

FUNDWISE



OIVALINE TERVISLIK TORT

Äriplan

Tallinn 2016

Juhanson OÜ

1. Sisukord

1. Sisukord.....	2
2. Lühikokkuvõte.....	3
3. Toode/teenus	4
4. Ärimudel ja eesmärgid	5
4.1 Variandid kuidas laieneme ja kasvatame müügitulu	6
5. Senised saavutused/tegevused	7
6. Turuanalüüs	8
5.1 Sihtgrupp	8
5.2 Sihtturg	8
5.3 Konkurents	8
7. Turundusplaan	10
8. Personal	11
9. Rahakasutus ja finantsprognosisid	12

2. Lühikokkuvõte

Juhanson OÜ alustas tegevust 2014. aasta juulis Tallinnas. Ettevõtte on registreerinud kaubamärgi OTT – Oivaline Tervislik Tort. Juhanson OÜ müüb antud kaubamärki kandvat 21. Sajandi maiustust ning ideed tervisliku maiustamise võimalikusest. Oivalise Tervisliku Tordi lipulaevaks on tordid, mis sisaldavad 2 korda vähem süsivesikuid ja rasvasid ning kolm korda rohkem valku. Toetudes turu nõudlusele oleme välja arendanud ka valiku toor- ja vegan torte. Enamik Oivalise tootevalikust on gluteeni-, laktoosi ja valge suhkru vaba ning toor- ja vegan tordid ka muna- ning piimavabad. Keskmise müügimaht on ca 100 torti kalendrikuus.

Arenguhüppeks müüme osalust Fundwise portaalis ning kaasatavate investeringute abil avame esimese köökpoe, et suurendada tootmisvõimekust ja parandada toote kvaliteeti. See võimaldab meil müüa rohkematele eraklientidele, edasimüüjatele ning ka jaekettidele. Lisaks saavad erakliendid osta ka kogu meie tootevalikut väiksemates kogustes ja assortiina köökpoest. Investeeringu kaasamisega saame arendada ja müüa ka kergemini/kiiremini valmivaid ning kauem säilivaid Oivalisi tooteid.

Käesoleval hetkel on ettevõttel olemas koolitatud inimressurs, et investeringute kaasamisega kasvatada igakuist müüki 400%.

2.1 Ettevõtte väärtuse hindamine ja prognoosid

Ettevõtte väärtuse hindamisel oleme võtnud aluseks võimet tulevikus rahavooge genereerida, ideed, meeskonda, turuolukorda antud vallas ning juba loodud brändi ja toodet.

Ärimudeli muutumise tõttu ei ole adekvaatne prognoosida toetudes eelmiste perioodide majandustulemustele.

3. Toode/teenus

Esmajoones müüme ideed, et maiustada saab tervislikult ja maitvalt. Ideed müüme läbi füüsilise toote – Oivalise Tervisliku Tordi. Oivaline Tervislik Tort on rammusa juustukoogi gluteeni-, laktoosi ja valge suhkru vaba sale sugulane. Oivaline sisaldab kaks korda vähem süsivesikuid ja rasvu ning kolm korda rohkem tervislikku ja kõhtu täitvat valku kui teised koogid/tordid. Meie eriti madala süsivesikutesisaldusega tordid sobivad söömiseks ka diabeeti põdevatele inimestele, sest need ei tõsta veresuhkru taset liialt kiirest ning kõrgele.

Miks kolm korda rohkem valku hea on? Valk on kolmest makrotoitainest (valgud, süsivesikud, rasvad) kõige rohkem kõhtu täitev ning näljatunnet leevendav. Rohkem valku tarbides väheneb oht üle süüa. Ühes uuringus selgus, et naised, kes tõstsid valgutarbimist 15 protsendilt 30le protsendile, tarbisid kokkuvõttes päevas 441 kcal vähem. Selline kalorete vähendamine tagab ideaalse kaalulangustempo 2 kg kuus.

