



**سوپر مارکت اینترنی**

## مشکلات (سوپرمارکت اینترنتی):

### سوپرمارکت

### مشتری

۱. شلوغی سوپرمارکت

۲. صرف زمان زیاد برای سفارش تلفنی

۳. کمبود شعاع خدمت در سفارش تلفنی

۴. امکان اعلام تخفیف ها

۵. کنترل پرداخت های مشتری

۱. ارسال نادرست محصول (نوع کالا، برند، تاریخ انقضا،

قیمت و ...)

۲. ناآگاهی از محصولات (قیمت، موجودی، مقایسه و ...)

۳. امکان خرید برای دیگران

۴. نوع پرداخت



## مشکلات (سفارش از تولیدکننده)

### سوپرمارکت

### تولیدکننده

۱. زمان و تاریخ مشخص

۲. تردد زیاد

۳. بایگانی گردش های مالی

۴. روش پرداخت

۵. موجودی کالا های خود و تولیدکننده

۶. بهره مندی از تخفیف ها

۱. افزایش هزینه ها (منابع انسانی و لجستیک)

۲. جهت گیری ویزیتورها در معرفی محصولات

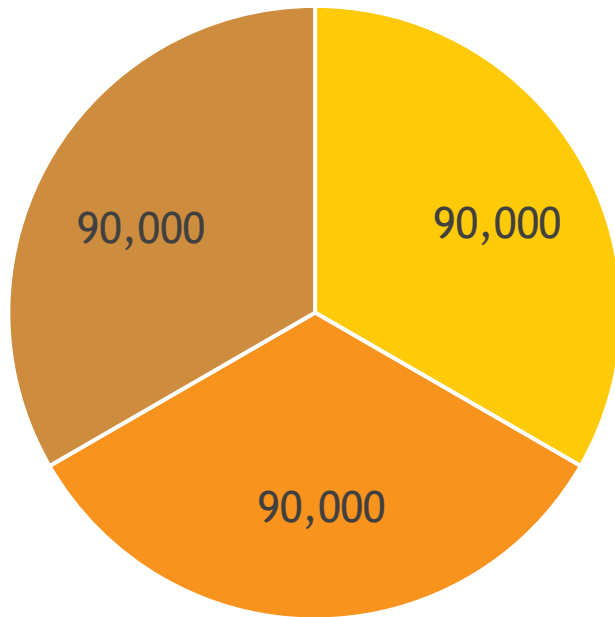
۳. عدم اعلام تخفیف ها توسط ویزیتورها

۴. عدم توانایی برای نظارت بر ویزیتورها



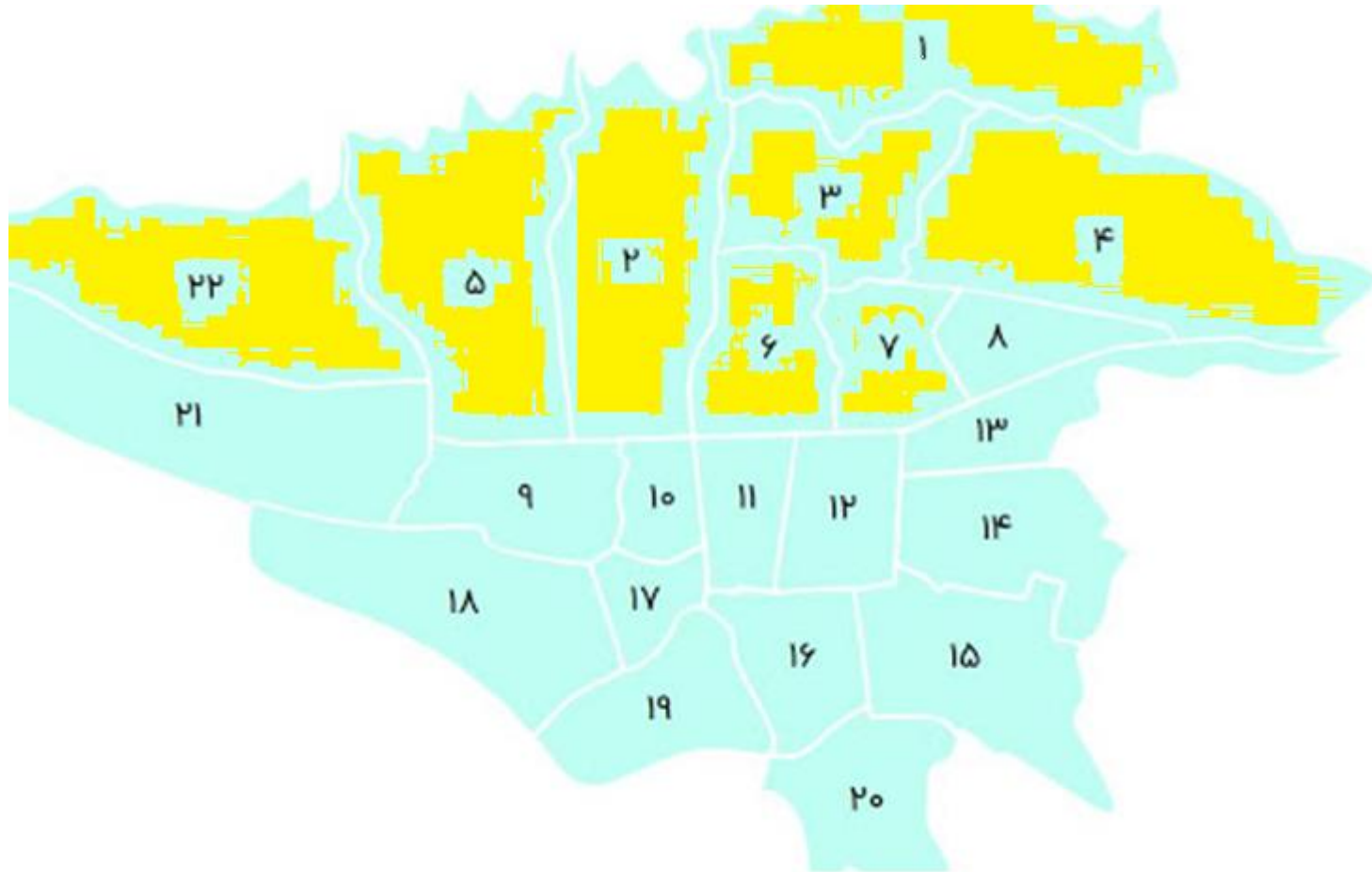
# اندازه بازار:

