

Стратегия продукта

GoTiger

Хуснетдинов Руслан

GoTiger

— продукт по онлайн-доставке продуктов питания из магазинов и безрецептурных лекарств и БАДов из аптек.



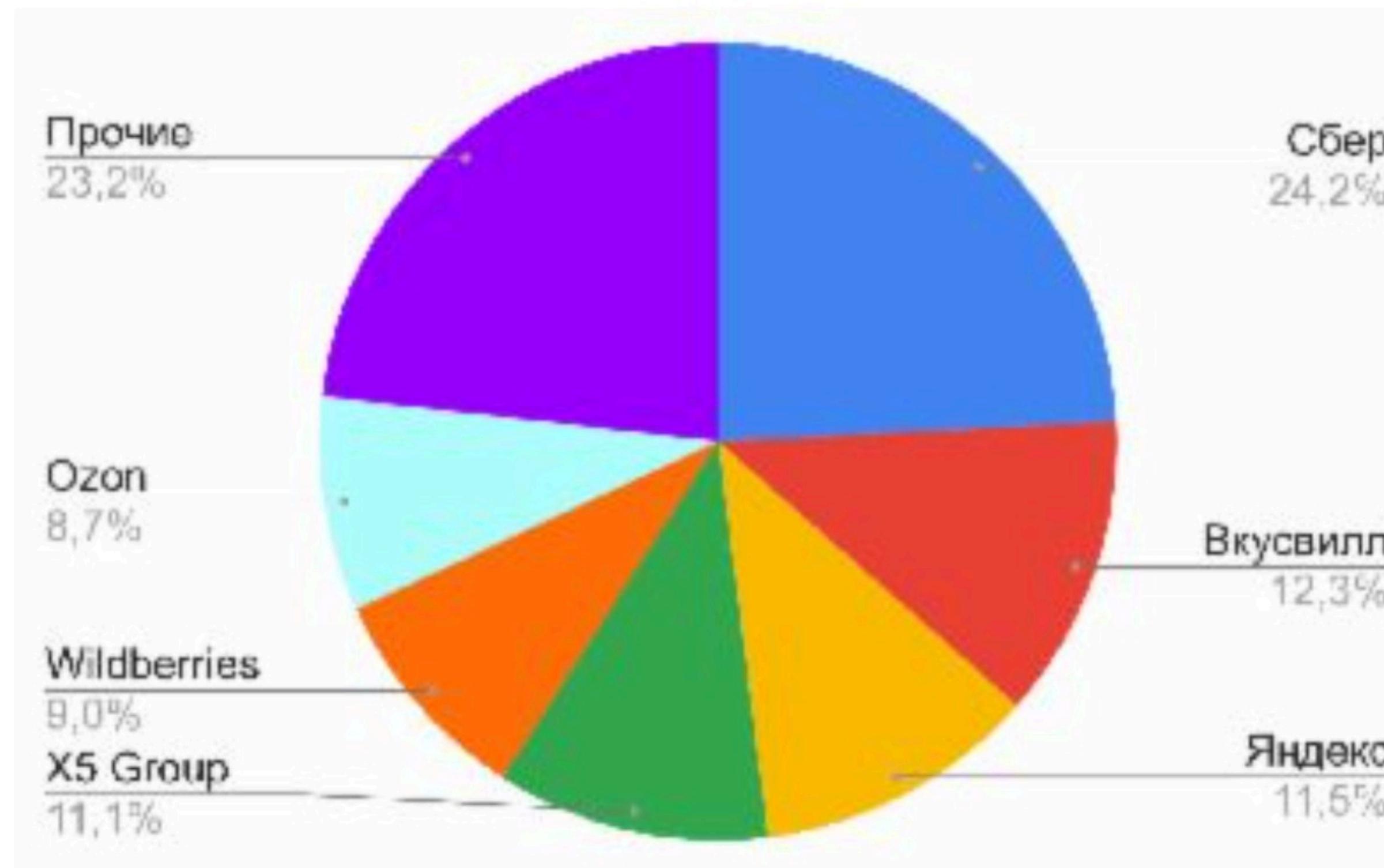
Ключевые цели и результаты прошлой стратегии 2021-2022

1. Расширение географического присутствия ещё в одну столицу.
На текущий момент GoTiger успешно работает в Москве и
Санкт-Петербурге, что соответствует поставленной цели.
2. Увеличение числа заказов в приложении вдвое:
со 100 тысяч до 200 тысяч в месяц. Цель полностью выполнена.

