

кейс-чемпіонат

дедлайн 26.05



РОЗВИТОК ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЮ GROW-SOME



grow-some

Ключове завдання кейс-чемпіонату — запропонувати можливі варіанти **розширення продуктового портфеля Grow-Some**

Куди далі рухатися Grow-Some?



Вхідні x



Oleksii Kryzhanovskyi <oleksiikryzhanovsky@gmail.com>

кому мені ▾

пн, 10 трав., 9:00 (2 дні тому)



Дорогі учасники кейс-чемпіонату, звертаюся до вас за порадою.

Мій стартап Grow-Some вже більше року на ринку і темпи росту щоразу зростають. Набори для вирощування мікрогріню користуються неабияким попитом як серед людей, які хочуть стати трохи ближчими до природи, так і серед компаній, для яких такі набори є ідеальним корпоративним подарунком своїм співробітникам.

Цей продукт вже перевірів себе і ми готові розширювати виробництво і масштабуватися. Але паралельно з процесом масштабування поточного продукту ми б хотіли затестити нові продукти, які так само зможуть вистрілити на ринку. Наразі ми знайшли кілька ідей, але в якому саме напрямку нам далі рухатися поки не зрозуміло.

Тож прошу вас провести невелике дослідження. **Результатом має стати пропозиція одного чи кількох продуктів, які, на вашу думку, зможуть допомогти компанії подвоїти виручку у другій половині 2021 року** (порівняно з першим півріччям).

Чекаю на ваші пропозиції до 26 травня.

Олексій

Детальне завдання кейс-чемпіонату та формальні вимоги для учасників

Завдання

Учасниками потрібно дати відповідь на **три питання** 

Що виготовляти?

Чи буде на продукт попит (потрібно дослідити потреби споживачів)?

Як виготовляти?

Потрібно базово прописати процес виробництва (за можливості, з потенційними постачальниками сировини та необхідної техніки)

Як продавати?

Потрібно вирішити як краще продавати: in-store чи онлайн продажі?

Вимоги

Таймлайн

- Учасники надсилають презентацію до 26.05
- Фіналісти оголошуються 28.05
- Фінал онлайн 29.05

Презентація

- Презентацію потрібно відправити на пошту slavikzhydyk@gmail.com
- Темі листа «Кейс-чемпіонат Grow-Some»
- Презентації у форматі pdf.

Зміст презентації

- Титулка з назвою команди
- Executive summary (ключові висновки презентації)
- Основна частина презентації з описом пропозицій

**Якщо у вас виникатимуть будь-які
питання, то пишіть у будь-який месенджер
за номером **+380964233807****

1

2

Про компанію

Місія Grow-Some — зближувати людей з природою

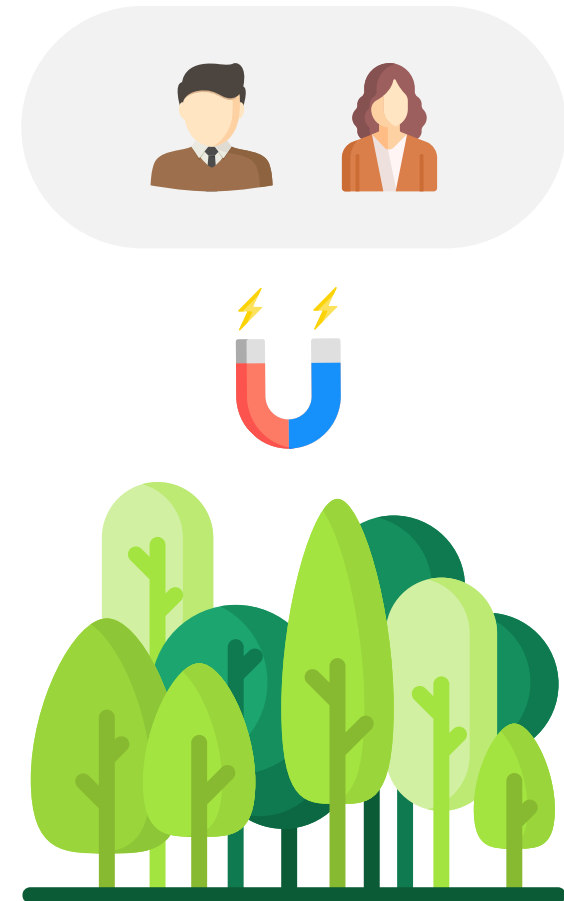


У grow-some ми віримо що природа — невід'ємна частина людини. Ми жили тисячі років оточені деревами, зеленню та травами, а зараз оточуємо себе бетоном, цеглою та асфальтом.

grow-some почався з місії зближувати людей з природою.

Ми використовуємо максимум екологічних матеріалів, де це можливо, у виробництві будь-якого нашого продукту. У результаті ваші рослинки оточені безпечними матеріалами (віск, кокосове волокно, каучук та агроволокно) протягом всього процесу вирощування мікрогрину.

Суть продуктів у тому, аби щось виростити і з'їсти, або просто виростити





Grow-Some виготовляє глиняні і дерев'яні горщики та килимки, з яких виростає мікрогрін

Глиняний горщик



Дерев'яний горщик



Килимки





Компанія замовляє **сировину** у різних постачальників та поєднує все у готовий продукт у виробничому цеху

З чого складається готовий набір

Горщик

1. Компанія замовляє гіпс, віск, корок, клеї у різних постачальників
2. Працівники компанії виготовляють готові окремі деталі
3. Після цього вони поєднують їх у готовому виробі

Килимок

1. Компанія замовляє кокосову койру, віск, 8 видів насіння у різних постачальників
2. Працівники вимірюють кількість насіння на кожен килимок
3. Потім засипається насіння і збирається готовий продукт

Коробка

Інструкція

Смужка “ПОТЯГНИ”

Компанія друкує самостійно

За потреби, ви можете задавати додаткові питання щодо процесу виробництва і Grow-Some детально на них відповідь

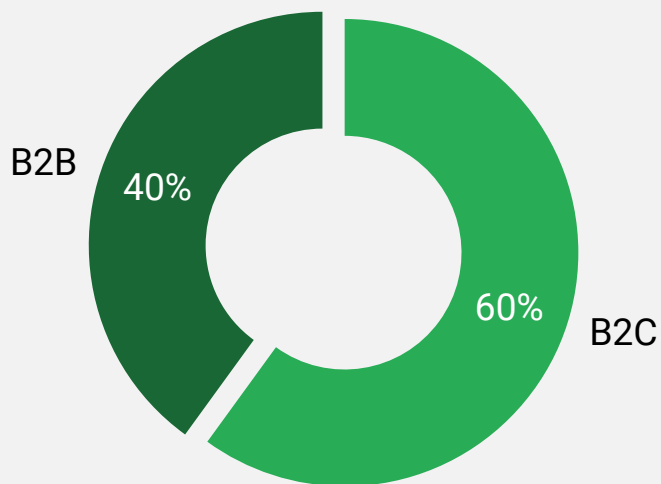
Будь-який продукт, який буде запропоновано має мати собівартість у 4-5 разів нижчою за ціну продажу одиниці



