

Konu

Lezzet Olunca

Gözünüz Hep Bu

**Logo'yu
Arayacak**

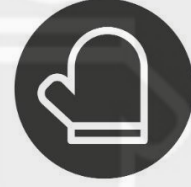
HAMURLA SUNUM

2023

Salih YILDIRIM



*Ben
Yaptım.*



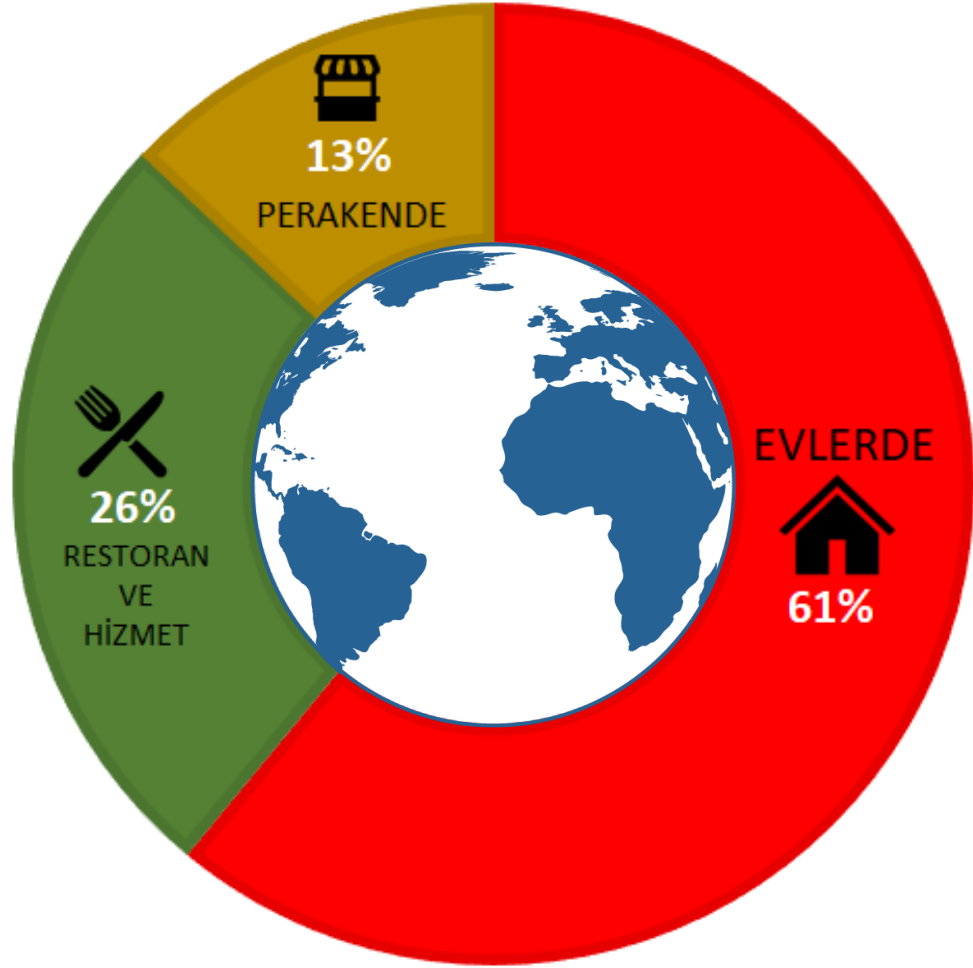
hamurla

Hamurla Nedir?

- Dünyamızın kanayan yarası olarak ciddi boyutlara ulaşmış, çevreyi ve yaşamı tehdit eden en önemli problemi Gıda İsrafı sorununa çözümler üretmek amacı ile kurulan Hamurla girişimi yine bu devasa kaybın içerisindeki payı oldukça yüksek miktarlara erişen unlu mamullere odaklanmış bir iş modelidir.
- Bir gıdanın ilave katkı maddesi kullanımı olmadan besin değerlerini ve tazeliğini yüksek verimlilikte koruyarak uzun süre depolanabilir hale getiren şoklayarak dondurma teknolojisi, Dünya üzerinde bilinen en doğal tekniktir. Gıdaların uzunca bir süre bozulmadan depolanabilir hale getirilmesi en uzak mesafelerden taşınarak en ücra yerlere dahi ulaştırılabilir olmasını sağlamıştır. Hamurla sosyal medya araçları ve özellikle Youtube kanalı aracılığıyla eğitici içerikler hazırlayarak ülkemizdeki unlu mamul pazarında tüketicinin dondurulmuş ürün bilincini arttırmayı misyon edinmiştir.
- Hamurla B2C/B2B E Ticaret, ambalaj, depolama ve lojistik teknolojileri geliştirerek hali hazırda HORECA kanalı ve ihracat için yüksek kapasitede üretilen kaliteli, çok çeşitli dondurulmuş unlu mamulleri uygun fiyatlar ile doğrudan tüketicisi ile buluşturup, evlerde ihtiyaç kadarının sağlıklı, lezzetli ve taze olarak tüketilmesini sağlayarak çöpe atılmak sureti ile israf edilmesinin önüne geçmeyi amaçlamaktadır.



DÜNYADA GIDA İSRAFI



BM ÇEVRE PROGRAMI (UNEP) 2021 GIDA İSRAFI ENDEKSİ

Dünyadaki gıda israfıyla ilgili güncel istatistikler

- Son çıkan istatistiklere göre, her yıl dünyada 931 milyon ton gıda israf edilmektedir. Yaklaşık 1 Trilyon dolar değerindedir.
- Ekmek, sebze meyve, hamur işi, et ve süt ürünleri sırası ile en çok israf edilen ürünler olmuştur.
- Dünyada tüketici düzeyinde hazır haldeki tüm gıdanın yüzde 17'si hiç dokunulmadan çöpe gitmektedir.
- Gıda israfının %61'i evsel atık olarak israf edilirken, %26'sı hizmet sektöründe, %13'ü ise perakende sektöründe ortaya çıkmaktadır.
- Boston Consulting Group (BCG) tarafından gerçekleştirilen araştırmalara göre, gıda atığı miktarı bugün olduğu gibi artmaya devam ederse, gıda atığı miktarının 2030 yılında 2,1 milyar tona ve 1,5 trilyon dolar israf tutarına ulaşacağı tahmin edilmektedir.
- BM ile birlikte protokole imza atan AB 2030 yılına kadar israfın %50 oranında azaltılması için taahhütte bulunmuştur.
- Sürdürülebilir gıda kaynakları son 5 yıl içerisinde enerji kaynaklarından daha stratejik hale gelmiştir.