Анализ рынка

- GoTiger работает на рынке онлайн-доставки продуктов питания, который оценивается экспертами в России:
 - 2020 год: 127 млрд руб.
 - 2021 год: 329 млрд руб. (рост +159% год к году)
 - 2022 год: 554 млрд руб. (рост +68% год к году)
- Рынок продолжает расти, но рост замедлился
- С января 2020 года по апрель 2023 число клиентов выросло в 13 раз
- Почти 40% от всех клиентов — Москва и Московская область
- Доля клиентов из регионов стабильно растет:
на апрель 2023 года она достигла 46%

Анализ рынка: ключевые игроки



GoTiger — в категории «Прочие»
с долей рынка 0,3% за 2022 год

Конкуренты: ключевые выводы

1. **Сбер** — широкий ассортимент продуктов и большое распространение, но скудный функционал и нет экспресс-доставки
2. **ВкусВилл** — ориентирован на здоровое питание, лояльность бренду, но узкий ассортимент и нет экспресс-доставки
3. **Яндекс** — лояльность бренду, экспресс-доставка, но узкий ассортимент, скудный функционал и малое распространение
4. **X5 Group** — широкий ассортимент и распространение, собственные магазины, но слабые технологии, функционал и нет экспресс-доставки
5. **GoTiger** — широкое ассортимент, мультимагазинная доставка, доставка безрецептурных лекарств и БАДов, богатый функционал, но малое распространение, и нет экспресс-доставки

Целевая аудитория

- Мужчины и женщины от 18 до 60 лет, русско-говорящие
- Семьи с детьми и без, ведут домашнее хозяйство, социально-активные
- Привыкли покупать онлайн, ищут информацию в интернете, читают отзывы
- Пользуются мессенджерами, VK и зарубежными социальными сетями
- Оплачивают каждый заказ
- Привыкли платить картой или со счета в магазинах приложений
- Малый и средний бизнес

Целевая аудитория: какие потребности не закрыты

- Семьям без детей и одинокам не хватает экспресс-доставки продуктов
- Бизнесу не хватает возможности оплаты заказа по счетам и заказа большой партии продуктов с грузовой доставкой