- نیاز همه ی مردم به محصولات سوپرمارکت
- گردش مالی حداقل ۳۰۰ میلیون تومانی در ماه برای سوپرمارکت (۱)
- ۲۰٪ خرید مواد غذایی به صورت آنلاین انجام می شود (۳)



بازار فروش ۳ سوپرمارکت اینترنتی بزرگ ایران در ماه (۲)

# بازار هدف ۲ سال آینده:



# مدل درآمد:

- کارمزد از سوپرمارکت
- همکاری با تولیدکننده ها جهت تخفیف های خاص
- تبلیغات برای برندها
- کارمزد از تولیدکننده به ازای سفارش سوپرمارکت ها و دیگر مشاغل



# اندازه بازار فعلی:

تعداد کاربران

تعداد سوپرمارکت ها

بیشتر از ۲۰۰۰



بیشتر از ۱۵۰

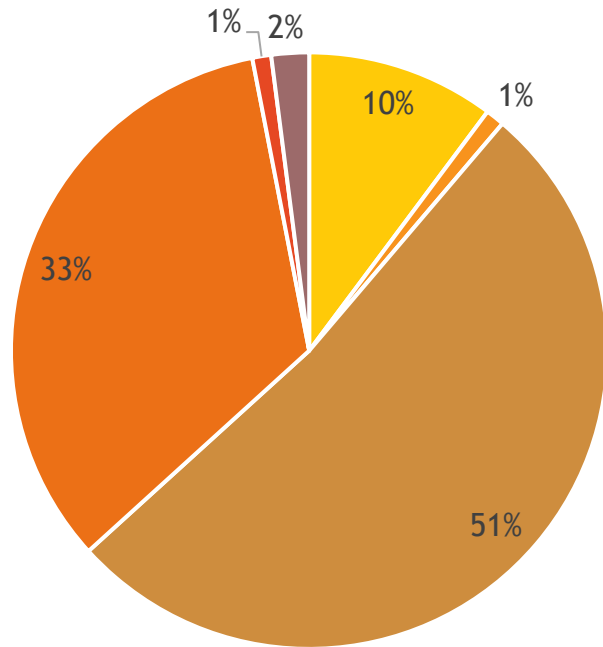






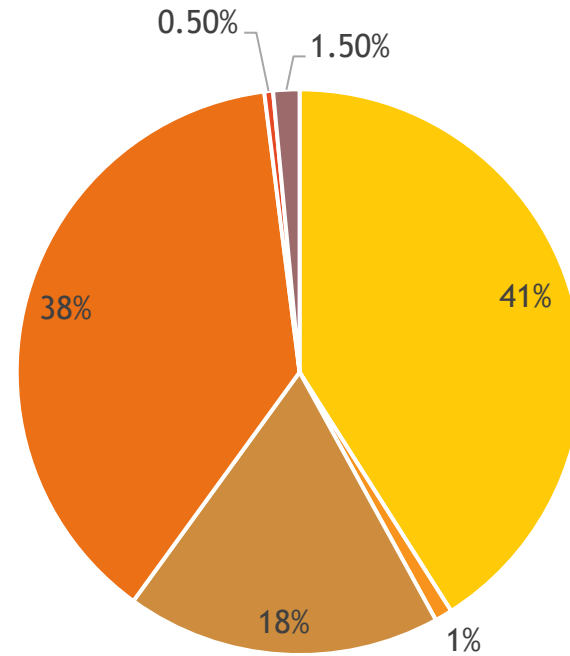
# پیش بینی هزینه ها:

هزینه سال دوم



۲.۵ میلیارد تومان

هزینه سال اول



۱ میلیارد تومان

- فضای کاری و تجهیزات
- مالی و حسابداری
- بازاریابی
- دستمزد
- فنی
- حقوقی

# پیشنهاد سرمایه گذاری:

• ۱.۵ میلیارد تومان

• به ازای ۱۰۰ درصد سهام

• ۳.۵ میلیارد تومان

• به ازای ۴۹ درصد سهام





• مجید آصفی داریان

• رئیس هیئت مدیره



• آرش ابراهیمی

• مدیر IT



• مجید افتخاری دریانی

• مدیر عامل



• احسان آصفی داریان

• مشاور و قائم مقام مدیر عامل

تیم: