

طرح کسب و کار
(Business plan)

۱. خلاصه مدیریتی

• عنوان طرح

پلتفرم هوشمند تامین، اعتباردهی و بازار عمده‌فروشی صنایع ساختمانی و لوازم خانگی

• شرح کوتاه کسب‌وکار

این کسب‌وکار یک پلتفرم B2B مبتنی بر اعتبار است که خرده‌فروشان، سازندگان و تامین‌کنندگان را در زنجیره تامین به یکدیگر متصل می‌کند.

پلتفرم امکان خرید اعتباری کالا را برای مشتریان فراهم می‌سازد و همزمان بستری برای عرضه محصولات تامین‌کنندگان ایجاد می‌کند.

• مدل درآمدی شرکت :

- کارمزد اعتبار
- کمیسیون فروش
- سود تامین و توزیع کالا
- درآمدهای جانبی تبلیغات و خدمات مالی

تمرکز فاز اول :

- لوازم خانه و آشپزخانه
- مصالح ساختمانی
- شیرآلات ساختمانی
- اجاره ماشین‌آلات تخریب و ساخت و ساز (در فاز نهایی)

مزیت رقابتی:

- دسترسی مستقیم به شبکه تامین‌کنندگان
- دسترسی مستقیم به خرده‌فروشان بازار
- تجربه عملیاتی پیشین در بازار
- مدل Asset-Light در فاز اولیه
- نرخ جذب پایین مشتری

- گردش سریع سرمایه
- قابلیت توسعه بین‌صنفي

2. معرفي کسب و کار

ماهيت کسب‌وکار

شرکت در حوزه فناوری مالی و بازارگاه عمده‌فروشی فعالیت می‌کند و هدف آن دیجیتالی‌سازی جریان تامین کالا و اعتبار در صنایع سنتی کشور است.

• چشم‌انداز:

تبدیل شدن به زیرساخت اصلی تامین و اعتبار B2B در صنایع سنتی ایران و بازارهای منطقه‌ای.

• ماموریت

کاهش اصطکاک تامین کالا، تسهیل خرید اعتباری و افزایش نقدشوندگی زنجیره تامین.

3. معرفي خدمات و محصولات

• خدمات اصلی

۱. اعتبار خرید B2B

ارائه اعتبار کوتاه‌مدت ۶۰ تا ۷۵ روزه به خرده‌فروشان و سازندگان به منظور تامین کالا

۲. بازارگاه عمده‌فروشی

نمایش و فروش محصولات تامین‌کنندگان در بستر پلتفرم.

۳. تامین و فروش مستقیم کالا

در فازهای بعدی شرکت بخشی از کالاهای منتخب با حاشیه سود بالا را تامین و انبار می‌کند.

۴. خدمات تحلیل و اعتبارسنجی

اعتبارسنجی سیستمی مشتریان از طریق APIهای احراز هویت و تحلیل رفتار مالی.

4. تحلیل بازار

• بازار هدف (فاز اول):

○ حوزه‌ها:

▪ لوازم خانه و آشپزخانه

- مصالح ساختمانی
- شیرآلات ساختمانی

○ اندازه بازار

۱. بازار لوازم خانه و آشپزخانه :

- TAM: حدود ۱۵۶ همت
- SAM: حدود ۶۲ همت
- SOM: حدود ۷.۵ همت

۲. بازار مصالح ساختمانی:

- TAM: حدود ۳۵۴ همت
- SAM: حدود ۱۴۱ همت
- SOM: حدود ۶۰ همت (استان تهران)

ویژگی بازار:

- سنتی و غیرشفاف
- وابسته به اعتبار غیررسمی
- پراکندگی تامین کنندگان
- نبود زیرساخت دیجیتال تخصصی
- نقدینگی پایین خرده فروشان

5. تحلیل مشتریان

مشتریان اصلی

1. خرده فروشان

• نیاز:

- خرید اعتباری
- تامین سریع کالا
- تنوع تامین کننده

2. سازندگان

• نیاز:

- خرید مرحله ای مصالح
- مدیریت نقدینگی پروژه
- دسترسی سریع به تامین کننده

3. تامین کنندگان

- نیاز:

- افزایش فروش
- دریافت نقدی
- دسترسی به مشتری جدید

6. مدل درآمدی

- منابع درآمد:

- کارمزد اعتبار : میانگین ۳.۵ درصد ماهانه
- کمیسیون فروش : میانگین ۷ الی ۹ درصد
- سود تامین مستقیم کالا : ویژه کالاهای منتخب انباری
- درآمد تبلیغات و خدمات ویژه : در فازهای توسعه

