2.2.3. Piac mérete, megcélózható részesedés

Cégünk elsődleges célja, hogy szoftverünk nemzetközileg is elterjedjen, ezért világméretű piacról kell elsősorban beszélnünk. Ennek egyik oka, hogy kis országunk nem szolgáltat, akkora felvevő piacot, hogy a befektetésünk megtérüljön, így szükségünk van külföldi ügyfelekre is. Másfelől viszonylag új technológia révén szoftverünk világméretű elterjesztése a későbbiekben ezen technológia elterjedése után nagy méretű piaci részesedést is eredményezhet, ha képesek vagyunk azt a köztudatba beiktatni. Célunk a szoftver megjelenését követő 5 évben 30%-os piaci részesedést majd további 5 éven belül 50%-os piaci részesedést elérni.

## 2.2.4. Partnerek

Cégünk jelenleg több háztartási gépet gyártó céggel is tárgyalásokat folytat az irányban, hogy milyen lehetőségeket kínálnának a számunkra az eszköz integrálására vonatkozólag.

Ezenfelül az IntelliFreeze eszköz tervezése során felmerül az a lehetőség is, hogy használhatnánk valamilyen konkrét megoldást (pl.: Raspberry Pi), ezért különféle hardvergyártókkal is kapcsolatba léptünk.

## 2.2.5. Konkurencia

Kevés cég is foglalkozik intelligens élelmiszertárolással. Ezzel ellentétben viszonylag sok cég üzemeltet internetes áruházakat, amiknek fő profiljuk az élelmiszer szállítás. Számunkra az igazi előnyt az jelentené, hogy az élelmiszer rendelés maga az intelligens megoldás rész, így a felhasználónak természetesen adódik, hogy tőlünk rendeljen anélkül, hogy rá kell találnia a szolgáltatásunkra. Ezenfelül további előnyt jelent az eszköz magas szintű integrációja, és így annak kényelmes és természetes használatát. A termék és így egyben a szolgáltatás elterjedését nagyban elősegíti az integrált közösségi aspektus.

## 2.2.6. Gazdasági, jogi, politikai környezet

Sajnos a jelenlegi magyarországi gazdasági és politikai helyzet nem egyszerű háttérrel biztosít egy újonnan induló cég számára, mint a miénk. Ugyanakkor a számos Európai Unió pályázat és támogatási lehetőség segítségével jelentős indulótőkét szerezhethetünk, mint frissen induló vállalkozás. A cég alapításával kapcsolatos jogi kérdések és szerződések kérdéseivel a cég leszerződött jogásza foglalkozik.



## 2.2.7. Ügyfelek

Ügyfeleink a végfelhasználók lesznek, így az ő igényeikhez kell igazodnunk. Előnye, hogy közvetlen kapcsolatot tarthatunk a végfelhasználókkal, így az esetleges változtatásokat gyorsabban és egyszerűbben tudjuk kezelni. A jövőben kívánunk bevezetni egy ügyfél támogatási rendszert is és egy szolgáltatást az ügyfelek egyéni igényeihez igazodó fejlesztésekkel megfelelő juttatásokért cserébe.

## 2.3. SWOT elemzés

<b>Erősségek</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• fiatal, összeszokott csapat</li> <li>• elkötelezettség a cég és a minőségi szoftverek iránt</li> <li>• nagy munkabírás</li> <li>• kreatív gondolkodás</li> <li>• egyedi ötlet</li> <li>• versenyképes szakértelem</li> <li>• fejlett technológia</li> <li>• jó stratégia</li> </ul>	<b>Gyengeségek</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• újonnan alapított cég</li> <li>• kevés tapasztalat</li> <li>• sok elvégezendő feladat</li> <li>• nagyméretű projekt</li> <li>• szűk termelési vonal</li> <li>• pénzügyi hiány</li> </ul>
<b>Lehetőségek</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• piacvezetés megszerzése</li> <li>• nemzetközi vállalattá válás</li> <li>• széleskörű kapcsolatok kiépítése</li> <li>• gyorsabb piaci növekedés</li> <li>• termékvonal kiterjesztése szélesebb vásárlói igények kielégítésére</li> </ul>	<b>Fenyegetések</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kedvezőtlen gazdasági helyzet</li> <li>• nagyobb tőkével vagy tapasztalattal rendelkező versenytársak</li> <li>• vásárlók igényeinek megváltozása</li> <li>• partnerek visszalépése</li> </ul>

## 3. Tervek

Ebben a fejezetben igyekszünk összefoglalni a vállalatunk rövid- és középtávú céljait, majd megvizsgálni, hogy milyen feladatokat szükséges elvégeznünk céljaink eléréséhez. Külön szó lesz a termékünk fejlesztésével kapcsolatos terveinkről, a humán erőforrásokra irányuló tervekről, az üzleti illetve az anyagi terveinkről is.



## 3.1 Célkitűzések

Vállalatunk célja természetesen a hatékony működés és leendő ügyfeleink hatékony kiszolgálása, de először nézzük meg, hogy ehhez milyen szükséges lépéseket kell megtennünk rövid illetve középtávon.

### 3.1.1. Rövidtávon (1 év)

Terveink szerint vállaltunk első éve az innovációról fog szólni, hiszen a nulláról kell előállítanunk a forgalmazni kívánt terméket. Ezt az innovációs folyamatot három párhuzamosan futó folyamatra lehet bontani: szoftveres innováció, hardveres innováció illetve üzleti/marketinges innováció.

A szoftveres innováció fő célja a gépeinken futó szoftver béta verziójának kifejlesztése. Emellett szintén el szeretnénk készíteni egy alapverziót a webservice szoftverből, amely a különböző szoftvereink közötti kommunikációt segíti majd, a webes felületünkől, illetve a telefonos alkalmazásunkból.

Hardveres téren szeretnénk az első egy évben elkészíteni az első eszközeinket, azaz az első hűtőszekrénybe szerelt számítógépeinket, amelyekre a programot telepíthetjük majd, ez elengedhetetlen a teszteléshez.

Az üzleti/marketinges innováció első lépései a termék beharangozását foglalják magukba. Azaz nagy mennyiségű reprezentációs anyag elkészítését és széles körökben való publikálását. Emellett meg kell kezdenünk a tárgyalásokat az első üzleti partnereinkkel is: alkatrész beszállítók, partner élelmiszerláncok, forgalmazók stb.

Összességében tehát szeretnénk a következő egy évben elkészíteni termékünk béta változatát, illetve előkészíteni a termék tömeges forgalmazásának lehetőségét. Ebben az időszakban bevételre még nem számítunk.



### 3.1.2. Középtávon (3 év)

Ha elkészült az első bétaváltozatunk szeretnénk megkezdeni az úgynevezett éles teszt időszakot. Ebben az időszakban még csak néhány (kb. 20-30) készüléket bocsátanánk ki és nyomon követnénk működésüket, várnánk a felhasználói visszajelzéseket. A beérkező észrevételek alapján mind a szoftverünket, mind a hardvert folyamatosan javítanánk, tökéletesítenénk.

Ezen első gépeinket reprezentációs céllal adnánk ki későbbi partnereinknek. Ez alatt az időszak alatt szeretnénk a gépeinkkel megjelenni témába vágó ipari innovációs kiállításokon, ahol már élőben tekinthetnénk már termékünket az érdeklődők.

Ha az éles tesztelési időszak lezárul (ez reményeink szerintem egy kb. 8-10 hónapos időszak), akkor indulhat a piaci forgalmazás. Ennek az időszaknak kezdetére kell megállapodnunk véglegesen a forgalmazóinkkal.

Siker és megfelelő eladási szám esetén elkezdjük kidolgozni a valódi, gyári jellegű tömeggyártásnak feltételeit.



## Kiegyensúlyozott céltábla

Ügyfél nézet	
Cél	Mérték
Új gépek eladása és így az ügyfélkör bővítése	Dinamikusan egyre nagyobb mértékben, de jó lenne havonta megduplázni az ügyfelek számát
Ügyfelek hűségének kialakítása	A szolgáltatást használni kezdő ügyfelek teljes mértékű megtartása
Ügyfél-elégedettség	A beérkező hibapanaszok javítása 3 napon belül
Partnerek számának bővítése	Vizsonteladók számát is havonta duplázni szeretnénk
Pénzügyi nézet	
Cél	Mérték
Bevétel	Eladott gépenként havi szinten 3000-5000 Ft
Nyereség	Éves szinten 100-200 millió forint
Ügyfél-elégedettség	A beérkező hibapanaszok javítása 3 napon belül
Partnerek számának bővítése	Vizsonteladók számát is havonta duplázni szeretnénk
Belső nézet	
Cél	Mérték
Vállalatot elhagyó munkatársak száma	Maximum 3 fő
Munkatársak produktív kihasználtsága	A munkaidő 75%-a
Termékek minőségének magasán tartása	Hibák folyamatos javítása, innovációs ötletek megvalósítása
Újítási és tanulási nézet	
Cél	Mérték



