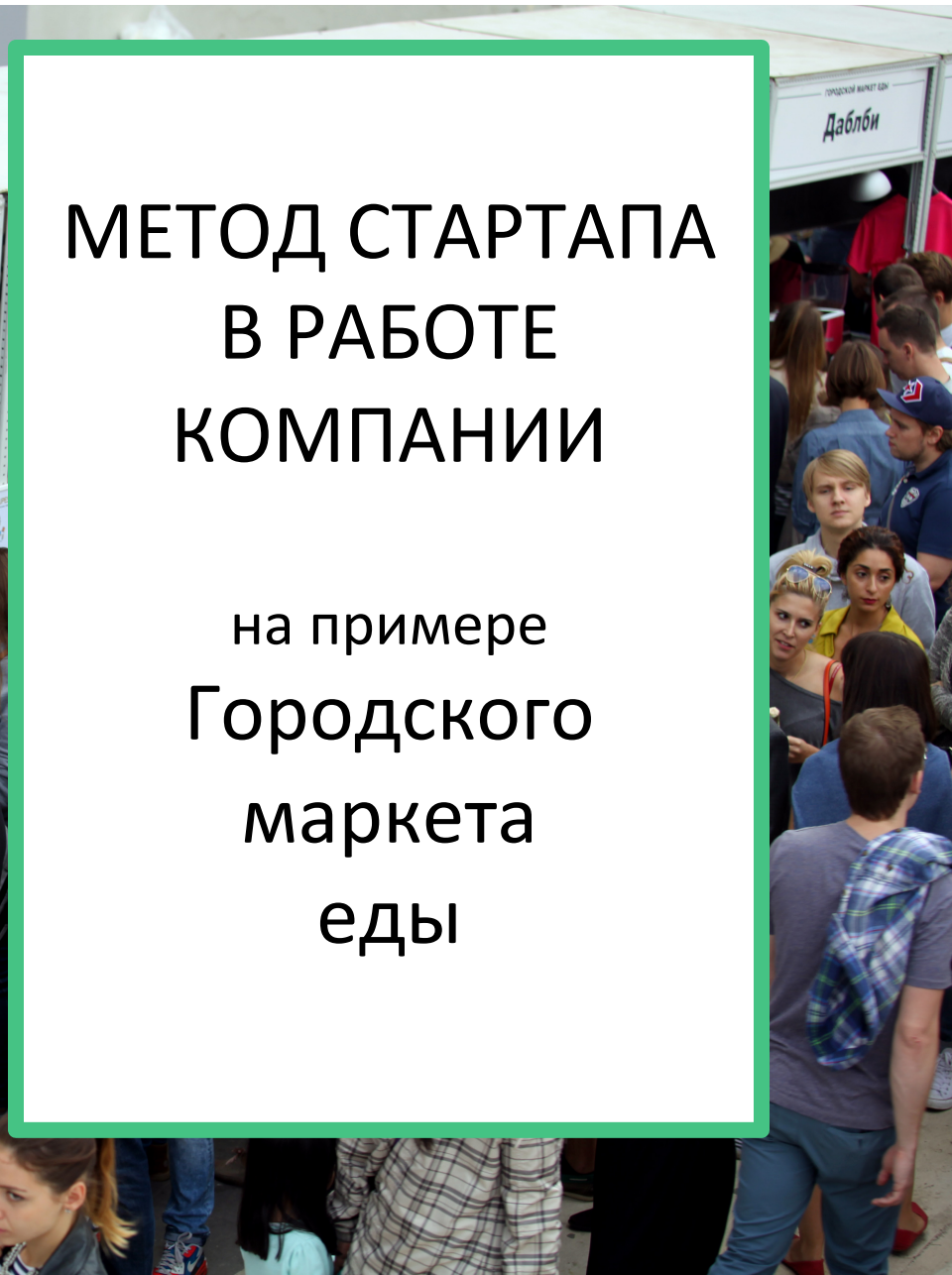




МЕТОД СТАРТАПА В РАБОТЕ КОМПАНИИ

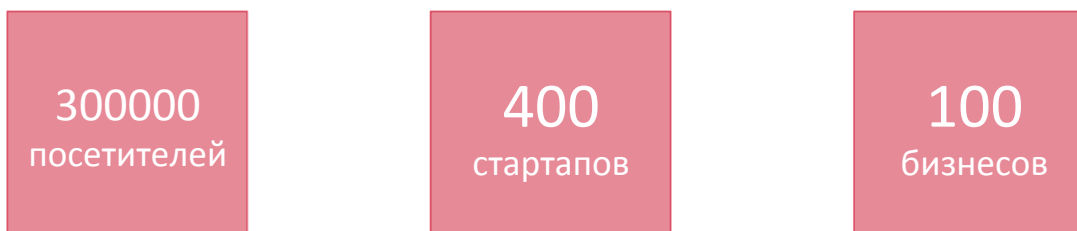
на примере
Городского
маркета
еды





ГОРОДСКОЙ МАРКЕТ ЕДЫ

Ежемесячный мобильный маркет, принять участие в котором может каждый, мечтающий открыть свое кафе, ресторан, вагончик с картошкой, а так же любители и фанаты еды, бабушкины пироги, небольшие молочные фермы, пекарни и хлебозаводы. Все то, что и составляет местную и локальную еду в городе. Это проект на стыке кулинарии и предпринимательства, новый формат развития местной культуры и экономики.