Rohkema valgu tarbimine aitab kaasa lihasmassi ja jõu kasvatamisele/säilitamisele. Noored ja treenivad inimesed on üks sihtgrupp aga ka vanemaelised, kelle jaoks on oluline jõu ja lihasmassi säilitamine, et tulla toime igapäevategevustega.

Rohkema valgu tarbimine vähendab söömasööstude arvu. Uuringus, kus osalesid ülekaalulised mehed ning kes suurendasid valkude osakaalu oma menüüs 25 protsendini, vähenes söömasööstude arv 60 protsendi võrra.

Tarbides rohkem valku on kehakaalu alandamine just rasvamassi arvelt lihtsam ning samuti oled edukam ka saavutatud kaalu hoidmisel.

Antud info aluseks on ülevaateartikkel, mis põhineb viidatud teadusuuringutele - <https://authoritynutrition.com/10-reasons-to-eat-more-protein/>

Mitmed allikad toetavad trendi, et inimesed soovivad tarbida ja tarbivad vähem süsivesikuid ja rohkem valku:

<http://www.todaysdietitian.com/newarchives/1215p26.shtml>,

<http://www.cbsnews.com/media/diet-paleo-low-carb-low-fat/3/> (allikad üsna “kollased”, sest puuduvad teadusuuringud trendide kohta)

Lisaks oleme arendanud välja hulga toor- ja vegan torte/tooteid, mis lisaks eelpoolmainitule ei sisalda ka piima ega muna. Toortorte on töödeldud alla 42 kraadise temperatuuri juures. Toidu töötlemisel alla 42 kraadi säilivad paljud toidus sisalduvad vitamiinid, õrnad rasvhapped ja ensüümid, mis aitavad vitamiinidel toimida.

4. Ärimudel ja eesmärgid

Hetkel on kaks põhilist toote müümise kanalit – e-pood ja partneritest kohvikud. Avades investeringute abil köökpoe, lisandub ka kolmas kanal poe ning neljas jaekettide näol. Tänu tootmisköögile suudame rohkem toota ning ka rohkem müüa enamates kanalites. Käesoleval hetkel tegeleb tootmisega üks inimene, kes valmistab keskmiselt 100 torti kuus. Hetkel on müük ja massiline laienemine takerdunud tootmisraskuste taha, sest tegutseme kitsas koduköögis

Poe avamine võimaldab pakkuda pidevalt kogu meie praegust tootevalikut ning lisaks arendada välja ka uusi tooteid, mis müüvad meie tervisliku maiustamise ideed. Uuteks toodeteks on valgurikkad makroonid (ka vegan), valgurikkad vahvlid (ka vegan), valgurikas käsitööjäätis (ka vegan).

Idee on arendada ka välja nn „pooltooted“ – valgurikkad küpsetussegud ning segud, millest inimene saab ise lihtsa vaevaga toor- ja vegan torti teha (lisades mõne koostisosa). Näiteks Austraalias on selline toode olemas.

Pood annab võimaluse ka e-poes müüa erinevaid assortiisid meie toodetest (hetkel pole see võimalik, sest toodame vaid tellimuste peale ning “ülejääke” on keeruline realiseerida).

Lisaks korraldame workshoppe/koolitusi ning õpetame inimesi kuidas lihtsa vaevaga ja jätkusuutlikult oma toidulaud tervislikumaks muuta.

Lisaks teenime tulu ka kohvikutele omasel viisil - tee/kohvi/värskelt pressitud mahlad/smuutid jms müük (prognoositav lisatulu kuni 2000€/kuus).

Turul müüdavate toodetega võrreldes on meie tooted kallimad. Eesmärk ei ole hinnaga konkureerida vaid teha kvaliteetset ja probleeme lahendavat toodet ning müüa seda õiglase hinnaga. Hetkel meie e-poes jäävad hinnad vahemikku 13-39 €/kg (sõltub suuresti konkreetsest sisaldusest ning tordi suuruselt). Eraklientidele valmistame ka eritellimustorte pulmadeks ja sünnipäevadeks. Eritellimustortide hinnad on 30€/kg ning pulmatortide hinnad algavad 3€/in + lisakulud.

