

bean.
reusing coffee



SPM
SUSTAINABLE PROJECTS

S láskou pro přírodu

Coițan Vladimír



Studentský klub
projektového řízení



Business model projektu

1. Definice
2. Validace
3. Specifikace
4. Relizace



bean.
reusing coffee

Definice

VICE

Pomoci přírodě snížením používání plastů díky recyklaci kávové sedliny

MISE

Maximalizovat používání kelímků vyrobených z kávové sedliny





Definice

HODNOTA PRODUKTU

Jaký problém řeší?

Zákazník chce pomoci přírodě a nepoužívat plastové kelímky, když kupuje kávu s sebou.

Jak jej řeší?

Zákazník dostává unikátní nabídku:

1. Má možnost pomoci přírodě použitím ekologického produktu.
2. Dostane produkt, který bude používat ani jeden, ani párkrát, ale dlouhou dobu.



Validace

PRŮZKUM TRHU

Forma průzkumu: Hledání přes webové stránky a různé články

Výsledky průzkumu:

- neexistují žádné místní výrobce kelímků
- hlavní konkurent: společnost KAFFEFORM (Německo)
- cena produktů na trhu je cca 420 Kč
- výrobek má potenciál, bude propagován jako "český produkt"





Validace

ZÁKAZNÍCI

Cílová skupina:

Člověk, který chce pomoci přírodě použitím recyklovaného produktu vyráběného pomoci biosurovin. Zákazníkem je milovník kávy, který často kupuje kávu v kavárně nebo má rád připravuje kávu s sebou doma.

Plán průzkumu trhu:

1. Stanovení cíle průzkumu
2. Výběr internetových zdrojů popisujících problematiku životního prostředí a používání výrobků z alternativních surovin (např. Consumer Behaviour Euromonitor)
3. Analýza přečteného materiálu
4. Formulování obecných trendů
5. Stanovení cílové skupiny a její velikosti pro náš produkt.

**KAFFEE
FORM.**



Validate

KONKURENCE

Konkurenti na trhu:

- KAFFEEFORM

Hlavní rozdíly:

- Jsme české výrobce
- KAFFEEFORM má svou technologii

Naše přidaná hodnota:

- chceme spolupracovat z nejlepšími kavárnami z ČR, které považují udržitelnost za důležitou
- zlepšení kultury spotřeby kávy, nezůstaneme jen na výrobě kelímků
- součástí sustainable přístupu je i minimalizace přepravy zboží = výroba v ČR snižuje uhlíkovou stopu distribuce produktu



Validate

PROOF OF CONCEPT/ PROTOTYP

1. Setkání s držiteli patentů na výrobní technologie - březen, duben 2024
2. Výroba prvních virtuálních prototypů s úplnými výpočty, zohledňující ergonomii budoucího výrobku - březen, duben 2024
3. Hledání výrobce, který by mohl vytvořit funkční prototyp výrobku - duben 2024
4. Testování prototypů - květen-červen 2024
5. Provedení konečných výpočtů - červenec 2024

Specifikace

FINANČNÍ MODEL

Minimalistický scénář:

FC = 240 000 Kč
VC = 124 000 Kč
TC = 364 000 Kč

Prodej se zvýší o 15 % měsíčně.
Prodej v první měsíc: 20 kusů
Cena na výrobu 1 kusu: 214 Kč
Marže: 35 %

Cena včetně DPH: 398 Kč
Zisk se předpokládá na 14. měsíc
Podíl přímé a maloobchodní
distribuce: 50/50
Požadované finanční rezervy:
210 000 Kč

Střední scénář:

FC = 192 000 Kč
VC = 95 000 Kč
TC = 287 000 Kč

Prodej se zvýší o 15 % měsíčně.
Prodej v první měsíc: 20 kusů
Cena na výrobu 1 kusu: 164 Kč
Marže: 50 %

Cena včetně DPH: 397 Kč
Zisk se předpokládá na 12. měsíc
Podíl přímé a maloobchodní
distribuce: 30/70
Požadované finanční rezervy:
107 000 Kč

Maximalistický scénář:

FC = 264 000 Kč
VC = 136 000 Kč
TC = 400 000 Kč

Prodej se zvýší o 20 % měsíčně.
Prodej v první měsíc: 30 kusů
Cena na výrobu 1 kusu: 114 Kč
Marže: 65 %

