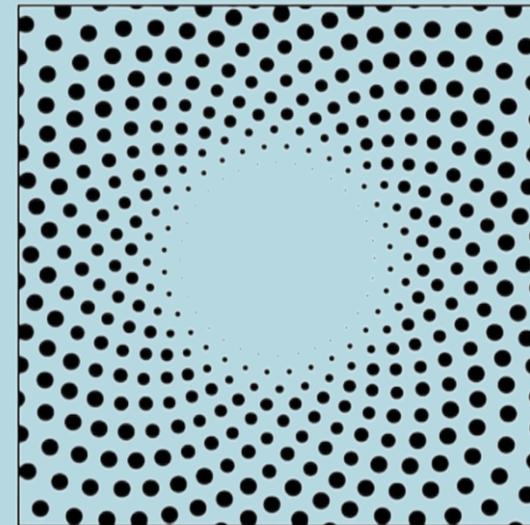


ExoFeed

проект по
выращиванию корма
для экзотических
животных

Гильманов Сергей Денисович, лидер



Фуднет

Актуальность проекта

На сегодняшний день более половины россиян — 70 млн человек — являются владельцами домашних питомцев.

Согласно данным исследования ВЦИОМ:

в 59% российских семей есть кошка или собака

в 20% — и кошка, и собака,

около 20% - содержат у себя дома экзотических животных, это могут быть: змеи, ящерицы, пауки и другие питомцы.

В рамках разработки проекта мы провели собственный мини-опрос (62 респондента) и выяснили, что **35% участников опроса** содержат дома экзотических животных.

Результаты опроса также показали, что:

38,1% хозяев предпочитают кормить питомцев живым кормом, **28,6%** замороженным кормом и **33,3%** предпочитают оба варианта.

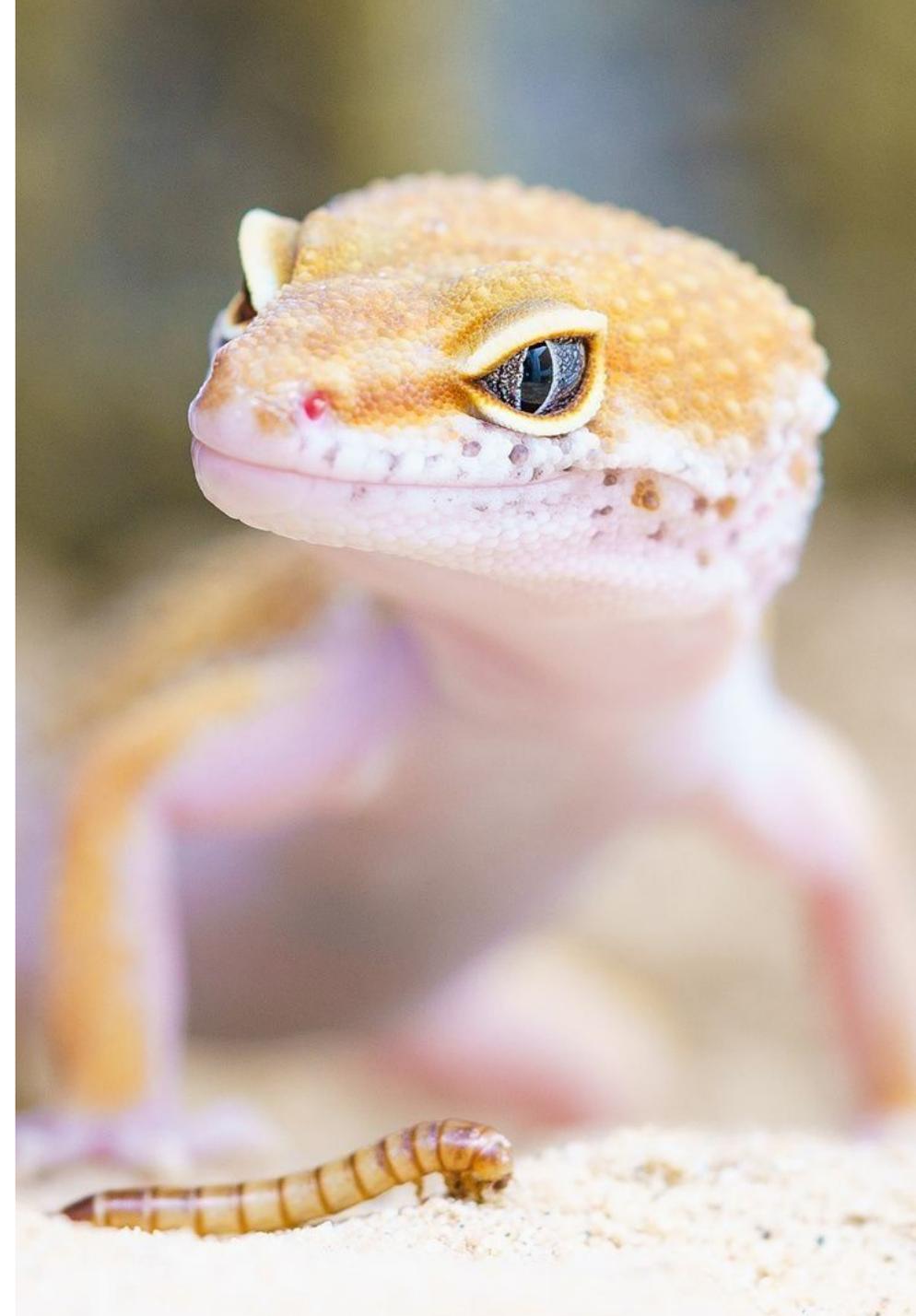
34,8% ответили, что покупают корм в зоомагазинах города, **26,1%** покупают на авито, а **30,4%** выбирают оба варианта покупки.