2013 год
7 маркетов



2014 год
12 маркетов



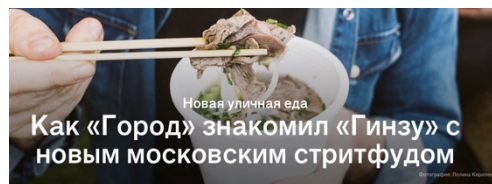
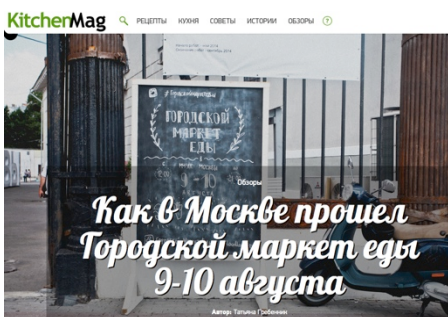
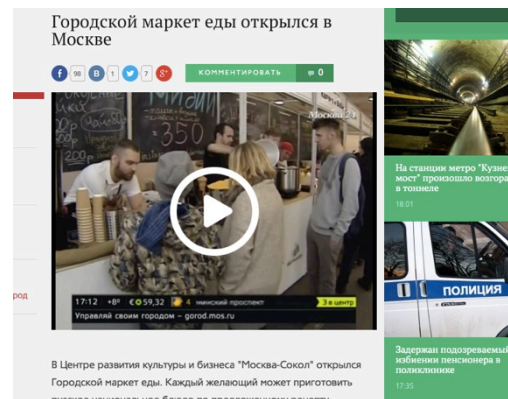
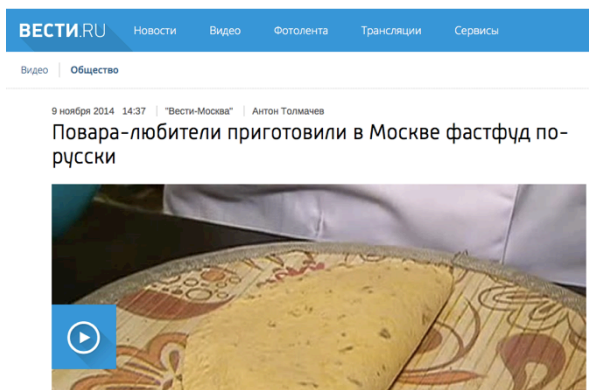
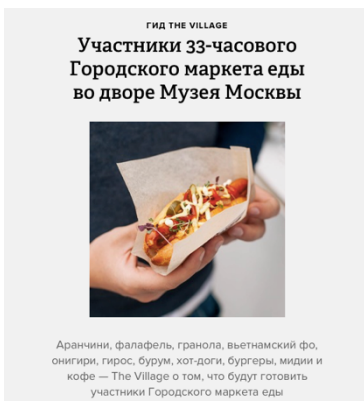
2015 год
9 маркетов



ГОРОДСКОЙ МАРКЕТ ЕДЫ

Пресса о нас

Городской маркет еды очень любит пресса, потому что мы всегда делаем искренние и интересные проекты.



В эти выходные прошел заключительный «Городской маркет еды». Обозреватель «Города» Александр Ильин сводил туда соучредителя ресторанного холдинга Ginza Алексея Губкина — показать ему новый мир, где не все вкусно и чего-то нет в меню. В том числе нет кальмаров, суши и сытная

Городской маркет еды на Соколе будет работать весь ноябрь

Городской маркет еды — проект Местной еды, «профсоюз локальных производителей, рестораторов и гастро-энтузиастов» — будет работать в Москве, на Соколе, весь ноябрь. Маркет будет работать каждые выходные, начиная с 8-9 ноября.



