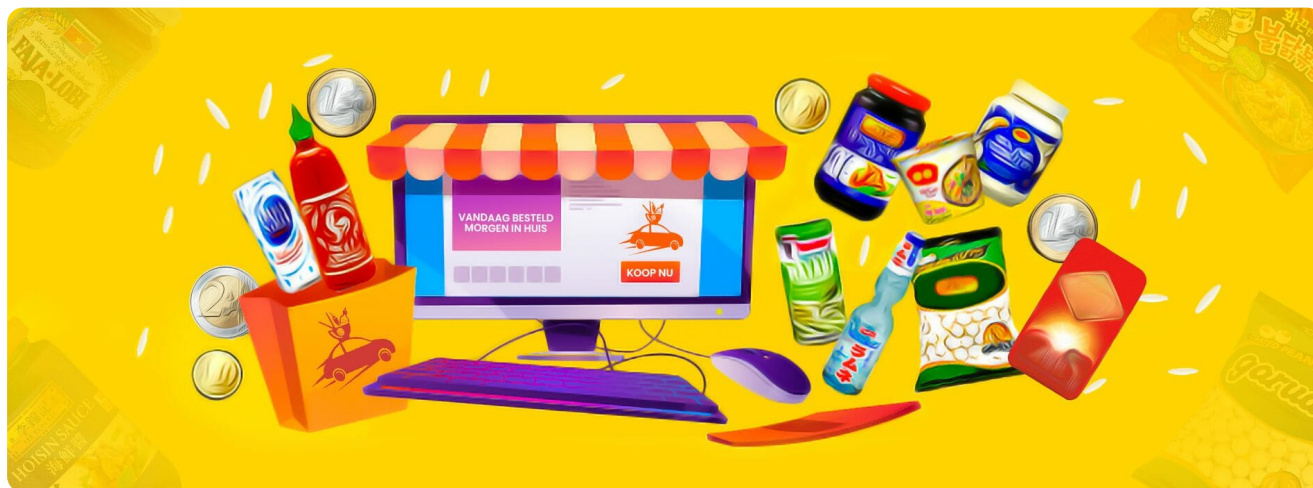


# De webshop voor exotische levensmiddelen

venturecapital.nl • <https://venturecapital.nl/de-webshop-voor-exotische-levensmiddelen/>



|                                     |                                                           |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Type Klant                          | B2C                                                       |
| Gewenst Type Investeerder           | Angel Investor, Venture Capitalist, Incubator/Accelerator |
| Benodigd Kapitaal                   | €350.000                                                  |
| Sector                              | E-Commerce, Food, Retail                                  |
| Bedrijfsfase                        | Early Growth                                              |
| Land geregistreerd                  | NL                                                        |
| Aantal Founders                     | 2                                                         |
| Aantal Huidige Werknemers           | 0                                                         |
| Maandelijkse Omzet                  | €3.000,-                                                  |
| Omzet (prognose) komende 12 maanden | €180.000,-                                                |

|                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| <b>Omzet (prognose) maand 13 - 24</b> | €324.000,- |
| <b>Huidige Kosten (maandelijks)</b>   | €2.500,-   |

## Bedrijfsbeschrijving

Groeien naar DE leverancier van exotische levensmiddelen in Europa en iedereen bekend maken met de lekkerste en vooral echte authentieke producten uit Azië en de Caraïben, dat is het doel van dit bedrijf.

Met de kennis en expertise van de 2 founders is het een kwestie van tijd dat zij de grootste worden in de Benelux. Het is de bedoeling om dit concept verder uit te gaan rollen in Europa. Zij onderscheiden zich door hoogwaardige kennis op het gebied van food te delen met de doelgroep, het aanbieden van een unieke online user experience en het vermogen om snel te kunnen inspringen op trends in deze niche markt. Elke maand zien zij het aantal orders stijgen! Zij zijn op zoek naar groeikapitaal om meer tijd en geld te kunnen stoppen in de organisatie en om marktleider te worden in de Benelux.