TÜRKİYE DE GIDA İSRAFI VE EKMEĞİN İÇİNDEKİ PAYI



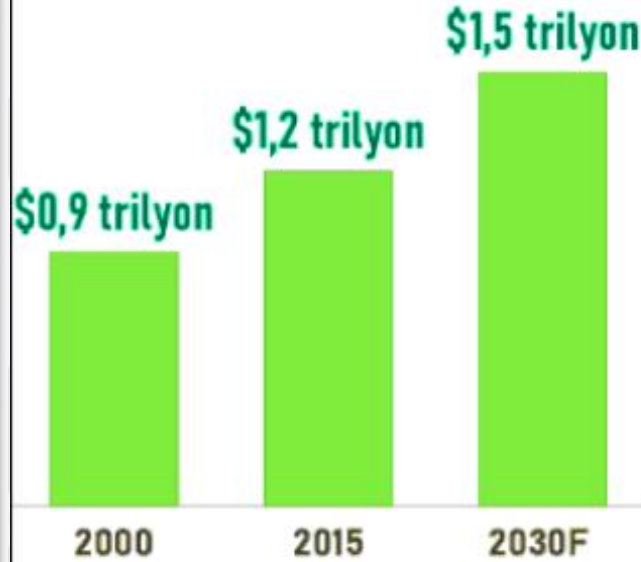
TMO GENEL MÜDÜRLÜĞÜNCE HAZIRLANMIŞ OLAN
TÜRKİYE'DE EKMEK İSRAFI ARAŞTIRMASI
(2012)

- Türkiye’de ise her yıl 14 milyon tondan fazla gıda israf edilmektedir. Miktar olarak yarısına yakın bir miktarın unlu mamul olarak israf olduğu tahmin edilmektedir. Ülkemize toplam maliyetin 500 Milyar TL civarındadır.
- Ülkemizde her yıl kişi başına 93 kilogram yiyecek çöpe atılmaktadır. Kişi başı gıda israfında ilk 10 ülke arasında 3. sıradayız.
- BM (UNEP) Gıda Güvenliği endeksi 2021 e göre Türkiye Umman, Bahreyn ve hatta Suudi Arabistan’ın bile gerisinde kalarak 49. sırada bulunmaktadır. Gıda arz güvenliği sorunu çözülmedikçe üretimin büyümesi israfı ciddi ölçüde artıracaktır. Aynı raporda çözümün inovasyon olduğu vurgulanmıştır.
- Allianz’ın gıda krizinin neden olduğu riskleri ele alan küresel raporuna göre, Türkiye, en ağır risk altındaki ilk 11 ülke arasında yer almakta olup, Türkiye’nin birinci olduğu gıda enflasyonunda dünyada en yakın rakibi Lübnan olmuştur.
- Ekmek üretimi:
Günde 25 bin 295 ton (25.295.305 kg), yılda 9,2 milyon ton (9.232.786 ton) ekmek üretilmektedir.
Günde 101 milyon (101.181.223) adet, yılda 37 milyar (36.931.146.395) adet ekmek üretilmektedir.
- Ekmek israfı:
Günde 1.500 ton (1.486 ton), yılda 542 bin ton (542.455 ton) ekmek israf edilmektedir.
Günde 6 milyon (5.944.708) adet, yılda 2,1 milyar (2.169.818.420) adet ekmek israf edilmektedir.
- Sadece ekmek israfının ülkemize ekonomik maliyeti 20 Milyar TL nin üzerindedir



\$1.5 Trilyonluk Sorun – \$700 Milyarlık Fırsat

\$1.5 Trilyonluk Sorun



\$700 Milyarlık Fırsat



TÜKETİCİNİN DONDURULMUŞ UNLU MAMULLER İLE İLGİLİ NET OLARAK PROBLEMİ

- !! Nihai tüketici ekmek başta olmak üzere onlarca kategori binlerce çeşit dondurulmuş unlu mamul ürünlerine doğrudan ulaşım alamamakta.
- !! Sadece market kanallarında satılmakta olan oldukça sınırlı kategori ve çeşitte olan dondurulmuş unlu mamulleri marketlerin fiyat politikasından kaynaklanan özellikle **kalite** problemi olduğu için nihai tüketicinin bu ürünler hakkında olumsuz fikirlere kapılarak yanlış bilinçlenmesine sebep olmaktadır.
- !! Unlu mamul pazarında satılan ürünlerin **%70** e yakın paya sahip olan **Ekmek** kategorisindeki ürünlere dondurulmuş olarak nihai tüketicinin market dahil hiçbir kanaldan ulaşamaması.
- !! Nihai tüketici hala dondurulmuş unlu mamul ürünleri hakkında doğru bilgi ve yeterli bilince sahip değildir.
- Hanelerde görüşülen kişilerin unlu mamulde en çok önem verdikleri özellik % 47 ile ürünün sıcak ve taze olması, % 42 ile de ürünün iyi pişmiş olmasıdır. Ürünlerin hijyenik şartlarda üretilmiş olması % 28'lik pay ile üçüncü, ürünlerin hijyenik şartlarda satılıyor olması ise % 21 ile ancak dördüncü sırada yer almaktadır.