7. مدل عملیاتی

- فرآیند عملیاتی

- ثبت نام و احراز هویت
- اعتبارسنجی سیستمی
- تخصیص اعتبار
- دریافت چک (سفته)
- ثبت سفارش
- تامین کالا توسط فروشنده
- تسویه با فروشنده
- وصول اقساط و اسناد

* نکته : شرکت وارد عملیات لجستیک نمی شود و ارسال کالا توسط تامین کننده انجام می گیرد (مطابق با عرف بازار)

8. استراتژی توسعه

۱. فاز اول

- اعتباردهی کنترل شده
- تمرکز بر بازارهای آشنا
- اثبات مدل مالی
- ایجاد شبکه تامین

۲. فاز دوم

- توسعه دسته بندی کالا
- توسعه تامین کنندگان

- ورود به انبارداری محدود
- ۳. فاز سوم

- توسعه جغرافیایی
- توسعه سرویس‌های مالی
- توسعه واردات مستقیم

۴. فاز چهارم

- توسعه منطقه‌ای
- ورود به بازارهای خارجی
- توسعه زنجیره تامین بین‌المللی

9. برنامه بازاریابی

- روش جذب مشتری
 - ارتباط مستقیم با بازار
 - شبکه تامین‌کنندگان
 - بازاریابی میدانی
 - تبلیغات دیجیتال
 - معرفی توسط مشتریان فعلی

CAC •

- میانگین هزینه جذب مشتری:
 - حدود ۱۰۰ هزار تومان
- مزیت جذب مشتری
 - به دلیل سابقه فعالیت در بازار، شرکت دارای دسترسی مستقیم به شبکه مشتریان و تامین‌کنندگان است.

10. فناوری و زیرساخت

اجزای پلتفرم

- پنل تامین‌کننده
- پنل خریدار
- موتور اعتبارسنجی
- سیستم مدیریت سفارش
- سیستم تسویه
- داشبورد تحلیل مالی
- زیرساخت فنی
- وب اپلیکیشن
- اپلیکیشن موبایل

- API های اعتبارسنجی
- سیستم احراز هویت

11. ساختار سازمانی

- تیم اولیه
 - مدیرعامل
 - استراتژی و توسعه بازار
 - مدیر عملیات و تامین
 - مدیر فنی و توسعه پلتفرم
 - مدیر مالی و ریسک
 - اعتبارسنجی و کنترل نکول
 - تیم فروش و توسعه بازار

12. تحلیل ریسک

- ریسک نکول
 - کنترل از طریق:
 - اعتبارسنجی
 - چک و سفته
 - محدودیت سقف اعتبار
 - افزایش تدریجی اعتبار
 - ریسک نقدینگی
 - کنترل از طریق:
 - تخصیص مرحله‌ای سرمایه
 - چرخه کوتاه بازگشت سرمایه
 - تمرکز بر گردش سریع
 - ریسک عملیاتی
 - کنترل از طریق:
 - مدل Asset-Light
 - عدم ورود مستقیم به لجستیک
 - توسعه مرحله‌ای

13. برنامه مالی

ساختار سرمایه

- تمرکز اصلی سرمایه :
 - سرمایه در گردش
 - اعتباردهی
 - توسعه فناوری
 - انبار محدود کالاهای منتخب
 - هزینه‌های اصلی
 - توسعه محصول
- عملیات ماهانه
- بازاریابی
- انبارداری
- شاخص‌های مالی کلیدی
 - چرخه بازگشت سرمایه: ۶۰ تا ۷۵ روز
 - نرخ نکول: ۲ الی ۳ درصد
 - حاشیه سود خالص هدف: ۱۰ درصد
 - بازگشت سریع نقدینگی
 - رشد تصاعدی GMV

14. مزیت سرمایه‌گذاری

- چرا این مدل جذاب است؟
 - بازار بزرگ و سنتی
 - این پلتفرم قبلاً به مدت یک سال تست شده و با استقبال زیادی روبرو بوده
 - نیاز واقعی به اعتبار
 - تکرارپذیری بالا
 - گردش سریع پول
 - قابلیت مقیاس‌پذیری
 - قابلیت توسعه منطقه‌ای
 - درآمد چندلایه

15. جمع‌بندی نهایی

هدف این پلتفرم ایجاد زیرساخت یکپارچه تامین، اعتبار و تجارت B2B در صنایع سنتی کشور است.

- مدل کسب‌وکار با تمرکز بر:

- رشد کنترل شده
- گردش سریع سرمایه
- کاهش ریسک عملیاتی
- توسعه مرحله‌ای

طراحی شده و قابلیت تبدیل شدن به بازیگر زیرساختی در زنجیره تامین کشور را دارد.