Kohvikutele ja restoranidele pakume tooteid kõige “soodsama” hinnaga kuna tegu on hulgimüüjatega. Klient läbi e-poe tellides soetab torti kallimalt kui seda saavad kohvikud. Tulles tehasepoodi ning ostes tükikaupa on hind kliendile veelgi kõrgem. NÄIDE - Gluteeni- ja laktoosivaba Banoffee OTT (1,9 kg)(tort lõigatuna 12ks tükiks)(koos KM).

- Hind kohvikule 24€
- Hind meie e-poes 38€
- Hind müües tehasepoe tükikaupa 4.5 €/tk - 54€ (ka hetkel edasimüüjad pakuvad sama toodet sama hinnaga)

Hetkeseisuga on ühe edasimüüja keskmine (kohvik/restoran) igakuine müügitulu 360€.

Keskmine eraklient sooritab meie e-poes iga 42 päeva tagant 36€- se ostu ehk keskmiselt 310€ kliendi kohta aastas.

Läbi e-poe tehtud tellimustest on korduvtellimuste osakaal 42%

Keskmine müügitulu eritellimustordi kohta on ca 120€ ning pulmatordi kohta 320€

Kogukäibest moodustab tulu edasimüüjatelt 35% ning eraklientidelt 65%. 2016. septembri seisuga on ainuüksi Tallinnas visittallinn.ee andmetel 345 kohvikut/restorani (millest 108 kohvikut).

4.1 Variandid kuidas laieneme ja kasvatame müügitulu

- Võimalusel tõstame toote hinda (kõrgem hind võimaldab pakkuda parimat võimalikku toodet/teenust)
- Laiendame tooteportfelli toodetega, mis ühtivad meie brändiga (otsime probleeme, mida klientide jaoks lahendada).
- Suurendame edasimüüjate arvu kohvikute/restoranide ning jaekettide näol Tallinnas
- Avame ise täiendavaid müügipunkte Tallinnas
- Otsime edasimüüjaid Soomes. Esmalt on kõige mõistlikum toodete transport Soome. Müügitulu kasvades on reaalne luua eraldiseisev tootmisüksus Soome. See eeldab ka piisava personali olemasolu Soomes. Kõige mõistlikum on aga laieneda frantsiisi müügiga. Esimeseks välituruks valisime Soome, sest see on Tallinnale kõige lähemal asuv turg. Soome saab alustada laienemist tooteid ise transportides. See on kõige soodsam viis ning ei vaja suuremat ühekordset rahalist investeringut ning personali leidmist.
- Otsime edasimüüjaid teistes Eesti linnades (vajalik transport)
- Avame ise täiendavaid müügipunkte teistes Eesti linnades/välisriikides.
- Looma tugeva brändingu, vajaliku toote ning läbimõeldud ärimudeli abil frantsiisi ning müüme frantsiisiõigust, et siseneda tootega uutele turgudele. Näide frantsiisi müügist – müügiobjektis on Oivalise Tervisliku Tordi köökpoe ärimudel, meie poolt on kogu *know-how* ning frantsiisi ostja poolt köökpoe ja personali igapäevane haldamine, ühekordne frantsiisi ostmise tasu 20 000-30 000€ ning 5% igakuisest käibest frantsiisilepingu vältel (arvud on näitlikud).

Aastaks 2025 on eesmärgiks üle Euroopa olla maksimaalselt kättesaadav „tervisliku maiustamise Starbucks“!

5. Senised saavutused/tegevused

Ettevõtte alustas tegevust juulis aastal 2014. Perioodi algusest tänaseni võib ka nimetada põhjalikuks turu-uuringuks.