Hozzáértő szakemberek felvétel		A megfelelő területekre 3-5 fő felvétele	
Alkalmazottak	megelégedettségének	Alkalmazottak	megelégedettségének
növelése		legalább 80%-os szinten tartása	

## 3.2. Feladatok

Ez a fejezet arról fog szólni, hogy terveink megvalósulásához milyen lépéseket kell megtennünk a vállalat életének különböző területein.

### 3.2.1. Termékfejlesztés

A termékünk fejlesztése két részre tagolódik: szoftveres illetve hardveres fejlesztésre.

A hardveres fejlesztés első lépése megtalálni azt a számítógép összeállítást, amin dolgozni szeretnénk. Fő cél, hogy kicsit legyen. Rendelkeznie kell vonalkód leolvasóval, megfelelő méretű érintőképernyővel, wifi elérési lehetőséggel, illetve vonalas internet csatlakoztatási lehetőséggel. Hogyha megtaláltuk a megfelelő számítógép installációt, keresnünk kell egy megfelelő típusú hűtőszekrényt, amelyet átalakíthatunk, a számítógépet beleépíthetjük. Amennyiben nem találunk ilyet a piacon, abban az esetben valamelyik gyártóval kell egyedi, a célnak megfelelő hűtőszekrényt gyártatnunk. Az utolsó lépés pedig a számítógép illetve a hűtőszekrény összeépítése úgy, hogy az mind funkcionális, mind ergonomiailag megfelelő legyen.

A szoftveres fejlesztésünknel először a megfelelő technológiát kell kiválasztanunk. Ezt nagyban az összeállított hardver fogja meghatározni. A szoftverünk több komponensből fog állni: a hűtőszekrényben lévő számítógépen futó alkalmazás, a webes szolgáltatás, amin keresztül a különböző alkalmazásaink kommunikálnak, a webes alkalmazás, illetve a különböző platformokra készített telefonos alkalmazásaink.

Ezek közül először a webes szolgáltatást, illetve a termékbe épített alkalmazást kell kifejleszteni. Ennek fő funkcionalitása, hogy a felhasználó tudja regisztrálni termékét, majd regisztráció után képes legyen megadni és bármikor módosíthassa beállításait (honnan rendeli az élelmiszert, milyen termékeket szeretne a hűtőszekrényében látni stb.). Illetve fontos funkció a





hűtőszekrényben lévő termékek nyilvántartása, ezek kezelése a vonalkód leolvasó és az érintőképernyő szükségével egy ergonomikus felületen lesz lehetséges. A felhasználó adatait, beállításait illetve a hűtőszekrény tartalmát mind a webes szolgáltatás kezeli, viszont ezek párhuzamosan a lokális gépen is tárolva lesznek, hogy egy internet kimaradás ne akadályozhassa meg termékünk üzemszerű működését.

Ha ezek megvannak, jöhet a webes alkalmazás kifejlesztése. Ezen alkalmazás segítségével tudják majd partnereink egy weboldalon keresztül nyomon követni hűtőszekrényük tartalmát, illetve bármikor módosíthatják annak beállításait. Ennek elkészülése után indulhat a mobilos alkalmazások fejlesztése, amelyek funkcionalitása a webes alkalmazásénak felelne meg. A mobilos alkalmazást első lépésben a legnépszerűbb telefonos platformokra fejlesztjük ki: Android, IOS, a későbbiekben viszont elkészíthetjük a kevésbé elterjedni telefonos operációs rendszerekre is.

A későbbiekben még szükséges lesz egy monitoring rendszer kialakítása, amely folyamatosan fogadja a szoftvereinktől és felhasználóiktól érkező hibaüzeneteket, hogy azokat minél előbb orvosolhassuk.

