

Организация осуществляет услуги по продаже рыбы по предзаказу. Предварительный заказ осуществляется через группу в Viber, где периодически публикуется гугл-форма для заказа на определенную дату. Менеджер осуществляет поиск поставщиков и доставку рыбы, используя наработанные контакты водителя-владельца Газели.

После доставки рыбы, заказавшим предлагается приехать к определенному времени по определенному адресу и забрать заказ, оплатив на месте.

Пользователями сервиса являются жители г.Ханты-Мансийска, подписанные на группу в Viber. На сегодняшний день количество пользователей - 1800. Потребительский сегмент не выделен.

В аналитическом обзоре <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rybnyj-den-dlya-molodykh-rossiyan> проведенном в 2019 году, приведены следующие сводные данные.

Уровень потребления достаточно высокий - минимум раз в месяц рыбу потребляют 69% опрошенных (среди аудитории 18+ доля составляет 81%), а рыбные продукты - 82%. Необходимо отметить, что активных потребителей (не менее раза в неделю) рыбы среди молодой аудитории всего 31%, это почти в два раза меньше, чем среди всех жителей России старше 18 лет (64%)

Наибольшей популярностью пользуются сельдь, скумбрия и горбуша (их едят от 26% до 28% опрошенных), а также минтай и семга (по 21%)

Несмотря на то, что молодежь в целом высоко оценивает свои навыки приготовления рыбы, представители этой целевой аудитории отдают предпочтение готовой продукции (32%) либо филе или стейкам (26%)

Разделим потребителей на 3 сегмента B2C.

Семьи с доходом от 50 тыс на человека(По данным ГородРабот. ру, средняя зарплата в Ханты-Мансийске за 2022 год – 73 070 рублей.)

Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска

Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка)

Принятая в бизнес модели частота доставки - не более 1 раза в месяц.

Сформируем текущую бизнес-модель

Ключевые партнёры	Ключевые виды деятельности	Ценностные предложения	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты B2C
Транспортные компании.	Сбор заказов через вайбер Доставка продукции Раздача продукции	Цена Качество	Доставка до города Прием заказов через вайбер путем заполнения формы заказа	Семьи с доходом от 100 тыс. Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска
Поставщики				

продукции.		Доставка в город точно в срок	Рекламации	Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка)
	Ключевые ресурсы Базы данных клиентов База данных поставщиков Квалифицированный персонал. Технология продаж	Удобство заказа через форму Нет предоплаты	Каналы сбыта Группа вайбер (переход на форму заказа)	

АНАЛИЗ ПОЛНОТЫ СОДЕРЖАНИЯ И СООТВЕТСТВИЯ ЭЛЕМЕНТОВ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Матрица соответствия-1. Потребительские сегменты -Ценностное предложение

Ценностные предложения			
Цена			
Качество			
Удобство заказа через форму			
Нет предоплаты			
Потребительские сегменты	Семьи с доходом от 100 тыс.	Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска	Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка)

Самые сложные клиенты – участники совместной закупки. При этом, отсутствие предоплаты им не всегда удобно, так как при совместной закупке функции организатора берет на себя один человек.

Добавим в ценностное предложение Доставку до квартиры и возможность приобрести полуфабрикаты (разделанную рыбу). Возможно введение как доставки полуфабрикатов с предприятия, так и рассмотрение возможности производства на территории г.Ханты-Мансийска (в работе не рассматривается, так как бизнес по производству продукции не предполагается)

Ценностные предложения			
-------------------------------	--	--	--

Цена			
Качество			
Удобство заказа через форму			
Нет предоплаты			
Доставка до квартиры			
Полуфабрикаты			
Потребительские сегменты	Семьи с доходом от 100 тыс.	Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска	Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка)

Для сегмента, осуществляющего совместную закупку, важна доставка до квартиры(дома) так как обычно организацией совместной закупки занимаются женщины.

Матрица соответствия-2 Взаимоотношения с клиентами - Потребительские сегменты

Взаимоотношения с клиентами			
Доставка до города			
Прием заказов через Viber путем заполнения формы заказа			
CRM			
Потребительские сегменты	Семьи с доходом от 100 тыс.	Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска	Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка)

При продвижении сегмента «совместная закупка» важен учет взаимоотношений с клиентами, позволяющий экономить ресурсы. Важно поддерживать взаимоотношения со всеми сегментами, для этого используется система управления клиентами (CRM)

Матрица соответствия-3 . Потребительские сегменты - Каналы сбыта

Каналы сбыта			
---------------------	--	--	--

Группа вайбер (переход на форму заказа)			
ВК (заказы)			
Сайт			
Выставки			
Целевой рынок-ценность	Семьи с доходом от 100 тыс.- важно качество продукции и доставка	Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска – ориентированы на удобство получения продукции (заказ и доставка), есть запрос на полуфабрикаты (разделанная рыба)	Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка) - точность доставки до квартиры, зависимость от объема