HEDEF KİTLE VE TÜKETİM DAVRANIŞLARI



- Hamurla hedef kitlesi genellikle sosyolojik toplumsal davranışa göre hanelerde mutfağa hakim, 18-70 yaş grubunda bulunan kadınlardır.
 - Hane halkı mutfak alış veriş kararı büyük oranda kendileri verir.
 - Haneye kişi sayına göre yapılacak ve yenecek yemek miktarına karar verirler.
 - Özellikle ekmeği tüm öğünlerde evde bulunmasını sağlarlar.
 - Tamamının evinde en az bir tane derin donduruculu buz dolabı ve pişirme fırını bulunur.
 - Bayramlar veya özel günlerinde evlerinde misafir ağırlayarak çoğunlukta çok çeşitli hamur işi ürünleri ile ikramda bulunurlar.
 - Eğer yeterince zamanları olduğunu ve yardımcı olabilecek birileri etraflarında bulunur ise misafire ikram edilecek ürünlerin sıcak ve taze olacağını düşünerek evlerinde yapma kararı verirler.
- Hanelerde ekmeğin en çok akşam yemeğinde (% 38) ve sabah kahvaltısında (% 34) tüketildiği anlaşılmıştır. Eve alınan ekmeğin dörtte birinden daha azı öğlen tüketilmektedir. Öğlen yemeğinde ekmeğin tüketim oranının üçüncü sırada olmasının sebebi nüfusun önemli bir kısmının öğle yemeklerini lokantalarda veya yemekhanelerde yiyor olmasıdır. Son olarak ekmeğin % 4'ü ara öğünlerde tüketilmektedir.
- Hane bireylerine ekmeğin muhafaza etme yöntemleri ile ilgili en doğru bilinen yöntemler sorulduğunda ahşap ekmeğin kutusunda saklamak (% 72) olarak belirtmişlerdir. Oysa unlu mamullerinde plastik bir kap veya buzdolabı poşetinde dolapta muhafaza edilmesi tazelik süresini önemli ölçüde arttırmaktadır.
- Hamurla B2C B2B E Ticaret kanalı ve Hot/Cold Ghost Bakery Store ile doğrudan hedef kitlesine ürünlerini ulaştırırken, sosyal medya ve dijital mecra kanalları ile etkili bir pazarlama konsepti çerçevesinde içerikler tasarlayarak son kullanıcısının dondurulmuş ürün konusunda eğitilmesini tüketim bilincinin gelişmesini sağlayacaktır.



ÇÖZÜM ÖNERİSİ



- Tüketicinin doğrudan erişemediği ekmek başta olmak üzere onlarca kategoride bulunan binlerce çeşit dondurulmuş unlu mamulü bir E Ticaret alt yapısında müşterinin inceleyebileceği halde kategorize edip bir araya getirmek.
- Oldukça geniş çeşitliliğe sahip dondurulmuş unlu mamulleri tüketime uygun olarak yapılan üretim planına istinaden lojistik olarak toplu halde tedarik edilmesi ve depolanmasını sağlamak.
- Depolanmış dondurulmuş unlu mamulün minimum fire oranı ile teslimata hazırlamak ve teslim etmek.
- Tüketicin yine E ticaret alt yapısı sayesinde dondurulmuş ürünlerden ihtiyacı kadarı ile minimize edilmiş bir sepet oluşturabilmesini sağlamak.
- Tüketicinin aldığı ürünlerin soğuk zincir bozulmadan özel thermo ambalajlar ile hızlı teslimat yöntemi ile 45 dk içerisinde teslimatını sağlamak.
- Satış sonrası destek amacı ile dijital bir alt yapı oluşturarak müşterinin ürün pişirimi ve ilgili diğer konular ile alakalı hızlı hizmet almasını sağlayıp etkili ve sağlıklı tüketimini temin etmek.
- Etkili bir pazarlama planı ile hedef kitlenin bilinçlenmesini ve satın alma kararlarını olumlu yönde etkilenmesini sağlamak.
- Doğru isim ve logo tasarımı çalışması yaparak hem akılda kalıcı hem de harekete geçirici etkiye sahip kurumsal çizgi oluşturmak.

Sonuç : Çözüm önerisine uygun alt yapı ve operasyon kurulduğunda hanelerde tüketilen unlu mamullerin tüketici tarafından ihtiyaç halinde ihtiyacı kadar ürüne hızlıca erişir, fazlasını kendi dondurucusunda özel ambalajı ile saklayabilir ve yine ihtiyacı kadar ürünü pişirerek sıcak ve taze tüketimi garantiler, memnuniyeti artar son olarak önemli ölçüde unlu mamul israfının önüne etkili bir biçimde geçmiş olur. Nihai tüketici bu memnuniyet döngüsüne girdiğinde çevre ve yaşam kalitesine faydalı bir katkıda bulunduğunu düşünecek ve zihinsel olarak marka bağlılığı bilincin artması sebebi ile güçlenecektir.

- **Yukarıda bahsedilen çözüm önerisi doğrultusunda Hamurla çalışmalarını yapmış, bir prototip depolama ve teslimat deposu operasyonu kurmuş, hedef kitlesine ulaşarak ürün ve Pazar doğrulamasını gerçekleştirmiştir.**



Kendi Fırınınızdan Çıtır Çıtır Baklavalar

Hadi durma!
Sen de Hamurla!

+90 () - - -

.....

Telefon Numarası İle Devam Et

Kategoriler



Kampanyalar



Pişirme Videoları



Yeni Ürünler



İndirimli Ürünler



Tepsi Baklavalar



Şerbetli Tatlılar



Tepsi Börekler



Börekler



Unlu Mamüller



Ekmekler



Kurabiyeler



Kuruvasan ve Çörekler



Kekler



Pastalar



Cup Tatlılar



Pizzalar Ve Pideler



Mantılar Ve Makarnalar



Atıştırmalıklar

HAMURLA PAZARLAMA

Misafirler Kapıdaysa

Hemen Hamurla!



hamurla



Gururla Ben Yaptım
Diyeceğiniz Lezzetler



İşler Çok Yoğunsa

Hadi Durma

#SENDEHAMURLA!

hamurla



Akıllı Kadınların
Pratik Tercihi Hamurla!
Hadi Durma
#SENDEHAMURLA!