Selle perioodi jooksul oleme:

- Tegelenud tootearendusega – alustasime kahe valgurikka ning lahja tordiga aga nüüdseks on sortimendis ca kümme valgurikast ja lahjat gluteeni-, laktoosi ja valge suhkru vaba tort ning viis gluteeni- ja valge suhkru vaba toor ja vegan torti
- Kahe aasta jooksul oleme osalenud hulganisti laatadel ja festivalidel tutvustades oma ideed ja tooteid. Näiteks viimasel Taimetoidumessil müüsimise kogu oma 108 ühikut toor- ja vegan Oivalist ära kolme tunniga.
- Oleme muutnud pea 10 pulma Oivaliseks ja Tervislikuks
- Teinud hulganisti teavitustööd sotsiaalmeedias ning tänaseks tunneb meie tegemiste vastu huvi Facebookis ja Instagramis kokku üle 5000 inimese.
- Omame pikaajalisi kohvikutest partnereid ning püsikliente
- Teisel majandusaastal oleme kasvatanud oma müügitulu võrreldes esimese majandusaastaga 272%

Ettevõtte areng ja hetkeolukord arvudes:

Karl-Ott alustas koduköögis täiskohaga töö kõrvalt tootmist ja müümist. Esimesel majandusaastal (2014 juuli-2015 detsember; 17 kuud) oli käive 10 865. 2016 jaanuar jätkas ta palgatööd poole kohaga ning alates august 2016 loobus ta palgatööst täielikult, et pühenduda ettevõtlusele. Seni on 2016 aasta käive 15 000 (9 kuud), millest 5500 on augusti ja septembri käive. 2016 aasta käibeprognoos on 21 000 - 23 000. Augustis valmistas Karl-Ott 116 torti ning septembris 98. See on hetkel absoluutne maksimum üksi koduköögis tehes, sest tootmisprotsess on ruumi ja seadmete puudumise tõttu ülimalt ebaefektiivne. Investeeringute kaasamisel on reaalne tootmiserfektiivsus tõsta kuni kolm korda. Augustis oli ta sunnitud keskmiselt 3-4 tellimust nädalas ära ütlema.

Hetkel on edasimüüjateks Kohvik Must Puudel, Marta külalistemaja kohvik ning Taanlinna Hotelli restoran. Rohkematele edasimüüjatele müümine on takerdunud tootmisraskuste taha.

6. Turuanalüüs

5.1 Sihtgrupp

Meie tüüpkliendiks on keskmise ja kõrge sissetulekuga leibkonnad, 24-54 aasta vanused naised, kellel on suure tõenäosusega ka laps/lapsed. Oleme hinnanguliselt jõudnud 1 protsendini sellest sihtgrupist.

Meie klientideks on ka vanemaid inimesi, kes ei hooli tordi sisaldusest vaid hindavad Oivalise maitset, sest nad on tüdinud laialdaselt kättesaadavatest toodetest. Oleme aina enam loomas turgu *fitness*-kogukonnas, kus klientideks on nii mehed kui naised, kes soovivad tarbida lahjemaid ja toitvamaid torte/tooteid.

Äriklientidest on sihtgrupiks kõik suuremad jaeketid, kes müüvad letist või pakendatult kondiitritooteid ning geograafilistel sihtturgudel asuvad kohvikud/restoranid. Potentsiaalseks ja suureks turuosaks on ka firmapeod/üritused.

5.2 Sihtturg

Geograafiliseks sihtturuks on hetkel Harjumaa, aga kuna probleemid, mida lahendame on globaalsed, siis on toode skaleeritav. Laieneda saame eelkõige kolmel viisil – valmistoote eksport, oma tootmisköögi avamine uuel sihtturul ning frantsiisi müümine. Oleme võtnud eesmärgiks laienemise läbi frantsiisi müümise. Selleks loome tugeva brändi ning ärimudeli Oivalise idee müügiks. Läbi frantsiisi saame laieneda kõige kiiremini ning teha Oivaline ja Tervislik maiustamine kättesaadavaks kõigile.

5.3 Konkurents

Meie missiooniks, tänu millele me eristume, on esmajoones müüa ideed ning elustiili, et tordiga maiustamine ei ole tabu ning seda saab teha Oivaliselt ja Tervislikult. Ideed ja elustiili müüme luues sihtgrupile huvipakkuvat sisu ning olles kõige aktiivsem kõikides sotsiaalmeedia kanalites (Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube jne)

Eristume ka väga kõrge klienditeeninduse kultuuriga. Me ei müü ainult tervislikku torti vaid kogu protsessi kui elamust. Alates tordi valimise ja tellimise lihtsusest kuni tordi kättetoimetamise ning hilisema tagasiside küsimiseni. Siin mängib võtmerolli loodav püsikliendiprogramm/tähtpäevateenus.