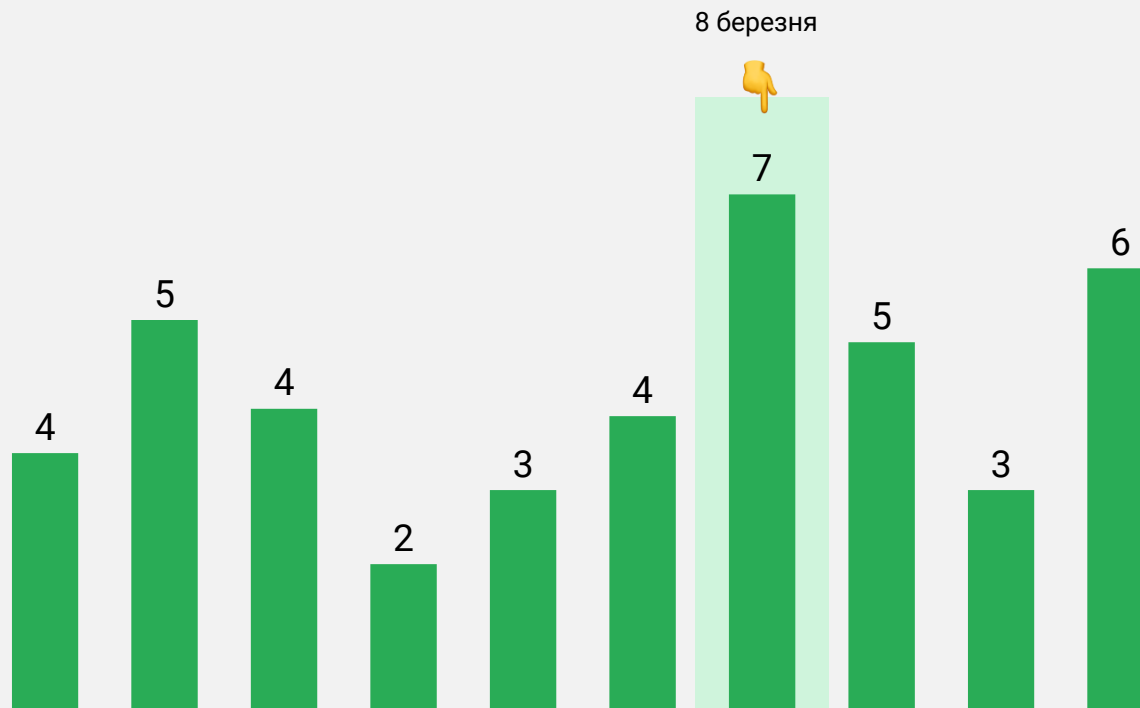


Grow-Some продає свою продукцію і на B2C, і на B2B ринках. На продажі суттєво впливають зовнішні фактори

Розподіл продажів між різними сегментами ринку



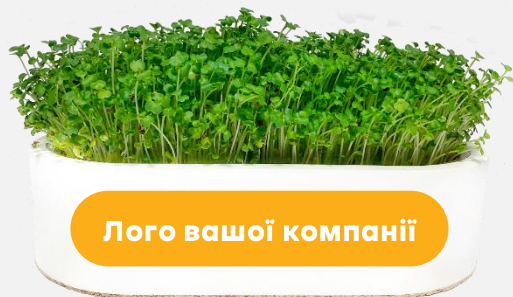
Динаміка продажів компанії



У Grow-Some є три цільові аудиторії: дві у B2C сегменті та одна універсальна у B2B

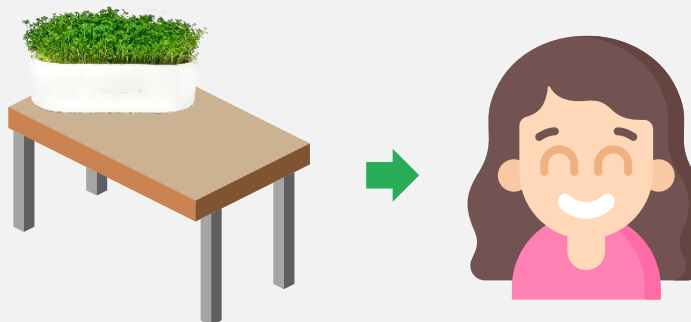
B2B

Компанії люблять всілякі особливі подарунки, яких немає в широкому доступі на ринку і які можна кастомізувати під їх корпоративний стиль



B2C

Жінки 21-35, люблять зелень, естетику, вважають її важливою частиною дому. Мікрогрін – це круте доповнення до самого продукту. Або ж навпаки: горщик – круте доповнення мікрогрину



Чоловіки, Жінки 25-34. Беруть на подарунок, бо це щось унікальне, викликає вау-ефект



Grow-Some залучає клієнтів через соцмережі. Доставка здійснюється Новою Поштою



Важливо враховувати аспект доставки продукції і розглянути варіант in-store продажів, щоб уникнути ризиків пошкодження продукції