Доставлять продукты
везде и отовсюду

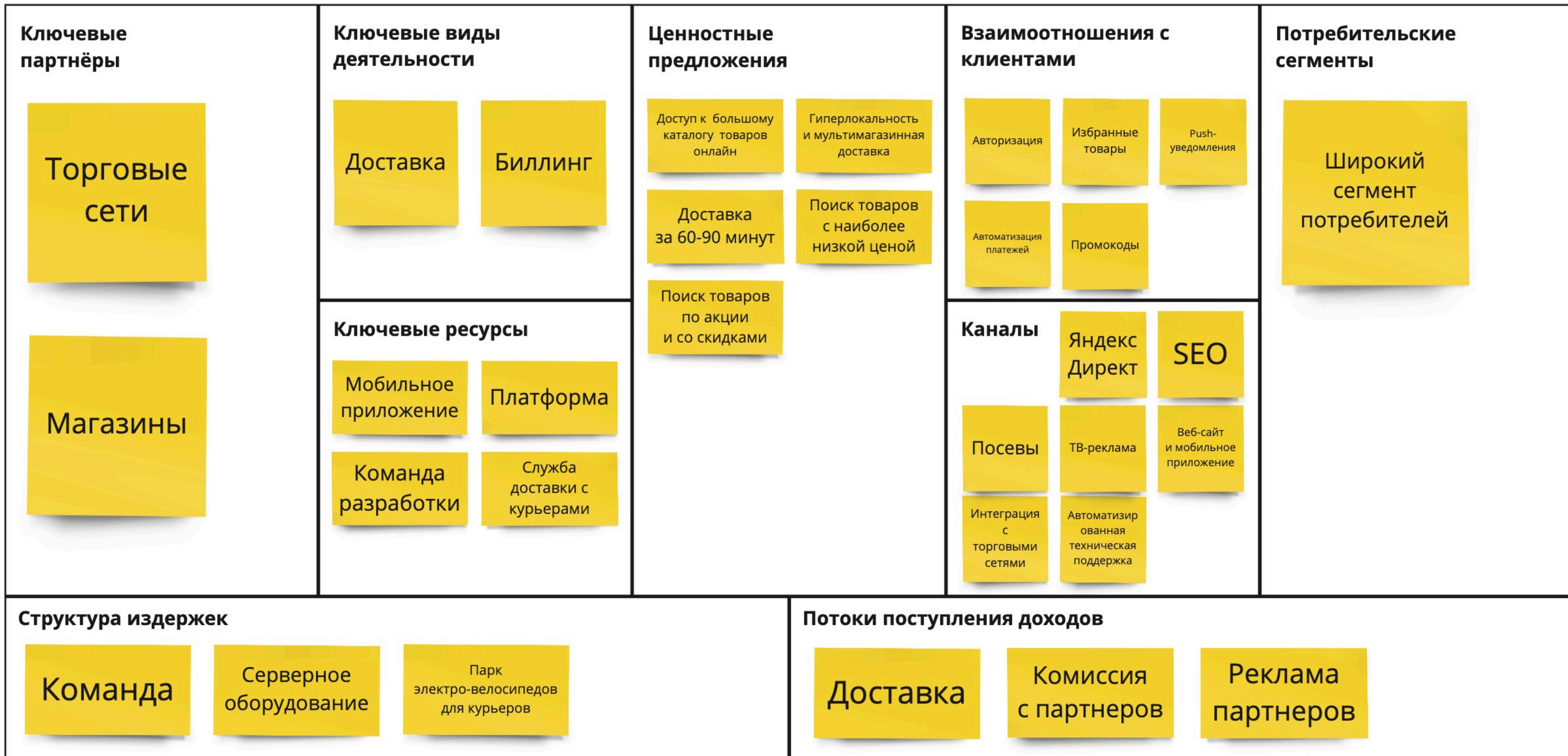
Видение

Гиперлокальность и возможность для клиентов сделать заказ продуктов питания из нескольких магазинов сразу за 60-90 минут