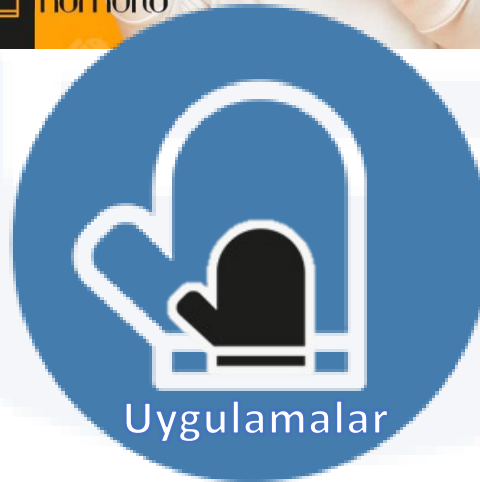
hamurla



iOS

Hamurla Mobil
Uygulamasını İndirenler,
Gurme Lezzetleri
Yerken Kazanıyor!

hamurla



Uygulamalar



Hamurla
@hamurla8185
306 abone

Kanalı özelleştir Videoları yönet

ANA SAYFA

VIDEOLAR

SHORTS

OYNATMA LİSTELERİ

TOPLULUK

KANALLAR

HAKKINDA

Son yüklenenler

Popüler



hamurla yatırım çağrısı
410 görüntüleme • 1 yıl önce



Hamurla ile Evde İçli Simit Yapın
Hızlı Ve Kolay Bir Şekilde Pişirin...
584 görüntüleme • 1 yıl önce



Hamurla ile Evde Fıstıklı Antep Özel
Baklavayı Hızlı Kolay Bir Şekilde...
268 görüntüleme • 1 yıl önce



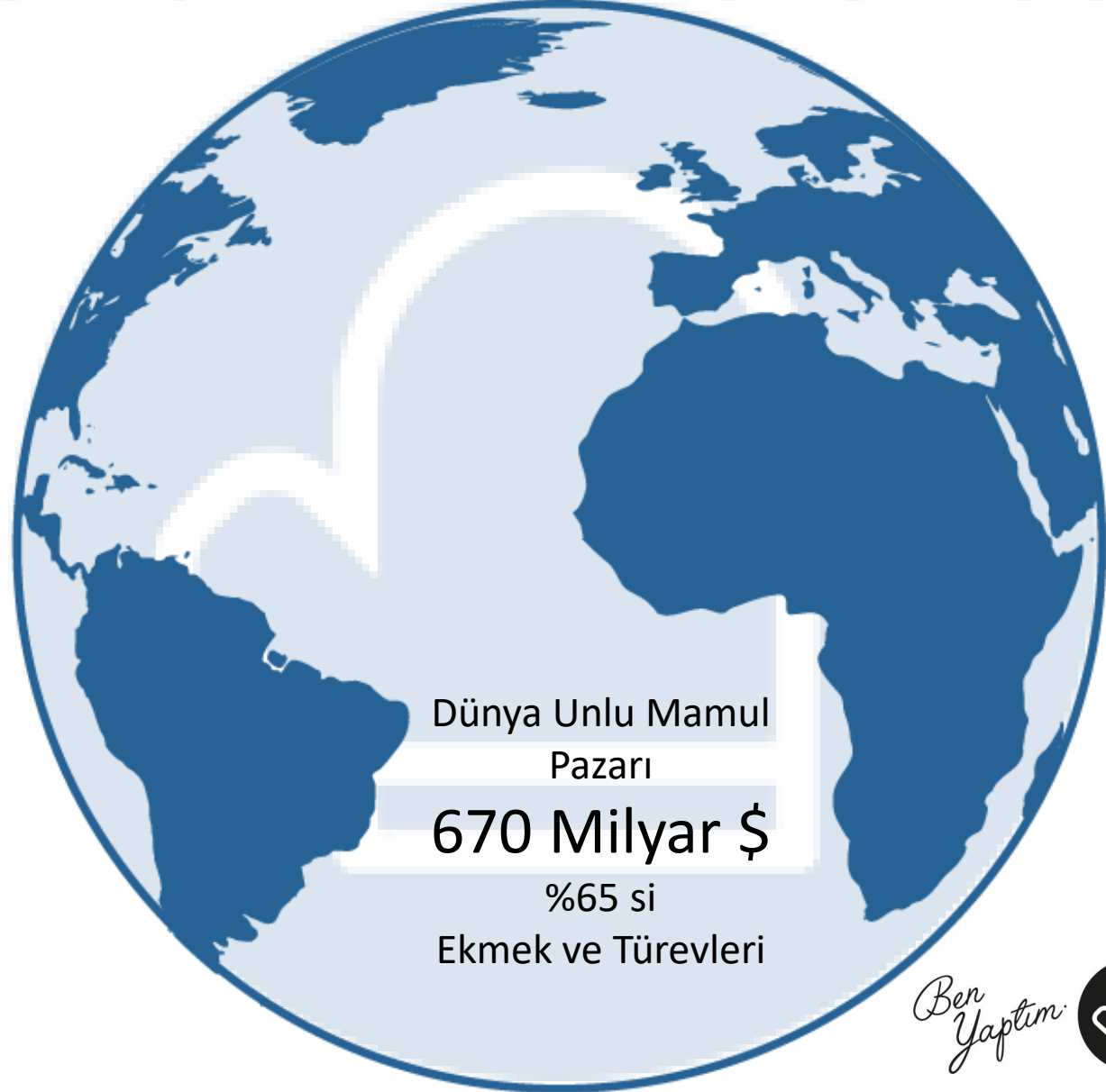
Hamurla ile Evde Fıstıklı Basma
Kadayıfı Hızlı Kolay Bir Şekilde...
167 görüntüleme • 1 yıl önce

Tüm
Mecralarda Etkili
Omni Channel
Pazarlama Stratejileri

Ben Yaptım: hamurla



KÜRESEL PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ



Ben Yaptım  hamurlo

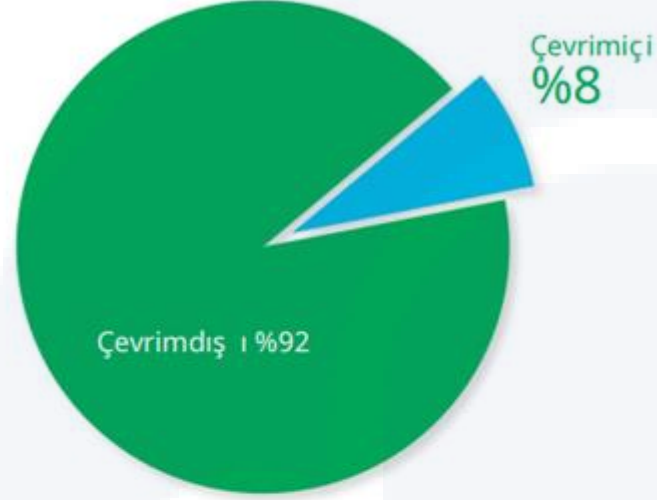
TÜRKİYE PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ

Pazarın %60 ının bulunduğu
İstanbul'da
konumlandık

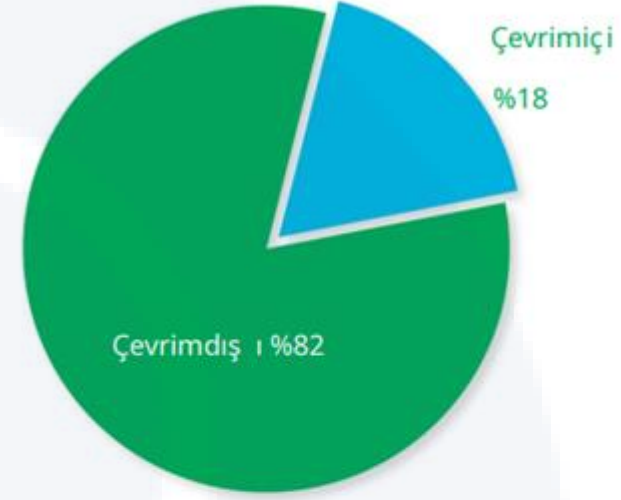


Türkiye pazarı yıllık olarak ortalama %7 büyüme kaydetmiştir.

Ben Yaptım:  hamurlo



12,6 trilyon dolar
2015
Çevrim İçi : 1 Trilyon \$



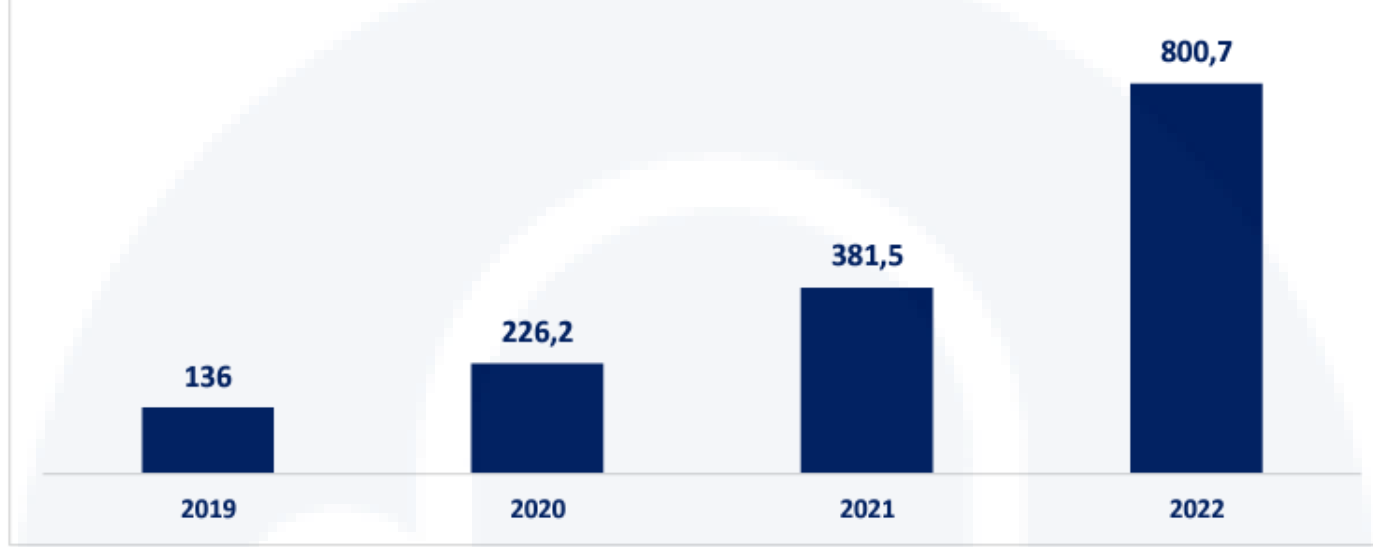
13,5 trilyon dolar
2020
Çevrim İçi : 2.4 Trilyon \$

2025 Çevrim İçi : 3.9 Trilyon \$

- ! Her 1 Milyar \$ ciro artışı için yaklaşık 92.903 m2 lojistik alana ihtiyaç vardır.
- ! 2025 Çevrim İçi büyümenin gerçekleşmesi için 138 milyon m2 lojistik alana ihtiyaç olacaktır

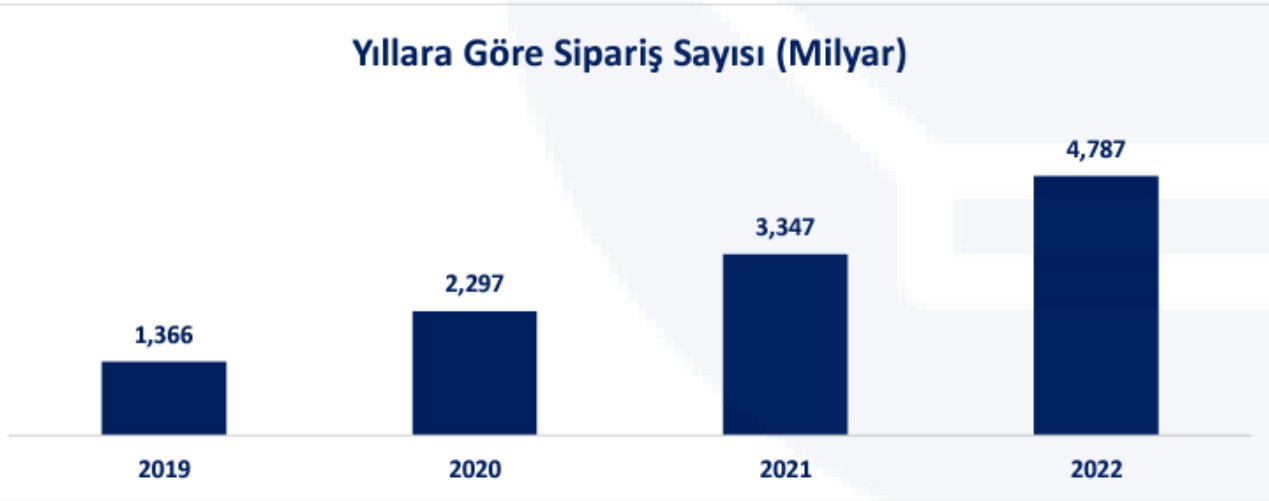


Yıllara Göre E-Ticaret Hacmi (Milyar TL)