АФИША THE VILLAGE KITCHEN MAG ГАСТРОНОМ СНОБ ТЕЛЕКАНАЛ ДОЖДЬ ТЕЛЕКАНАЛ ВЕСТИ РОССИЯ
ТЕЛЕКАНАЛ М24 FORBES KOMMERSANT





СТАРТАП

Компания

Технологичность
Непрофессиональная маленькая команда
Энтузиасты
Нет бюджета
Нет директора по маркетингу
Нет лишнего времени
БМ – привлеченные инвестиции, продажа доли

Метод запуска нового продукта

MVP
Проверки гипотез
Тестирование
Оценка
Вираз
Рост

МЕХАНИЗМ ЗАПУСКА СТАРТАПА С НОЛЯ

Преимущества стартаперов, которые могут стать условиями запуска любого нового продукта:

- ограниченный бюджет
 - все делаем сами, нет директора по маркетингу)
 - мало времени, нужно сразу зарабатывать деньги
-

Как начинали раньше:

идея → бизнес-план → инвестор → место

Как предлагаем мы:

идея → тест → проработка → практика → свое дело

ИДЕЯ

- Бизнес можно построить только на том, что нравится
- Ваши ценности – ценности вашего дела
- Продукт – решение на боль клиента
- Продукт важнее маркетинг
- Клиент важнее продукта

MVP



(minimum viable product)



(product)

ТЕСТ

После того, как вы придумали продукт, вам надо протестировать, насколько он хорош, во всех смыслах: вкус, подача, цена, технологичность, атмосфера, сервис.

Маркеты/ фестивали/ ярмарки

Ресторанный день

Поп-ап формат

Дни рождения друзей

Помните, ТЕСТ – это проверка. Ваша задача получить как можно больше опыта и откликов.

КРАУДФАНДИНГ

Как метод запуска продукта и проверки гипотез

Mon petit ami. Оборудование для цеха

f B t x @ g+ y Поделитесь 0

УСПЕШНО СОБРАНО СРЕДСТВ, РУБ

250 017

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА **200 000 Р** КУПЛЕНО **127 акций**

ПРОЕКТ ЗАВЕРШЕН
1 сентября

✓ Проект успешно завершен!



178
СПОНСОРОВ
307 500 Р
СОБРАНО ИЗ 720 000 Р
0 секунд
ДО ЗАВЕРШЕНИЯ

НЕ ПОЛУЧИЛ
ФИНАНСИРОВАНИЕ
24 мая 2013

Вознаграждение 300 Р и более

23 СПОНСОРА

ПОЗДРАВЛЯЕМ! Теперь Вы — часть

Сколько людей готовы купить, сколько готовы заплатить / аналитика розничной цены, база первых покупателей

ОЦЕНКА

UA	C1	Buyers	Av.Price	ARPPU	COGS	1s-COGS	APC	ARPU	AC	CPA	ARPU-CPA	Revenue
0	0%	0	0P.	0P.	0P.	0P.	1	0P.	0P.	0P.	0P.	0P.

анализ

UA	Число привлеченных пользователей, которые конвертируются в Leads
C1	Конверсия привлеченных пользователей в Buyers
Buyers	Число Buyers
AvPrice	Средний чек, который тратит Buyer при покупке у вас
ARPPU	Доход полученный от продажи одного Buyer за все время
COGS	Затраты на одну продажу, например, затры на себестоимость товара
APC	Среднее число покупок со стороны одного Buyers. То есть один и тот же пользователь может возвращаться и покупать еще раз
ARPU	Доход с одного посетителя
CPA	Затраты на получение одного посетителя

РАБОТА С СТАРТАПАМИ

С чего начать? Понять зачем вам работать с стартапами.

- Новые продукты
- Аналитика аудитории
- Эффективный запуск новых продуктов

Шаг 2: Проверка эффективности стартапа:

- Экономика сходится
- Вирусоемкость старта проекта
- Интерес со стороны публики

Шаг 3: Команда проекта

РАБОТА С СТАРТАПАМИ

Специфика:

- Стартапы не понимают иерархии и структуры
- Стартап – это малый бизнес, и вы зовете на работу владельца этого бизнеса
- Все стартаперы горят идеей, это гипер мотивация, сможете ли вы ее сохранить внутри компании
- Стартаперы считают, что за идею они уже обязаны сохранить 80% прибыли своей компании
- Непрофессионализм стартапера может помочь найти неординарное решение, а может все испортить.

КАК ВНЕДРИТЬ МЕТОДИКУ СТАРТАПА

1. Метод малых партий
2. Пять «почему»
3. Возможность развиваться независимо
4. Личная заинтересованность результате
5. Кросс-функциональное управление



ГОРОДСКОЙ МАРКЕТ ЕДЫ

КОНТАКТЫ

НАСТЯ КОЛЕСНИКОВА
КУРАТОР, СООРГАНИЗАТОР

localfoodfest@gmail.com
+79035594749

LINKS:

www.localfoodfest.ru

<https://>

www.facebook.com/

[CityFoodMarket](https://www.facebook.com/CityFoodMarket)