Проблематика

В настоящее время заводчикам экзотических животных довольно трудно найти доступный и качественный живой корм. Чаще всего, его приходится заказывать из других городов/регионов, в местных зоомагазинах или же покупать корм на свой страх и риск у неизвестных людей на торговых площадках, типа Авито и пр.

Также встречается проблема с дороговизной данного продукта, а с учетом того, что некоторые животные потребляют относительно много живого корма (с условием размера/активности/времени года), то это является отталкивающим финансовым фактором.



Решение

В рамках проекта “ЕхоFeed” мы планируем открыть собственное производство живого корма для ящериц, змей, пауков, насекомых, хищных птиц и предлагать его потребителям по выгодным ценам.

Мы предоставляем полностью здоровый живой корм 5 категорий (мадагаскарские тараканы, мучные черви, зофобас, сверчки домовые, мыши), выращенный в соответствующих требованиях условиях и полностью соответствующего по питательным веществам.

Наши преимущества:

1. Корм выращивается в ветеринарно-санитарно благополучных условиях;
2. Нужный корм всегда в наличии;
3. Представлены основные , часто используемые для питания экзотических домашних животных единицы;
4. Реализация только качественного корма.



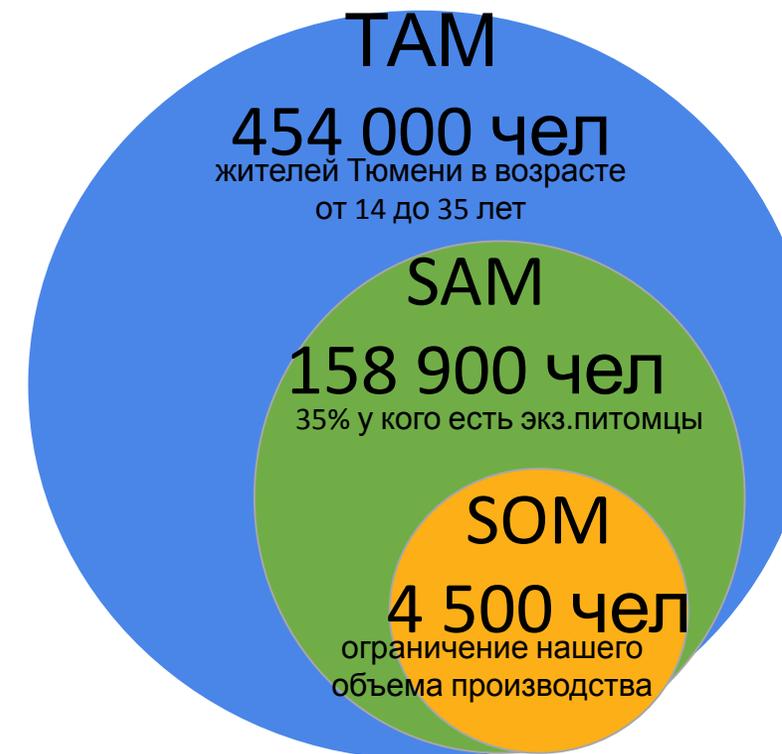
РЫНОК

Целевая аудитория проекта - люди, проживающие в г. Тюмень и имеющие дома экзотических животных. Ядро нашей целевой аудитории это молодые люди возрасте от 14 до 35 лет, обучающиеся в школе, ВУЗе, многие уже работают и сами принимают решение о покупке животного и корма для него.

Анализ конкурентов в городе:

Кормовая единица / Магазины конкуренты	ExoFeed	Зоомагазин "Аквариумы и экзотика"	Покупка-продажа кормовых насекомых в г. Тюмени.	Предложения на авито
Мыши	85	-	-	130
Зофобас	2,5	3	-	5
Тараканы мадагаскарские	45	55	50	100
Сверчок домовый	2,5	3	3	4