Так как арендная плата в г.Ханты-Мансийске достаточно высокая, нецелесообразно наличие отдельного торгового помещения для выдачи и хранения заказов. При этом вариант наличие склада можно рассмотреть как перспективный, исходя из прогнозируемого реформирования традиционной торговли «супермаркет» в торговлю через заказ через службы доставки. Так, например, в годовом отчете за 2021 год общества с ограниченной ответственностью «Лента» приводятся сведения о росте общего объема онлайнпродаж на 208% до 19,3 млрд рублей <https://lenta.com/globalassets/docs/investors/2022/30.04.2022.pdf>. Однако, так же стоит учитывать влияние на рост онлайн торговли пандемии коронавируса.

Таким образом, в предлагаемом расширении бизнес-модели каналы сбыта могут быть увеличены через создание ВК группы с функцией заказа, Сайта для приема заказа и возможно предоплаты, и участия в Выставках с активной продажей. Анализ каналов сбыта конкурентов приведен в приложении 1.

Матрица соответствия-4 . Потребительские сегменты - Каналы сбыта – Взаимодействие с клиентами

Каналы сбыта			
Группа вайбер (переход на форму заказа)			
ВК (заказы)			
Сайт			
Выставки			

Взаимодействие с клиентами	Прием заказов через форму, доставка до города, прием рекламаций, CRM	Прием заказов через форму, доставка до города, прием рекламаций, CRM	Прием заказов через форму, доставка до города, прием рекламаций, CRM
Потребительские сегменты	Семьи с доходом от 100 тыс. + Цена+Качество+ Отсутствие предоплаты	Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска + Качество+ Отсутствие предоплаты + Полуфабрикаты	Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка) + Цена+Качество+ Отсутствие предоплаты+Заказ через форму+ Доставка до квартиры

Для удобства клиентов должна быть связь ссылками между сайтов, ВК и вайбер
Сложность- менеджер должен вести базу клиентов, в том числе пришедших через выставку.

Матрица соответствия-5. Ценностные предложения - Ключевые виды деятельности

Ценностные предложения					
Цена					
Качество					
Удобство заказа через форму					
Нет предоплаты					
Доставка до квартиры					
Полуфабрикаты					
Ключевые виды деятельности	Сбор заказов	Доставка продукции	Раздача продукции	Изготовление полуфабрикатов (разделка рыбы)	Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM

Ключевые виды деятельности должны обеспечивать не только создание ценностных предложений, но и функционирование каналов сбыта и поддержание взаимодействия с клиентами.

Для обеспечения всех предлагаемых ценностей и соответствующих типов взаимоотношений с клиентами (матрица соответствия 2) добавлена деятельность по интеграции диагностики потребностей, доставки - **планирование, организация, контроль за процессом покупки через CRM.**

Матрица соответствия-6. **Взаимодействие с клиентами- Каналы сбыта- Ключевые виды деятельности**

Взаимодействие с клиентами- Каналы сбыта						
Прием заказов через форму						
Доставка до города						
Прием рекламаций						
CRM						
Каналы сбыта						
Группа Viber (переход на форму заказа)						
ВК (заказы)						
Сайт						
Выставки						
Ключевые виды деятельности	Сбор заказов	Доставка продукции	Раздача продукции	Изготовление полуфабрикатов (разделка рыбы)	Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM	Планирование, организация участия в выставке

Добавлена **Планирование, организация участия в выставке** для поддержки особого вида деятельности

Матрица соответствия-7. **Ресурсы - Ключевые виды деятельности**

Ресурсы						
Базы данных клиентов						
База данных поставщиков						

Квалифицированный персонал						
Технология продаж						
Связь всех источников заказов в единую систему						
Ключевые виды деятельности	Сбор заказов	Доставка продукции	Раздача продукции	Изготовление полуфабрикатов (разделка рыбы)	Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM	Планирование, организация участия в выставке

Без **Связь всех источников заказов в единую систему** невозможна ключевая деятельность **Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM**

Сложность - уровень развития организации не позволяет говорить о наличии технологии продаж, позволяющей использовать ее как ресурс для всех видов деятельности. Так же есть взаимосвязь между развитием технологии продаж как ресурса и созданием системы взаимодействия с клиентами.

Матрица соответствия-8. Партнёры - Ключевые виды деятельности

Партнёры						
Транспортные компании						
Производители продукции						
Фирма по производству полуфабрикатов						
IT - компании						
Event-агентства						
Службы доставки						
	Сбор заказов	Доставка продукции	Раздача продукции	Изготовление полуфабрикатов (разделка рыбы)	Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM	Планирование, организация участия в выставке

Добавлены партнеры: **IT - компании, Event-агентства, Служба доставки**
РАСШИРЕННАЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ.