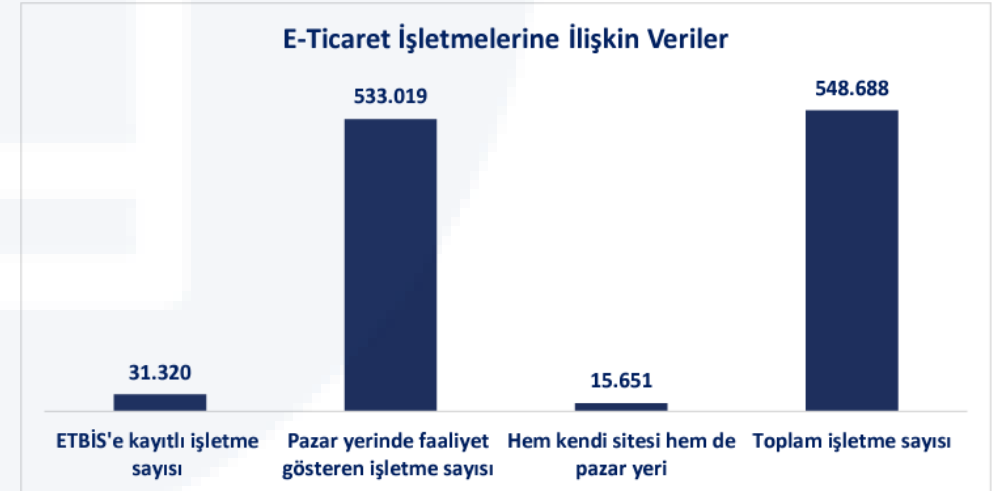


2021 yılında e-ticaretin genel ticarete oranı %17,7 iken bu oran 2022 yılında %5 artarak %18,6 olarak gerçekleşmiştir. Dünya ortalaması 2020 yılında %18 olarak ölçüldü.

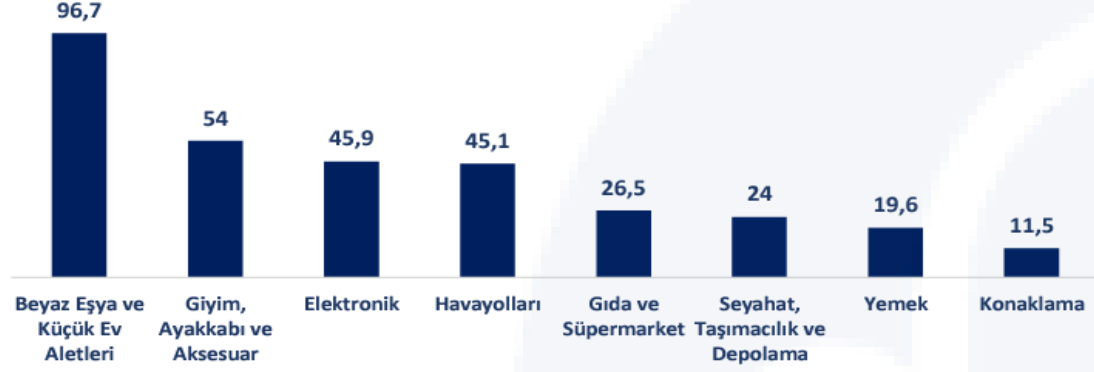
Yıllara Göre Sipariş Sayısı (Milyar)



E-Ticaret İşletmelerine İlişkin Veriler



E-Ticaret Hacminin Sektörlere Göre Dağılımı (Milyar TL)



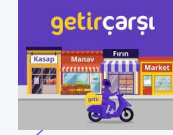
E-Ticaret Hacminin Sektörler İtibarıyla Bir Önceki Yıla Göre Değişimi



Sektör Bazında Ortalama Sepet Tutarları (2022, TL)