1

2

Про рынок

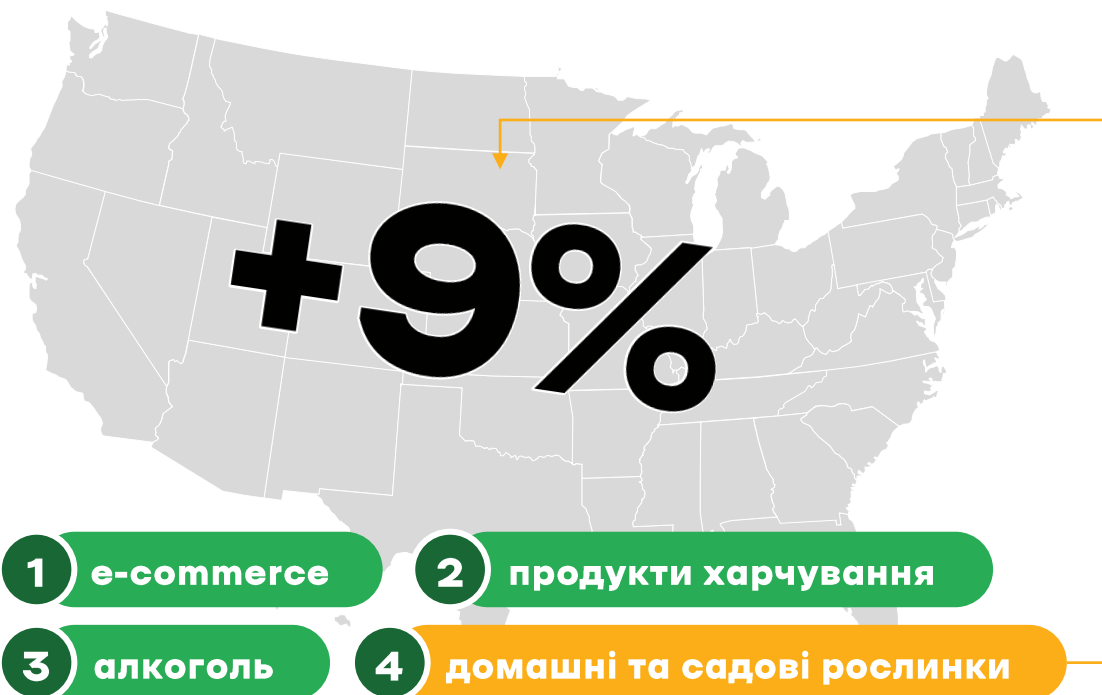
Ринок домашніх і садових рослин **суттєво виріс за час карантину** і буде зберігати даний тренд

28

мільярдів
доларів



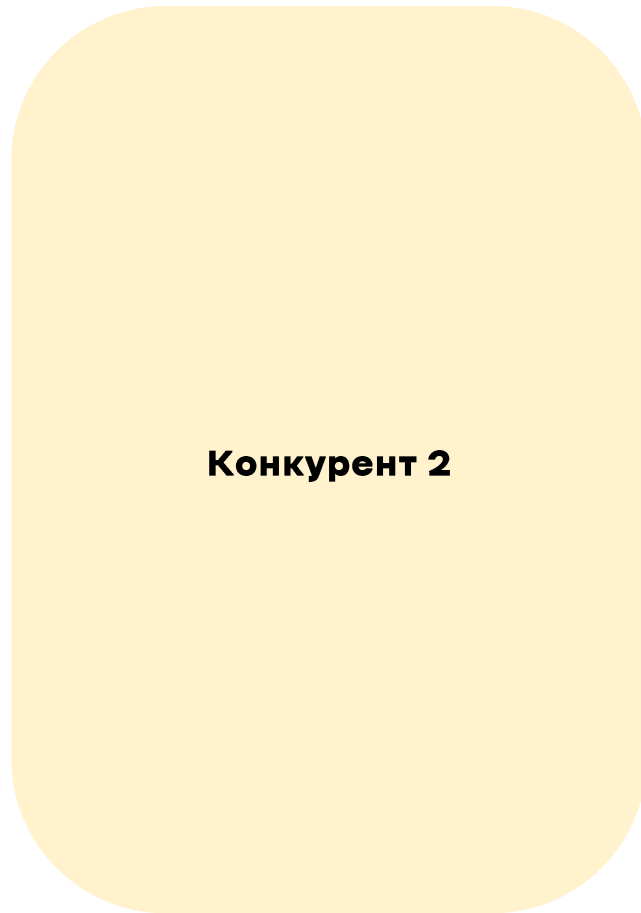
розмір ринку



топ індустрій за темпами зростання під час карантину в США



Прямі аналоги — набори для вирощування мікрогрін






Непрямі аналоги — набори для вирощування рослинки вдома





USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

grow-some

Ярослав Жидик 
+38 (096) 423-38-07
slavikzhydyk@gmail.com