### 3.2.2. Munkatársak felvétele, képzése

A vállalatunk szoftveres fejlesztéseit eleinte mi öten el tudnánk látni. Később, a termék forgalomba kerülése után lenne szükség egy néhány fős szoftveres gárda felállítására, akik a termékeket fejlesztik, illetve a felmerülő hibákat orvosolják. Mivel szakképzett embereket vennénk fel erre a célra, ezért képzésük néhány nap alatt megtörténhetne.

A kezdetektől fogva szükségünk lesz egy hardveres munkatársra, aki a gépeink hardveres fejlesztésével, illetve összeszerelésével foglalkozik. Ha elkezdünk nagyobb mennyiségben gépeket előállítani, akkor először ezen csoport létszámát kell majd növelnünk, később gyári technológiák kialakítására lesz szükség. Ennek kialakítására valószínűleg külső céget bízunk meg. Ha ez megtörtént a későbbiekben már csak egyszerű gyári munkásokra lesz szükségünk, de ez csak a nagyon távlati célokban szerepel.



Szükségünk lesz marketinges munkatársakra is, akik a cég üzleti kapcsolatairól gondoskodnak. Ilyen jellegű munkatársakat a termék elkészülése előtt néhány hónappal kell majd felvennünk, ez a csoport optimálisan 2-3 főből fog állni eleinte.

Szükségünk lesz még egy munkatársra a későbbiekben, aki az alkatrész beszállításokért, illetve gépeink szállíttatásáért felel.

Ha már piacra bocsátottuk gépeinket szükségünk lesz ügyfélszolgálatos munkatársakra is, akik e-mailben illetve telefonon várják folyamatosan ügyfeleink esetleges panaszait. Eleinte ezt a munkát egy fő végezni, de ahogyan termékeink száma nőne, ez a csoport dinamikusan bővülne.

Szintén gépeink üzleti forgalomba kerülése esetén szükségünk lesz olyan munkatársakra, akik gépeink javítását végzik úgy, hogy kimennek ügyfeleink otthonába. Gépeink terjedésével egyre több ilyen munkatársra lesz szükségünk, akik egy meghatározott területen végeznék ezt a feladatot.

### 3.2.3. Megállapodás partnerekkel

Első lépésben hűtőszekrényt gyártó vállalatokkal kellene megállapodást kötnünk, hogy a hűtőszekrényeikbe beszerelhessük gépeinket. Partnereinknek ez eladásaik növekedésével fog hasznot hozni.

Második fontos lépés lenne minél több hűtőszekrényt forgalmazó üzletláncsal egyeztetni termékeink árusításáról. Termékeink árát úgy képeznénk, hogy fedezze az anyag költséget (hűtőszekrény illetve a bele kerülő számítógép), viszont erre legfeljebb minimális hasznot számolnánk, az igazi hasznot a létrejövő szolgáltatásból várjuk.

Ha már a gépeink megvannak a legfontosabb partnereink az élelmiszer forgalmazó/kiszállító cégek lesznek. Szeretnénk úgy megválogatni őket, hogy földrajzilag minél nagyobb területet lefedjenek, árukínálatuk minél nagyobb legyen. Úgy szeretnénk velük megegyezni, hogy minden szolgáltatásunkon beérkező rendelés összegéből néhány százalékos részesedést kapjunk. Ez nekünk természetesen azért lesz jó, mert várhatóan szolgáltatásunkat keresztül hatalmas áruforgalom fog bonyolódni, így sok kis összegből is hatalmas haszonra tehetünk fel. Partnereinknek pedig azért jó, mert szolgáltatásunk hatalmas forgalmat biztosít nekik.



## 3.2.4. Marketing

Cégünknek a piacra új belépőként kezdetben a termék megismertetése a legfontosabb feladata. Ehhez agresszív marketing politikát fogunk követni mely rövidtávon a következőképpen fest:

- Hirdetés plázákban elektronikai árucikkeket forgalmazó üzletek közelében
- Valamely nagy olvasó számmal rendelkező hetilapban cikk megjelenítésével valamint napilapban hirdetés feladásával
- Internetes reklámok az elektronikai árucikkeket forgalmazó üzletek honlapjain
- Hazai kereskedelmi csatornáknál leadott reklám

Későbbiekben – középtávon – célszerű lehet még a fent említett üzletek reklámújságaiban való szereplés, különböző hasonló érdekeltségű kiállításokon való részvétel.

