CoffeeSales — Befektetői One-Pager

*Valódi adat alapú összefoglaló a kérdőíves felmérés eredményeiből (view-only)*

# Cél és minta

Cél: kérdőíves felmérés alapján döntéstámogatás új kávézó nyitásához: célközönség, választék, árazás, lokációs szempontok.

Minta: 4 023 kérdőív; 56 kérdés (átlagosan ~44,5 válasz/kitöltő).

# 1) Ki a célközönség?

* 25–44 évesek aránya: 72,9% (25–34: 1 980 fő; 35–44: 953 fő). Nemek: férfi 2 512, nő 850.
* Fogyasztási hely: otthon domináns (3 629), majd munkahely (1 430), kávézó (1 166), útközben (704).

# 2) Milyen kínálatot várnak?

* Top italpreferenciák: Pourover (1 079), Latte (676), Regular drip coffee (441), Cappuccino, Espresso.
* Tejek: Whole milk (847) és zabtej (511) a legnépszerűbb; mandulatej is jelentős (145).
* Pörkölés: Light 43,97%, Medium 38,5%, Dark 10,14% — világos/közepes preferencia.
* Édesítés: kristálycukor 39,22%, nyerscukor 15,53%, édesítőszer 12,18%, méz 9,37%, stevia 6,83%; fekete 51,14%, tej/alternatíva 33,31%, cukor/édesítő 10,11%.

# 3) Mennyit fizetnek?

* Havi költés: legnagyobb csoport $20–40 (1 288 fő), majd $40–60 (1 045 fő).
* Egy csésze maximum ára (WTP): többség $6–10 sávban; $10–15 ~19% (prémium réteg).

# 4) Termékteszt – melyik íz nyer?

* 4 tesztelt kávé személyes preferencia pontszáma (0–4): D: 3,38; A: 3,31; B: 3,07; C: 3,06. A „D” és „A” recept a legígéretesebb signature.

# Ajánlott üzleti döntések

## Kínálati mag (8–10 tétel)

* Alap: Espresso, Americano, Cappuccino, Latte, Drip/Filter.
* Signature (2–3 tétel): a teszten nyertes D/A recept modern csavarral (light/medium pörkölés).
* Tejpolicy: teljes + zab/mandula (felár nélkül egy sávban a belépési gát csökkentésére).
* Kiegészítők: 4–6 péksüti/szendvics (reggeli bundling).

## Árazás

* 3 sáv: Core (klasszikusok), Plus (növényi tej / extra), Signature (tesztgyőztes recept).
* Cél sávok csészénként: $6–10 Core/Plus, $10–15 Signature (WTP eloszlásra illesztve).
* Bundling: „kávé + péksüti” a reggeli csúcsra (a legnagyobb havi költési csoport árkeretéhez igazítva).

## Csatorna/lokáció fókusz

* „Home & Office” dominancia miatt irodaház–közlekedési csomópont környéke elsődleges; to-go pult és gyors kiszolgálás.
* Másodlagos: lakóövezeti átmenő gyalogos forgalom, ahol kávézói élmény is igény.

# 30–60–90 napos terv (mérhető KPI-okkal)

* 0–30 nap – MVP & helyszűrés: 3–5 lokáció shortlist; menü „mag” és 2 signature recept (D/A); KPI keret: napi vendégszám, átlagkosár, csúcsórás áteresztés, NPS.
* 31–60 nap – Pilot nyitás: reggeli bundling teszt, hűségprogram (digitális bérlet); tejalternatívák ára/elfogadása A/B teszttel.
* 61–90 nap – Skálázás & finomhangolás: signature variánsok bővítése; döntés 2. egységről KPI-küszöbök alapján.

# KPI-összefoglaló (felmérésből)

* Minta: 4 023 fő; 25–44 év: 72,9%.
* Fogyasztási hely: otthon/munka domináns; kávézó harmadik.
* Top italok: pourover, latte, drip, cappuccino, espresso.
* Tejek: whole 847; zab 511; mandula 145.
* Pörkölés: light 44% / medium 38,5% / dark 10,1%.
* Havi költés: $20–40 (1 288) / $40–60 (1 045).
* WTP csészeár: többség $6–10; prémium $10–15 ~19%.
* Tesztgyőztes ízek: D (3,38), A (3,31).