Zij bieden hun service aan een enorm grote doelgroep in de Benelux (Nederlandssprekend) welke zijn onderverdeeld in twee key customers:

1. Geen affiniteit met de cultuur waar deze levensmiddelen centraal zijn maar koken graag met authentieke producten, geïnspireerd door kookprogramma's en andere food inspiratiebronnen.
2. Bekend met de cultuur, maar niet met de specifieke levensmiddelen.

### Probleem van de doelgroep

Geringe kennis van gerechten en producten en waar deze te kopen.

### Oplossing

Deze organisatie biedt:

- Één webshop → Snel, gemakkelijk en overzichtelijk
- Food expertise → Klant kan vertrouwen op authentieke producten
- Actief informatie verschaffing via verschillende kanalen → Klant krijgt kennis over exotische culturen en producten.

Men weet welke levensmiddelen wanneer te gebruiken en voor welke doeleinden.

### De totale markt (TAM, SAM, SOM):

TAM - 25-28 miljoen in Benelux, Duitsland, Frankrijk

SAM - 3,5-4,5 miljoen in Benelux

SOM - 3,5-4,5 miljoen in Benelux

## Business Model

### Business Model

Directe verkoop van producten aan klanten (B2C).

De organisatie levert authentieke exotische levensmiddelen, die niet verkrijgbaar zijn bij de reguliere supermarkten, de volgende dag bij u aan huis. Hun missie is om iedereen in Europa bekend te maken en met de authentieke smaken uit de exotische keuken en deze toegankelijk te maken voor iedereen. Voor de verkoopprijs per artikel wordt 133% markup gehanteerd, oftewel 57% winstmarge van de verkoopprijs.

## USP's

### **Onderscheidend vermogen t.o.v. de concurrentie:**

- Founders beschikken beiden over specifieke kennis en ervaringen die bij de concurrentie niet of slechts gedeeltelijk aanwezig zijn. Deze bestaan uit branche expertise, inkoop & logistiek, e-commerce en online marketing kennis. Founders zijn winnaars en zijn gedreven om deze voorsprong te behouden t.o.v. de concurrentie.
- Werken met gepersonaliseerde marketing en aanbod. Exact weten, wie waarvan houdt d.m.v hoogwaardige CRM kennis.
- Constante focus om de beste klantbeleving = User Experience leveren, dit zorgt ervoor dat klanten aan de hand worden genomen in hun zoektocht naar exotische levensmiddelen.

### **Hoe moeilijk is het voor nieuwe aanbieders om op de markt te komen?**

- Om succesvol deze markt te bedienen is het cruciaal om een combinatie van product- en e-commerce kennis te hebben. Er is op dit moment geen andere partij in Nederland of België die zowel kennis heeft van deze speciaalproducten en markt als expertise op het gebied van online marketing op dit niveau en dat maakt deze combinatie zeldzaam en uniek.

Deze schaarse combinatie en samenwerking is vereist om de doelstellingen te behalen zoals deze organisatie deze beoogt, namelijk om dé leverancier en kennisleider te zijn op het gebied van exotische levensmiddelen in Europa.

### **Cruciale relaties / contracten / intenties / partnerships?**

Er worden duurzame relaties onderhouden met toonaangevende importeurs, leveranciers en andere retailers en deze zorgen voor de beste inkooprijzen en actuele (vaak met voorkennis) marktontwikkelingen. Een bijkomend voordeel is dat hier ook de beste joint marketing opportuniteiten uit voortvloeien.

## Investeringsbehoefte

Investeringsbehoefte:

Zij geven het kapitaal uit aan de volgende posten:

- 10% Marketing
- 75% Operational (inkoop, opslag, logistiek, product development)
- 15% Management fees (beide ondernemers 40 uur in de B.V.)

Het benodigd kapitaal zorgt ervoor dat dit bedrijf in jaar 3 groeit naar 2500 orders per maand. Vanaf Jaar 3 is de organisatie self sustainable en niet meer afhankelijk van extern kapitaal. Vanaf dat wordt exponentiële groei geprojecteerd. Op aanvraag is er een financiële begroting en grafiek beschikbaar.