## 3.2.5. Konkurencia figyelése

Mivel cégünk terméke nem egyedi a világban ezért kiemelten fontos, hogy odafigyeljünk vetélytársainkra is. Mai világunk kiélezett piaci helyzetében minden apró információ fontos lehet a vetélytársakról. E tekintetben meg kell határoznunk, hogy konkurenciáink mekkora szeletet hasítanak ki a piac eme szektorából. Fontos figyelemmel kísérnünk, hogy esetlegesen más, ugyancsak újonnan született vállalat kíván-e belépni a piacra.

Ezeket felül kiemelten fontos konkurenciák fejlesztéseinek figyelemmel kísérése; hisz aki hamarabb előáll valamilyen érdekes, a partnerek igényeit jobban kielégítő fejlesztéssel annak nagyobb lesz az előnye a piaci versenyben.

## 3.2.6. Kockázati tőke bevonása

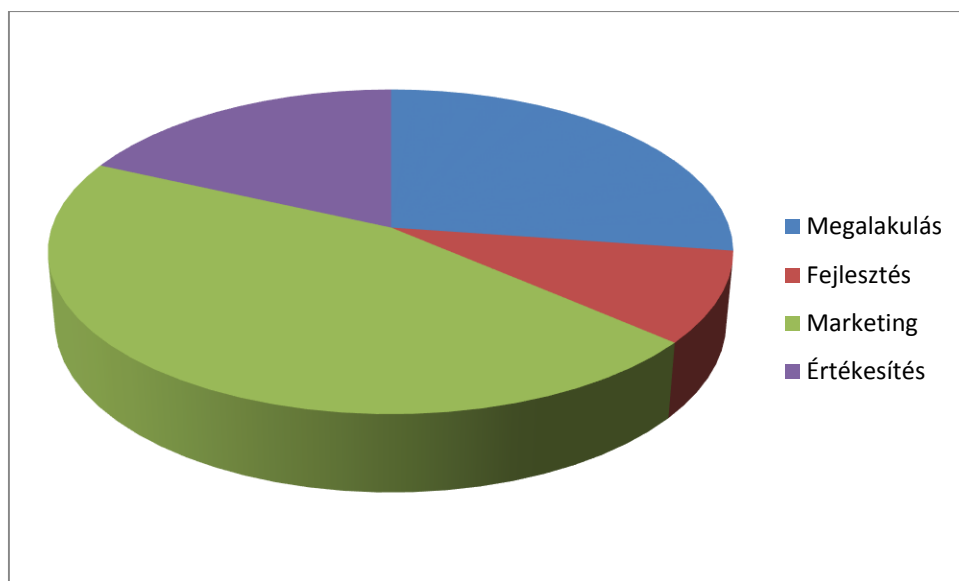
Vállalatunk hatékony elindulásához nélkülözhetetlen minél több befektető meggyőzése. Cégünknek fontos, hogy különböző nagy európai pályázatokat megpályázzunk és az így beérkező összeget a cég indítására tudjuk fordítani.

Termékeink legyártása költséges, melynek nagy részét nem feltétlenül a szoftver lefejlesztése jelentené, hanem a szükséges hardvereszközök beszerzése. Ezeket felül a megnyert kockázati tőkét marketingre, értékesítésre és esetleges üzleti kapcsolatok kialakítására fordítanánk.



Előzetes becslések alapján a következő összegekre lenne szükségünk az egyes célokra elosztva:

- Megalakulás: 300 millió forint, mely tartalmazza:
  - Vezetőség megalakulása
    - Vezetők felvétele és juttatásaik
  - Székhely felépítése, mely magában foglalja:
    - Irodaház kialakítás és felszerelése
    - Szoftverfejlesztői részleg kialakítása és felszerelése
    - Összeszerelő műhely kialakítása és felszerelése
  - Konkurencia megfigyelése
  - Opcionális partnerek felkeresése, tárgyalás
- Fejlesztés: 100 millió forint, mely tartalmazza:
  - Fejlesztői gárda szakemberekkel való bővítése
  - Összeszerelő műhely mesteremberekkel való bővítése
  - Kutatás + fejlesztés tevékenység
- Marketing: 500 millió forint, mely tartalmazza:
  - Reklámszerződés kötése plázákkal, újságokkal, televíziós csatornákkal
  - Reklámfelület bérlete honlapokon
- Értékesítés: 200 millió forint, mely tartalmazza:
  - Szerződéskötés boltokkal, mind online-offline tekintetben
  - Megbízható fuvarozó cég keresése és megegyezés velük