On teisi ettevõtteid, kelle menüüst võib leida gluteeni- ja laktoosivabasid küpsetisi (Pagaripoisid, Kivi Paber Käärid, Reval Kondiiter, kondiiter.ee, Delicato, Ristikheina jt.) ning ka toor (vegan studio Toormoor ja vegan torte (Cakery by Chef Sentjurin, vegan restoran V).

Otsesed konkurendid puuduvad, sest oleme turul esimesed ja siiani ainsad, kes müüvad valgurikkaid ning madalama kalorsusega kooke/torte.

Kõige sarnasemad tooted, mis järgivad Oivalise ideed on Valio ProFeel ja Farmi Skyr valgurikkad ja suhkruvabad kohupiimad, Whey Hey valgujäätised, NJIE ProPud valgurikkad pudingud, Fast valgurikkad pudingud ja pannkoogpulbrid ning isegi valgurikkad mahlad. Selliste toodete olemasolu tõestab, et meie ideega tortidele on turgu.

Meie oleme astunud aga sammu edasi ning võimaldame ka pidupäeval Oivaliselt ja Tervislikult maiustada valgurikka Oivalise Tervisliku Tordiga.

Tulevikus tekib kindlasti sarnase toote pakkujaid. Eristume nendest oma tugeva brändingu ja looga. Suur konkurentsieelis on see, et oleme esimesed. Kõik eelnev muudab Oivalise Tervisliku Tordi brändi usaldusväärseks.

Sarnaste omadustega kvaliteetse toote tootmine suures mahus ei pruugi olla võimalik ning ennast ära tasuda (praegusest erinevad tootmisprotsessid ning puudulik väljaõpe). Väljavõte ettevõtte Reval Kondiiter 2012 MA aruandest: "Tihedat koostööd tehakse ka teadusasutustega, kellega koostöös arendatakse kõrge valgusisaldusega ning gluteenivabasid pagari- ja kondiitritooteid."

Uute tegijate tulek tähendab/eeldab ka turu suurenemist. Suurtootjate tulekut näeme pigem võimalusena jõuda oma väärtuspakkumisega rohkemate inimesteni. Näiteks, kui hetkel jätab klient üldse meie toote ostmata, siis turule tuleva suurtootja pakutav soodsam hind võib julgustada seda klienti esmaostu tegema. Hetkel oleme ise esmaostu ergutanud ning maksimaalselt kasvavat turgu haaranud igakuise soodustordiga.

Suurtootja turule tulek ning soodsama toote pakkumine positsioneerib meid nn *high-end* tooteks võrreldes suurtootjaga (meie lugu, kogemused, oskused ja bränding). Saame oma toodet ka mahetooraine suunal edasi arendada.

Välismaise suurtootja turule tuleku puhul saame rõhuda toote kodumaisusele ning „purjetada masstootjate vastasuse ideoloogia tuules.“

Meie ärimudel ning välja töötatud tootmisprotsessid antut toote tootmiseks loovad kõik eeldused kõrge kvaliteedi säilitamiseks ja kasvatamiseks. Avatavates köökpoodides ei käidelda gluteeni sisaldavaid tooteid ning seega on köögid 100% gluteenivabad.

Kaudseteks konkurentideks on kõik Eestis ja tulevikus ka uutel turgudel tegutsevad ettevõtted, kes müüvad kooke/torte/küpsetisi/maiustusi. Kaudseid konkurente silmas pidades on konkurents toiduainetööstuses tihe. Meie toote ja idee turg aga pidevalt kasvab, sest inimeste vajadused on muutumas. Meie spetsiifilises valdkonnas on konkurents hõre ning oleme esimesed.