Cena včetně DPH: 394 Kč
Zisk se předpokládá na 7. měsíc
Podíl přímé a maloobchodní
distribuce: 10/90
Požadované finanční rezervy:
74 000 Kč

Specifikace

OBCHODNÍ STRATEGIE

Distribuční kanál:

Jeho články:

B2B

1. Kavárny, které dávají přednost udržitelnosti.
2. Různé coffee shopy.

B2C

1. Prostřednictvím reklamy na sociálních sítích (Facebook, Instagram, TikTok).
S podmínkou vytvoření komunikačních kanálů se zákazníky na jednotlivých platformách.

B2B2C

1. Účast na různých akcích, kde je možné prodat produkt novým zákazníkům.
2. Navázání spolupráce s významnými hráči na trhu.

Specifikace

MARKETINGOVÁ STRATEGIE

Hlavní esence značky:

Naučte se milovat kromě obsahu i svůj kelímek.



Strategie propisování značky na trh:

1. Přes kavárny, ze kterými budeme pracovat.
2. Word-of-Mouth Marketing
3. Vytváření a sdílení obsahu (články, blogové příspěvky, videa, infografiky atd.), který osvětluje problémy, zájmy a hodnoty cílového trhu a zároveň propaguje značku.
4. Event Marketing
5. Spolupráce se známými osobnostmi nebo influencery, kteří mají vliv na cílový trh, aby pomohli propagovat značku.
6. Online Marketing

Specifikace

METRIKY A KPI

Metrika:	Popis metriky:	Relevantní cílová hodnota:
Počet prodaných kusů	Úspěch produktu na trhu je jedním z klíčových ukazatelů. Pro jeho udržení je nutné, aby prodej produktu neustále rostl. Rostoucí prodeje zvyšují příjmy, což vede k růstu firmy a minimalizuje její neúspěch.	Průměrný měsíční procentuální nárůst prodaných kusů v prvním roce prodeje: 15-20 %. Počet prodaných kusů: od 500 za rok.
Aktivita v sociálních sítích	O tomto produktu by se mělo mluvit v každé moderní kavárně. Každý na Instagramu by měl vědět, že se v České republice takový produkt vyrábí.	Za první rok aktivity: celkové pokrytí uživatelů (reach) na všech platformách - 50 000 - 100 000 lidí
Zúčastnění na různých akcích	Účast na různých akcích, kde se setkávají zástupci různých podniků, otevírá mnoho příležitostí.	Účast na nejméně 3 akcích v zemi nebo městě v prvním roce.

Specifikace

RIZIKA

Riziko:

Na výrobu nebude dost peněz

Opatření nebo řešení:

Opatření: každý finanční model zahrnuje 30% projektové rezervy.
Řešení, pokud opatření nepomůže: hledání pomoci u partnerů nebo evropského programu podpory.

Tento produkt nebude pro zákazníky zajímavý

Opatření: aktivní propagace produktů a jeho unikátní hodnoty pro zákazníky.
Řešení: větší účast na různých akcích a aktivnější placená reklama produktu.

Problém s používáním dnešních technologií

Opatření: aktivní dialog s vlastníky technologií.
Řešení: vlastní průzkum možnosti rozvoje technologií.

Realizace

PARTNEŘI A TÝM

Tým

Technolog - osoba, která bude z technického hlediska rozumět procesu výroby surovin pro výrobek a která rozumí procesu výroby produktu. Jinými slovy, superman

CEO

Vladimir Coițan - vše, co souvisí s podnikatelským prostředím a marketingem.

Partneři

1. Kavárny nového formátu, které podporují životní prostředí
2. Evropské programy na podporu alternativní výroby a řešení nadprodukce plastových výrobků

Realizace

MILNÍKY

Termín:

Milník:

Březen - Duben 2024

Setkání s autorem technologie

Duben 2024

Vytváření vizuálního prototypu

Květen - Červen 2024

Vytváření prototypu a jeho testování

Červenec 2024

Finální verze prvního produktu

Září 2024

První objednávky produktu

Leden 2025

Spuštění oficiálních webových stránek

bean.
reusing coffee



SPM
SUSTAINABLE PROJECTS

Děkuji za pozornost



Studentský klub
projektového řízení