### 3.3. Költségvetés

Cégünk költségvetését a különböző bevételi forrásokból (minimális haszon a hardver eladásán, terméktranzakciók lebonyolításakor) befolyó jövedelem és a számos kiadás formálja. Szeretnénk minimalizálni a kezdeti deficitet. Reményeink szerint a vállalatunk középtávra kezdené el termelni a nyereséget, melyet visszaforgatnánk főként a cég fejlesztésére. Ennek elérése érdekében támogatni szeretnénk a termelékenység növelését, melyet nagy részben befolyásol a munkakörnyezet. Így a munkakörnyezet kialakítása során külön figyelmet szentelünk az irodaház és a munkaeszközök magas színvonalú minőségére

#### 3.3.1. Bevételek

Cégünk egyik bevételi forrása az eladott hűtőszekrényekből befolyó összeg. A termék piaci árát a felszeretlen hűtőszekrény és a további hardver elemek ára valamint a munkadíj alapján határozzuk meg. Az eladott hűtőszekrények árrését megpróbáljuk minimalizálni, mivel nem ezt tekintjük majd cégünk fő profittermelő eszközének.

Másik, egyben fő bevételi forrásnak a különböző, megrendelt termékek összegéből kapott részesedést tekintjük. Minden a szolgáltatásunkon keresztül rendelt termék végösszegéből a partnerünkkel megállapított százalékos részesedés illetve minket.



A fentiekén felül cégünk tervezi egy szervizműhely kialakítását, mely a meghibásodott készülékek kijavításáért felelős. Természetesen minden termékünkre garanciát vállalunk, így a garanciaidőn belüli meghibásodások kijavításáért nem számolunk fel díjat. Azonban a garanciaidőn kívüli meghibásodások eszközöléséért felárat számolunk fel.

### 3.3.2. Kiadások

Kiadásaink java részét a különböző hirdetések teszik ki. Ezeken felül komoly rész hasít ki a munkatársak kifizetése, az irodaház bérlete és fenntartása. Kiadást jelent még a cégünk honlapjának valamint szerverparkjának fenntartása, mely a webes szolgáltatást szolgálja ki. Lévéen, hogy nem cégünk gyártja le a szükséges hardver elemeket, kiadásként jelenik meg még ezek beszerzése is, ám az ezeket gyártó elektronikai cégekkel kötött megállapodásunk értelmében lehetőségünk van ezeket kedvezményesen beszerezni.

A terméktámogatás is kiadásokat von magával. Termékünk szoftverének, hardverének hibáinak kijavítása, fejlesztése, korszerűsítése, frissítése kardinális pont, mely kiadásokkal jár. A szervizműhely fenntartása és alkatrészekkel való ellátása is költségeket von maga után. A különböző elektronikai kiállításokon való részvétel, stand bérlete valamint transzparenszek készítése is ide sorolható.

### 3.4 Kockázatok kezelése

Minden újonnan induló vállalatnak több kockázattal is szembe kell néznie, függetlenül a piaci területtől. A különböző kockázatokat fel kell térképezni, értékelni és kezelni kell. Így külön kell kezelni a pénzügyi, kereskedelmi, műszaki, technológiai és vállalati kockázatokat. A különböző kockázatokat egy táblázatban reprezentáljuk:



Kockázat	Kockázat mértéke	Kár mértéke	Kezelés
Szerverpark meghibásodása	Kicsi	Nagy	Backup szerverpark üzemeltetése
Hardver beszállító szerződésbontása	Kicsi	Nagy	Más alternatív partnerek figyelemmel kísérése
Szállítócég szerződésbontása	Kicsi	Nagy	Más alternatív partnerek figyelemmel kísérése
Viszonteladó szerződésbontása	Kicsi	Közepes	Több viszonteladóval való leszerződés
Hibás hardverek érkezése	Kicsi	Közepes	Alternatív beszállítóval egyeztetés
Kulcsembert távozása	Kicsi	Nagy	Folyamatos utánpótlás biztosítása