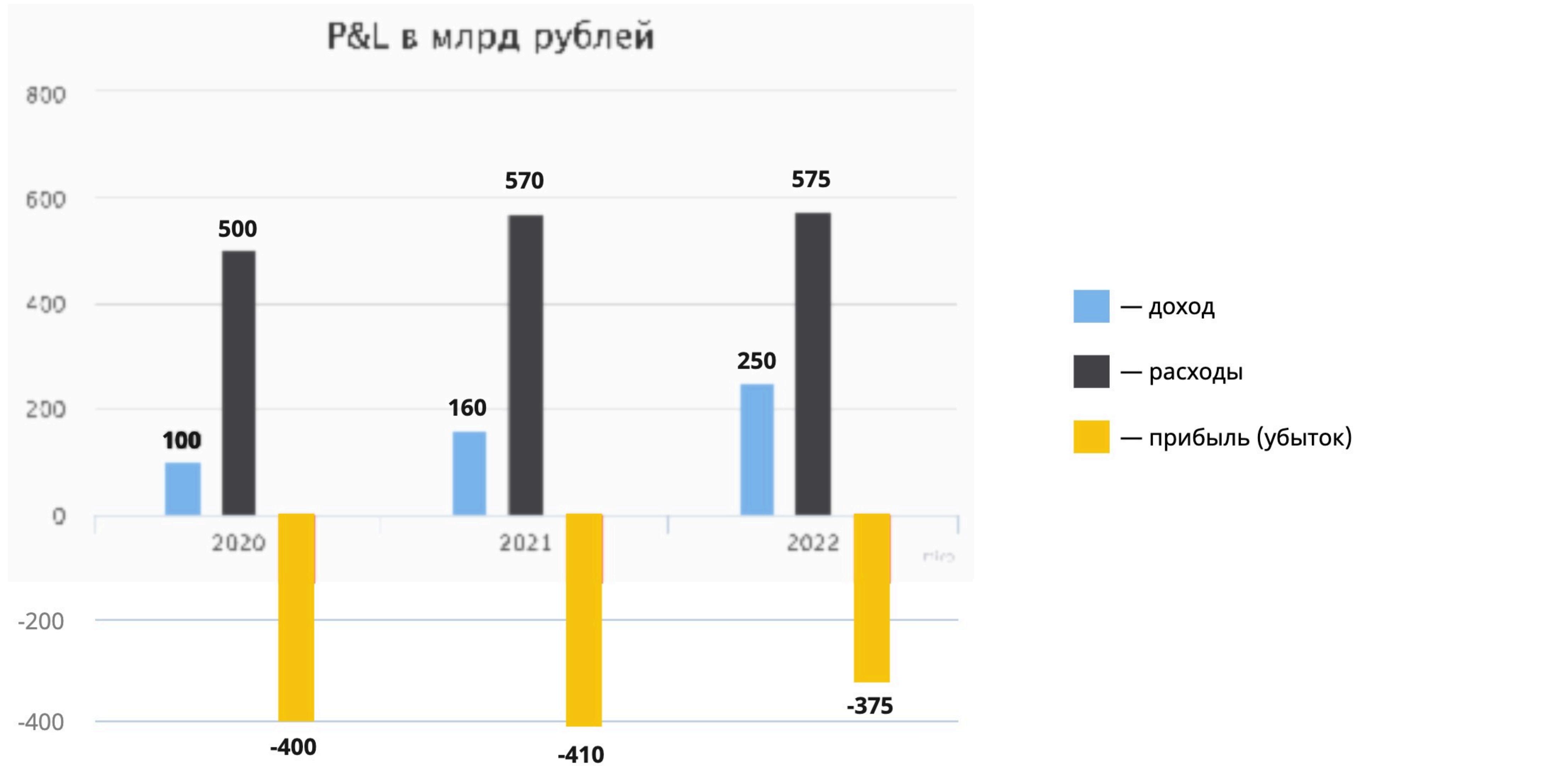
Стратегические и маркетинговые цели продукта

- Увеличить количество заказов в два раза с 200 тыс до 400 тыс за год
- Увеличить долю рынка в два раза за год
- Увеличить количество b2b пользователей в 10 раз за год

Бизнес-модель и модель монетизации



P&L за 2020, 2021 и 2022 год



Инициативы

- **Экспресс-доставка:** общая, избранные продукты, продукты по подписке
- **4 новых города**
- **Улучшение функционала:** алгоритм подбора курьеров, приложение для курьеров, раздел Продукты, раздел Аптечка
- **Бизнес:** личный кабинет, оплата по счетам, грузовая доставка

+150% GMV

Необходимые ресурсы и P&L продукта

P&L за 2022 и 2023 год

Год	Доходы	Затраты	Прибыль (убыток)
2022 (текущий год)	250 000 000	575 000 000	-325 000 000
2023	625 000 000	609 000 000	16 000 000

Структура доходов и расходов за 2023 год

Год	Тип	Вид	Сумма
2023	Доход	Доход: комиссия с транзакции	625 000 000
2023	Расход	Расход: операции	100 000 000
2023	Расход	Расход: команда	154 000 000
2023	Расход	Расход: продвижение	330 000 000
2023	Расход	Расход: административный	25 000 000



Спасибо

Хуснетдинов Руслан