**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное**

**образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

*Проектная работа*

*Курс «Управление Электронным Бизнесом»*

*«****LoBa****»*

Выполнили:

Матвеев Александр Дмитриевич

Макаров Павел Павлович

Высшая школа кибертехнологий, математики и статистики

группа 15.11Д-БИ10/19б

Руководитель:

к.э.н., доцент кафедры информатики

Бороцва Д.Э.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва-2022

Содержание

Оглавление

* + 1. **Форма отчетности о выполненной работе**

Отчет должен быть представлен в виде файла, содержащего название и суть задания, графический и текстовый материал, соответствующий теме задания, а также ссылки на источники информации и приложения (объемные файлы исследования и тд).

Документация проекта выполняется в деловом стиле изложения материала

Приближена к бизнес плану

Использовать принципы SMART

* + 1. ***1.1. Резюме проекта (Описать актуальность выбранного направления, цель создания, конкурентные преимущества и тд).***
    2. Описание проекта:
    3. Мы хотим создать ресторан где в меню в каждом блюде будут присутствовать насекомые, улитки, экзотические животные и т.д. Такая кухня часто встречается в туристических странах, эти блюда уже существуют и мы хотим чтобы москвичи могли попробовать их , без необходимости ехать в другую страну. Мы предложим посетителям основное экзотическое меню и выпечку(у нас будет оборудование для создание выпечки). Клиенты смогут попробовать нашу кухню как в ресторане , так и дома, заказав доставку через сайт. Люди всегда хотят чего-то нового и необычного
    4. Цель создания проекта:
    5. Создание необычной, качественной экзотической кухни
    6. Актуальность и преимущества:

Данный проект является актуальным, так как в российском сегмент рынка практически отсутствуют подобные проекты.

***1.2. Описать концепцию, технологию и особенности воплощения в жизнь данного проекта (ассортимент товаров/услуг, цены/ниша, поставщики, персонал, можно описать перспективы развития бизнеса в будущем)***

Целевая аудитория:

Люди желающие попробовать новые экзотические блюда. Люди испытывающие потребность в сушке(бодибилдеры, балерины и пр.).Люди которые хотят перейти на альтернативный источник белка.

Услуги:

В услуги нашей компании входит продажа блюд, напитков, выпечки, доставка и обработка заказов онлайн.

Ниша:

С целью привлечения большего количества клиентов на первоначальном этапе устанавливаются невысокие цены.

Перспективы развития:

В будущем планируется создать сеть ресторанов во всех крупных городах страны и расширение меню и спектра продукции(наладить производство) .

***1.3. Корпоративное Интернет-представительство***

Предназначение корпоративного сайта в рамках данного проекта:

1. Привлечение клиентов, таргетинг .
2. Ознакомление клиентов с меню.
3. Обратная связь с клиентами.
4. Бронирование мест в ресторане.
5. Оформление доставки.

Миссия

(Получение прибыли. Накормить и познакомить клиентов с необычными блюдами.)

***1.4***

***Формулировка целей и оценка жизнеспособности Интернет-проекта***

Объем первоначальных и текущих затрат компании на реализацию Интернет-проекта зависит от целей, которые ставит перед собой предприятие или организация. Представьте, что Вы – руководитель предприятия по производству товаров народного потребления или глава фирмы, оказывающей услуги населению. Ответьте на следующие вопросы в соответствии с выбранным Вами местом работы:

1. Какие потребности клиентов будет удовлетворять проект?

Потребности в еде и необычном времяпрепровождении.

1. Какую рыночную нишу (сегмент рынка) он займет?

Сегмент ресторанного бизнеса, общепита.

1. Как будет осуществляться обслуживание потребителей (технология)?

Принятие заказа у клиента(в ресторане или на сайте), приготовление блюда и непосредственно выдача или доставка.

1. Какова емкость этого сегмента?

посчитать циферку

1. Какую долю рынка в этом сегменте проект планирует захватить?

Так как на российском рынке на данный момент не так много компаний, предоставляющие возможность попробовать экзотические блюда(не иностранная , а экзотическая).