Ключевые партнёры	Ключевые виды деятельности	Ценностные предложения	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты B2C
Транспортные компании	Сбор заказов через вайбер Доставка продукции Раздача продукции	Цена	Доставка до города	Семьи с доходом от 100 тыс.
Поставщики продукции	Изготовление полуфабрикатов (разделка рыбы) Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM	Качество	Прием заказов через вайбер путем заполнения формы заказа	Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска
Фирма по производству полуфабрикатов	Планирование, организация участия в выставке	Доставка в город точно в срок	Рекламации CRM	Жители, покупающие продукты на несколько семей(совместная закупка)
IT - компании	Ключевые ресурсы Базы данных клиентов База данных поставщиков Квалифицированный персонал Технология продаж Связь всех источников заказов в единую систему	Нет предоплаты	Каналы сбыта Группа вайбер (переход на форму заказа) ВК Сайт Выставки Чат-бот в Telegram	
Event-агентства		Доставка до квартиры		
Службы доставки		Полуфабрикаты		

Бизнес 1. Рыба для семьи				
Ключевые партнёры	Ключевые виды деятельности	Ценностные предложения	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты
	Сбор заказов через вайбер			

Транспортные компании Поставщики продукции Фирма по производству полуфабрикатов IT - компании Event-агентства Службы доставки	Доставка продукции Раздача продукции Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM Планирование, организация участия в выставке	Цена Качество Доставка в город точно в срок Удобство заказа через форму Нет предоплаты Доставка до квартиры	Доставка до города Прием заказов через вайбер путем заполнения формы заказа Рекламации CRM	B2C Семьи с доходом от 100 тыс.
	Ключевые ресурсы Базы данных клиентов База данных поставщиков Квалифицированный персонал Технология продаж Связь всех источников заказов в единую систему		Каналы сбыта Группа вайбер (переход на форму заказа) VK Сайт Выставки Чат-бот в Telegram	

Бизнес 2. Рыба для молодежи				
Ключевые партнёры	Ключевые виды деятельности	Ценностные предложения	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты
Транспортные компании Поставщики продукции Фирма по производству полуфабрикатов	Сбор заказов через вайбер Доставка продукции Раздача продукции Изготовление полуфабрикатов (разделка рыбы) Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM Планирование, организация участия в выставке	Цена Качество Доставка в город точно в срок Удобство заказа через форму	Доставка до города Прием заказов через вайбер путем заполнения формы заказа Рекламации CRM	B2C Молодые (до 35 лет) жители Ханты-Мансийска

IT - компании Event-агентства Службы доставки	Ключевые ресурсы Базы данных клиентов База данных поставщиков Квалифицированный персонал Технология продаж Связь всех источников заказов в единую систему	Нет предоплаты Доставка до квартиры Полуфабрикаты	Каналы сбыта Группа вайбер (переход на форму заказа) ВК Сайт Выставки Чат-бот в Telegram	
--	--	---	--	--

Бизнес 3. Совместная закупка				
Ключевые партнёры Транспортные компании Поставщики продукции IT - компании Службы доставки	Ключевые виды деятельности Сбор заказов через вайбер Доставка продукции Раздача продукции Изготовление полуфабрикатов (разделка рыбы) Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM	Ценностные предложения Цена Качество Доставка в город точно в срок	Взаимоотношения с клиентами Доставка до города Прием заказов через вайбер путем заполнения формы заказа Рекламации CRM	Потребительские сегменты B2C Жители, закупающие продукты на несколько семей(совместная закупка)
	Ключевые ресурсы Базы данных клиентов База данных поставщиков Квалифицированный персонал Технология продаж Связь всех источников заказов в единую систему	Удобство заказа через форму Доставка до квартиры	Каналы сбыта Группа вайбер (переход на форму заказа) ВК Сайт Чат-бот в Telegram	

Добавим бизнес-модель Рыба по подписке

В бизнес-модели клиенту гарантируется поставка продукции, при этом он производит оплату услуги на период 1, 3, 6, 12 месяцев (предоплата).

Бизнес 4. Рыба по подписке				
Ключевые партнёры	Ключевые виды деятельности	Ценностные предложения	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты B2C
Транспортные компании	Сбор заказов через вайбер Доставка продукции Планирование, организация, контроль за процессом покупки в CRM	Цена Качество Доставка точно в срок	Доставка до квартиры Рекламации CRM	Клиенты по подписке
Поставщики продукции IT - компании Службы доставки	Ключевые ресурсы Базы данных клиентов База данных поставщиков Квалифицированный персонал Технология продаж Связь всех источников заказов в единую систему	Доставка до квартиры	Каналы сбыта ВК Сайт Выставки Чат-бот в Telegram	