7. Turundusplaan

- Fundwise kampaania maksimaalne turundamine meie fännidele ja sihtgrupile
- Toodame tervise, toitumise, treeningu, motivatsiooni ja muu taolisega seotud huvipakkuvat sisu oma blogis ning ka Youtube kanalil
- Oivalise idee müügiks ning tähelepanu saamiseks kirjutab meie terviseekspert Karl-Ott raamatu „Tordidieet“
- Kaasame praeguseid fänne erinevate kampaaniatega
- Kasvatame oma fännibaasi ning ka meililisti pideva sotsiaalmeedia reklaamiga ja kampaaniatega
- Kaasame mõjuisikuid Oivalist Tervislikku Torti tarbima
- Oleme ise Oivalise meeskonnana inimestele eeskujuks edendades tervist
- Sponsoreerime meie ideega seotud ja sihtgrupile huvipakkuvaid üritusi (2017 kevadel on juba kokku lepitud Fit Model võistluse sponsoreerimine)
- Vajadusel/võimalusel erinevate toidumesside külastamine Tallinnas/eksportturgudel

8. Personal

Projekti alfaasis alustame köökpoe sisseseadmist ning jooksvate tellimuste täitmist ühe täisajaga (Karl-Ott Juhanson) ning teise osalise tööajaga töötajaga (Keryth Sikk). Köökpoe valmides tõuseb ühe töötaja tootmisvõimekus 200 tordini kuus. Mai-juuni 2017 lisandub teine täistööajaga töötaja (Keryth Sikk), kelle tootmisvõimekus on kuni 200 torti kuus. Poosa haldamiseks palkame vajadusel teenindaja/barista. August-september oleme palganud kolmanda osalise tööajaga kondiitri (tootmisvõimekus kuni 80 torti kuus) ning aasta lõpuks täistööajaga. Keskmiselt üks kondiiter on võimeline tootma 160 torti kuus. Aja möödudes hakkab Karl-Ott aina enam tegelema B2B müügiga ning välisturugudel partnerite leidmisega ning Keryth personali ning köökpoe ja müügipunktide haldamisega.

Meie ettevõttes on nõuandija ja müügieksperdi rollis Silver Rooger, kellel oli ka väga oluline roll Oivalise Tervisliku Tordi ehk OTTi nime loomisel.

9. Rahakasutus ja finantsprognosisid

Rahakasutus (pessimistlik prognoos, ehk vajalikud maksimumsummad).

Järgnevalt nimetatud tegevused on järjestatud tähtsuse järjekorras:

1. Köögi rendi ja ülesseadmisega seotud kulud (esimese kuu rent, lepingutasud, tegevusload jms) kuni 5000 eurot
2. Köögi sisseseade (põhivara) ning võimalikud ehitus/viimistluskulud kuni 35 000 eurot
3. Esimese 6 kuu köögi rent ja kommunaalkulud - 10 000 eurot
4. Ettevõttele sõiduvahendi liisimine – 60 kuulise kasutusrendi sissemakse 4200 eurot, igakuine püsikulu koos liisingumakse, kindlustuste ja kütusekuluga 290
5. Brändile omaste pakendite disain ja esimese partii tellimine kuni 2000
6. Uue suurte püsikuludeta e-poe loomine kuni 3000 (praeguse müügi mahu juures on e-poe igakuine püsikulu ca 100€)
7. Turunudusmaterjalide loomine ning turundustegevus kuni 4000
8. Vajadusel esimese 6 kuu töötasud kahel täistööajaga töötajal (kondiitri netopalk keskmiselt 630) – 25 000
9. Toidumessidel osalemine Tallinnas ja Soomes (osa sellest katab Tallinna Ettevõtlusameti messitoetus).

Täpsemate finantsprognosisidega tutuvu rahavoogude aruandes.

9.1 Ettevõtte tulemuslikkuse võtmenäitajad

Investoreid hoitakse kursis kvartaalse uudiskirjaga, kus antakse ülevaade tegevusest ning avaldatakse ka järgneva perioodi võtmenäitajad:

1. käibe kasv
2. edasimüüjate arvu kasv
3. korduvtellimuste arvu kasv
4. kasumimarginaal
5. järgmise kvartali rahavoogude prognoos