Мы планируем занять приблизительно 5-10% от общей доли сегмента.

1. Какой объем продаж необходим компании для достижения контроля над соответствующей долей рынка?
2. Какова средняя сумма покупки и сколько покупателей в месяц должны совершать покупки для достижения планируемого объема продаж?

<данные в разработке>

Стоимость предоставляемых нами услуг начинается от 15.000 рублей, но так как мы планируем выйти на сотрудничество только с крупными игроками, соответственно и будут повышаться цены на наши услуги (в зависимости от аудитории сайтов).

Оплата услуг может производиться двумя вариантами: либо в виде ежемесячной выплаты, либо разовой оплатой пакета услуг.

(данные уточняются, сейчас, мне кажется, пока мы работаем с малым-средним-крупным бизнесом, чем больше у нас клиентов и чем больше о нас говорят, тем лучше. далее, с течением времени и само собой успехом идеи мы можем повышать цены на услуги и избирательно относиться к выбору клиентов \*как и планируется выход на работу только с крупными компаниями\*)

1. Сколько посетителей первоначально должно быть привлечено на сайт для формирования необходимого круга покупателей ( какая часть посетителей станет покупателями)?

<данные в разработке>

1. Почему посетители будут совершать покупки именно на сайте компании, а не у конкурентов? Каковы конкурентные преимущества, если они имеются?

Наше конкурентное преимущество - простота ввода и эксплуатации системы. Благодаря нам компания по нескольким показателям будет понимать где находятся слабые места, а клиенты сайта в свою очередь будут заполнять не опросник на 20 минут \*условно\*, а короткий опрос по желанию, а обычно такое желание есть всегда.

1. Сколько новых посетителей должно привлекаться на сайт, чтобы поддерживать или расширять сформированный круг покупателей?

<данные в разработке>

1. Какими способами будут привлекаться посетители для первоначального формирования аудитории сайта? Для удержания их на сайте? Для расширения круга посетителей сайта?

Стоит начать с предложения компаниям внедрить наш продукт и оценить изменились ли какие то показатели с его внедрением. как показывает практика, с внедрением продукта происходят изменения в лучшую сторону: увеличивается кол-во посетителей, растут продажи, меньше жалоб на дизайн сайта и пр.

еще и инструментов привлечения внимания мне кажется уместным “сарафанное радио” и таргетированная реклама.

и

<данные в разработке>

1. Какова цена начального формирования аудитории сайта с использованием выбранных средств ( в целом и при пересчете на одного посетителя)?

<данные в разработке>

1. Каковы эти затраты в пересчете на единицу продукции?

<данные в разработке>

1. Какова себестоимость продукции, товаров, услуги с учетом возможных расходов на Web-проект?

<данные в разработке>

1. Какой уровень цен необходимо установить на продукцию, товары, услуги, чтобы окупить все затраты и получить прибыль?

<данные в разработке>

1. Будет ли продукция конкурентоспособна при таких ценах?

Да.

Возможно, Вам не на все вопросы удастся сформулировать конкретные ответы. Тогда Вы должны описать, каких данных Вам не хватает и где их можно получить. Помните, что Вы – руководитель предприятия.

***1.5***

***ОТЧЕТ о выполнении Задания:***  
*Формулировка целей и оценка жизнеспособности Интернет- проекта*

<данные в разработке>

***1.6***

***Основная часть отчета должна содержать формулировку задач компании, решаемых с помощью корпоративного представительства в сети Интернет с указанием основных возможностей сайта для их решения как это показано в таблице 1.***

Для реализации услуг сервиса необходимо создание корпоративного сайта, который должен выполнять следующие задачи:

Таблица 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Задачи** | **Свойства/функции сайта** |
| 1. | Продвижение товаров и услуг компании в сети Интернет | Рекламные свойства сайта |
| 2. | Расширение клиентской базы | Отсутствие ограничений для доступа к сайту по географическому признаку. |
| 3. | Формирование “пакетов” услуг | Обратная связь по запросу клиента |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
|  |  |  |