Мучные черви	1,8	-	2	-

Анализ рынка



Бизнес-модель

Модель работы - B2C продажи, клиенты - заводчики экзотических животных.

Затраты на создание проекта - 1,9 млн. руб.

Планируемый период выхода на самоокупаемость - 2 года.

Объем реализации продукции - 5,5 тыс кормовых единиц в месяц.

Основа продвижения проекта - реклама в социальных сетях.

В расчетах расходов мы помимо аренды, коммунальных услуг, рекламы и закупки необходимого оборудования рассчитали сумму расходов на покупку требуемого количества живого корма (с учетом дальнейшего самостоятельного размножения кормовых единиц).



Текущие результаты



В процессе работы над проектом, мы:

- провели опрос потенциальной целевой аудитории (62 респондента, акцент на выявление доли людей, содержащих дома экзотических животных, приоритетов в кормлении и пр.);
- рассчитали смету на запуск проекта;
- рассчитали изначальные объемы закупки кормовых единиц для последующего разведения и продажи;
- провели анализ конкурентов;
- выбрали помещение для аренды;
- проанализировали возможные рекламные каналы.



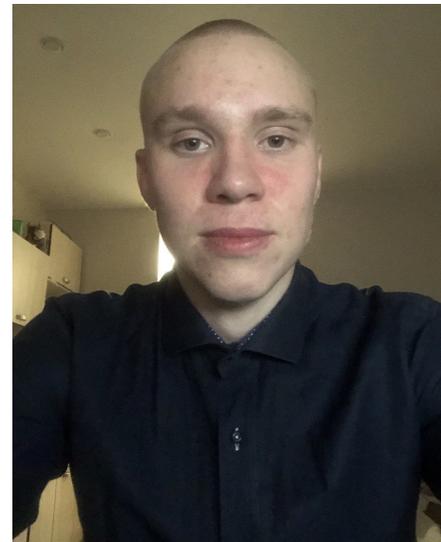
Команда



Гильманов Сергей
Лидер



Никифорова Дарья
Бухгалтер, заместитель
лидера



Соколов Кирилл
Пиар-менеджер



Ядрышникова Диана
Маркетолог



Яруллина Асия
Логист

Планы развития

Этап 1

Выход на рынок и первоначальное привлечение клиентов.

Этап 2

Увеличение разнообразия представленных кормовых единиц, расширение клиентской базы, запуск рекламы в интернете.

Этап 3

Открытие дополнительных филиалов в г. Тюмень, расширение производства.

Этап 4

Запуск точек разведения и продаж в других регионах РФ.

Дополнительные перспективы:

Развитие коллаборации с ресторанами азиатской кухни.
Развитие франшизы для других регионов РФ.



СПАСИБО!

КОНТАКТЫ

Гильманов Сергей, лидер

8 919 923 40 08

e-mail: gilmanov.sd@edu.gausz.ru