Yatay Rekabet



MİGROS

BİM

A.101

Dikey Rekabet

Çapraz Rekabet

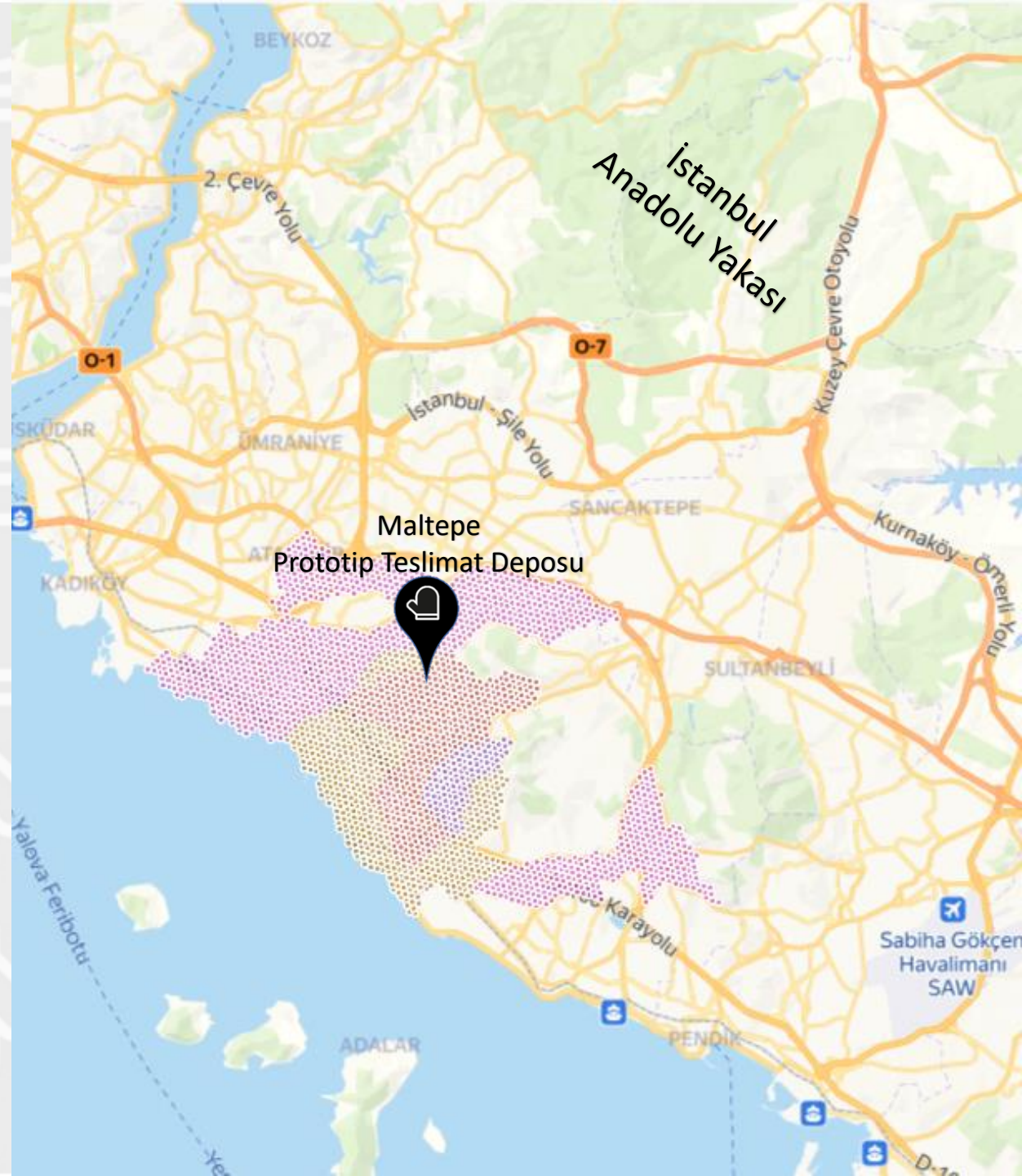
REKABET AVANTAJLARI

Gururla Ben Yaptım! Diyeceğiniz Lezzetler



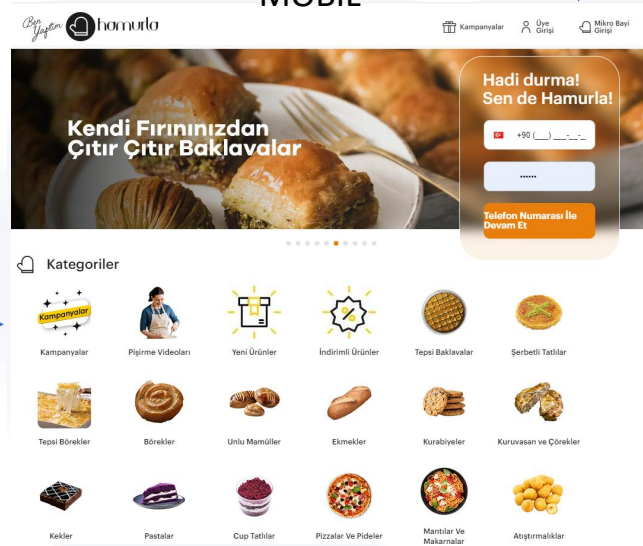
6 AYLIK PROTOTİP ÇALIŞMA SONUÇLARI

- . MALTEPENİN TAMAMI 3 BÖLGE 46 MAHALLE 1800 MÜŞTERİYE SATIŞ VE HIZLI TESLİMAT YAPILDI
- . KAMPANYA YÖNETİMİ YEMEK PLATFORMLARI İLE GERÇEKLEŞTİ
- . (FIRSAT) YEMEK PLATFORMUNDAN DÖNÜŞ ORANI %13 OLARAK GERÇEKLEŞTİ
- . HEDEF PİYASA ORTALAMASI CİRONUN %10 PAZARLAMA VE SATIŞ BÜTÇESİ İLE GERÇEKLEŞTİRMEK.
- . TAMAMINA PİŞİRME DESTEĞİ SAĞLANDI
- . YANLIŞ ÜRÜN SEÇİMİ HARİCİNDE 0 İADE ORANI
- . MÜŞTERİ YORUM VE GERİ BİLDİRİMLERİ İLE ÖLÇÜLEBİLİR BAŞARI %92 OLARAK GERÇEKLEŞTİ
- . 80 ADİSYON 125 TL ORTLAMA YAKALANDI (HEDEF 100 ADİSYON 100TL BELİRLENMİŞTİ)
- . YAPILAN PİYASA YOKLAMASI İLE 188 FRANCHİSE VE MİKRO BAYİLİK TALEBİ GELDİ.





HAMURLA
WEB
MOBİL

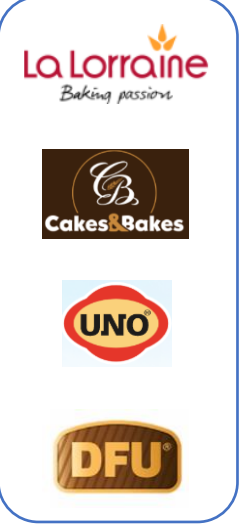


MİKRO BAYİ



HAMURLA
HOT / COLD GHOST
BAKERY STORE

TEDARİKÇİ



TESLİMAT



İSTANBUL PAZARI BÜYÜME STRATEJİSİ



TÜRKİYE PAZARININ %60 I İSTANBULDA



Genel Müdür
Salih YILDIRIM
[in](#)

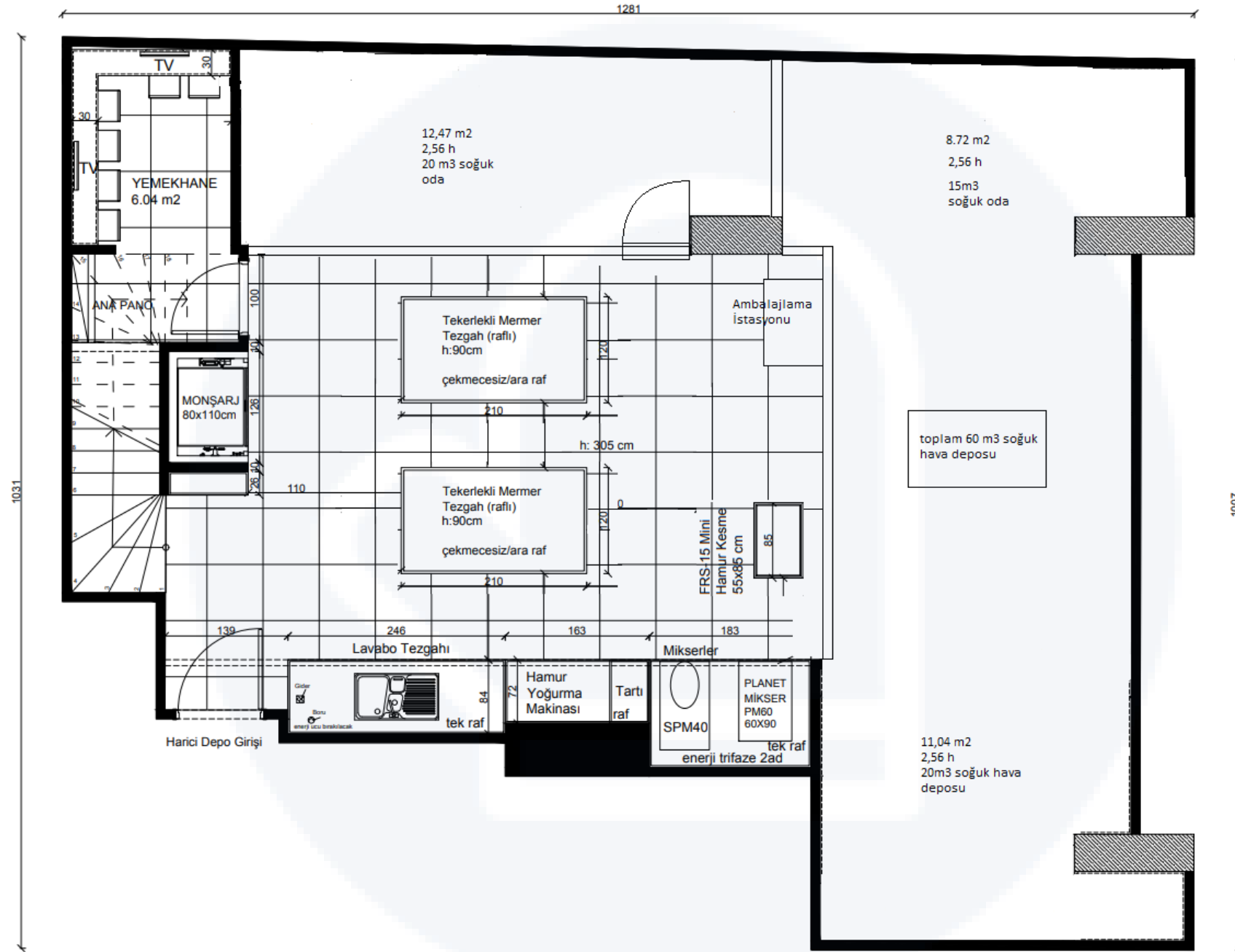


Dijital Pazarlama Müdürü
Pertev Nihal YILDIRIM
[in](#)



Operasyon Müdürü
Fatih AKÇAY





BODRUM KAT PLAN



Hedeflenen Yatırım Tutarı : 8.000.000TL

Harcama Kalemleri

- . Sözleşme Devir Maliyeti : 1.000.000TL
- . Proje Yatırım Maliyeti : 3.000.000TL
- . İşletme Sermayesi : 2.000.000 TL
- . Dijital Süreçler : 1.000.000TL
- . Ür-Ge Ar-Ge : 1.000.000TL

Hedeflenen Yatırım Tutarı İle Gerçekleştirilecekler

- . 400 m2 Hot/Cold Ghost Bakery Store alana sahip olacağız
- . Üretim yapmaya başlayacağız
- . Hot/Cold perakende satış yapmaya başlayacağız
- . 15 İlçeye Hot/Cold teslimat yapmaya başlayacağız.
- . Yerinde 20 Milyon TL Ciro Yapar duruma geleceğiz.



PROJEKSİYON

HOT/COLD GHOST BAKERY STORE GENEL GİDER BÜTÇESİ

HAMURLA TESLİMAT		PERSONEL			DİKKAT!!!		TESLİMAT GİDER TAB.			DİĞER	
		ücret	adet	top	SOSYAL MEDYA VE WEB YÖNT.		adet	tutar	top		
kira	31200 tl	omnichanel kordinatör	45000 tl	1	45000 tl	E TİCARET ALT YAPI	4	5000	20000 tl	fire %2,5	18243 tl
kira stopajı	6864 tl	mağaza kordinatör	15000 tl	1	15000 tl	AJANS İŞLERİ	4	2000	8000 tl	tamir bakım vs. %1	12162 tl
elektrik+enerji	10000 tl	lojistik	11402 tl	0	0 tl	ÖZEL TASARIM AMBALAJ	4	11402	45608 tl		
su +tel	1000 tl	joker personel	11402 tl	1	11402 tl	REKLAM BÜTÇESİ%10	1	3000	3000 tl		
eleman sgk	46308 tl	müşteri temsilcisi	11402 tl	1	11402 tl	YEMEK SEPETİ MALİYETİ					
eleman yol yemek	12000 tl	şöför	11402 tl	0	0 tl	GETİR YEMEK VS. MALİYET					
		paketleme/lobi/tezgah	11402 tl	4	45608 tl						
		lojistik	11402 tl	0	0 tl						
TOPLAM	107372 tl	TOPLAM	8	128412 tl	TOPLAM	167120 tl	TOPLAM	94608 tl	TOPLAM	30405 tl	

TOPLAM GİDER 527917

HAMURLA GELİR VE KARLILIK PROJEKSİYONU

Hot satış		Cold satış	
günlük adisyon ortalaması perakende	150 tl	günlük adisyon ortalaması paket	150 tl
günlük adisyon sayısı ortalaması	150 ad	günlük adisyon sayısı ortalaması	120 ad
günlük adisyon tutarı ortalaması	22500 tl	günlük getirme ücreti	1200 tl
aylık adisyon tutar ortalaması	675000 tl	günlük adisyon tutarı ortalaması	18000 tl
		aylık adisyon tutar ortalaması	541200 tl

TOPLAM GÜNLÜK CİRO	40500	%
TOPLAM AYLIK CİRO	1216200	
TOTAL CİRO	1216200	
BÜRÜT KARLILIK %60	729720	
TOPLAM AYLIK GİDER	527917	43,4
TOTAL BÜRÜT KAR	729720	
VERGİ ÖNCESİ KAR (EBİTDA)	201803	16,6
YILLIK CİRO	14594400	