## Ervaring Founder(s)

Founder 1: Oriëntaalse cultuur is met de paplepel ingegoten door de Chinese achtergrond. Bezit 10+ jaar werkervaring in de industrie, hierom mede expert op het gebied van inkoop en logistiek. Heeft een groot netwerk in de branche en onderhoudt korte lijnen met de onze relaties / leveranciers.

Founder 2: Voorliefde voor exotische levensmiddelen, expert op het gebied van digital marketing met 10+ jaar ervaring in het online marketing veld, van paid advertising tot aan marketing strategie en positionering. Meerdere ervaringen als ondernemer, en andere start-ups geholpen met het opzetten van een schaalbaar marketing proces.

Adviseurs

\* Financieel: Adviezen en inzichten verworven bij een vakspecialist met 35+ jaar ervaring met zelfstandige ondernemers. Hij is tevens onze boekhouder en raadgever.

\* Second opinion: Advies verkregen en klankbord bij ondernemersvraagstukken bij verschillende professionals uit de branche met 25+ jaar ervaring.

## Overige Relevante Informatie

€17.500,- ingebracht door Founders (startkapitaal).

€28.000,- privé lening van aandeelhouders aan werkmaatschappij.

€7000,- ingebracht door Founders (kapitaalinjectie).

Deze organisatie staat als BV ingeschreven sinds juni 2021.

## Samenvatting

**Datum:** 30 May 2022

**URL:** <https://venturecapital.nl/de-webshop-voor-exotische-levensmiddelen/>

## Contact & Site

## Extra beschrijving

```
[et_pb_section fb_built="1" _builder_version="4.17.4" _module_preset="default"
global_colors_info="{ }" theme_builder_area="post_content"][et_pb_row _builder_version="4.17.4"
_module_preset="default" global_colors_info="{ }" theme_builder_area="post_content"][et_pb_column
type="4_4" _builder_version="4.17.4" _module_preset="default" global_colors_info="{ }"
theme_builder_area="post_content"][et_pb_text _builder_version="4.17.4" _module_preset="default"
global_colors_info="{ }" theme_builder_area="post_content"]
```

Groeien naar DE leverancier van exotische levensmiddelen in Europa en iedereen bekend maken met de lekkerste en vooral echte authentieke producten uit Azië en de Caraïben, dat is het doel van dit bedrijf.

Met de kennis en expertise van de 2 founders is het een kwestie van tijd dat zij de grootste worden in de Benelux. Het is de bedoeling om dit concept verder uit te gaan rollen in Europa. Zij onderscheiden zich door hoogwaardige kennis op het gebied van food te delen met de doelgroep, het aanbieden van een unieke online user experience en het vermogen om snel te kunnen inspringen op trends in deze niche markt. Elke maand zien zij het aantal orders stijgen! Zij zijn op zoek naar groeikapitaal om meer tijd en geld te kunnen stoppen in de organisatie en om marktleider te worden in de Benelux.

Zij bieden hun service aan een enorm grote doelgroep in de Benelux (Nederlandssprekend) welke zijn onderverdeeld in twee key customers:

1. Geen affiniteit met de cultuur waar deze levensmiddelen centraal zijn maar koken graag met authentieke producten, geïnspireerd door kookprogramma's en andere food inspiratiebronnen.
2. Bekend met de cultuur, maar niet met de specifieke levensmiddelen.

## Probleem van de doelgroep

Geringe kennis van gerechten en producten en waar deze te kopen.

### **Oplossing**

Deze organisatie biedt:

- Één webshop → Snel, gemakkelijk en overzichtelijk
- Food expertise → Klant kan vertrouwen op authentieke producten
- Actief informatie verschaffing via verschillende kanalen → Klant krijgt kennis over exotische culturen en producten.

Men weet welke levensmiddelen wanneer te gebruiken en voor welke doeleinden.

### **De totale markt (TAM, SAM, SOM):**

TAM - 25-28 miljoen in Benelux, Duitsland, Frankrijk

SAM - 3,5-4,5 miljoen in Benelux

SOM - 3,5-4,5 miljoen in Benelux

### **Business Model**

Directe verkoop van producten aan klanten (B2C).

De organisatie levert authentieke exotische levensmiddelen, die niet verkrijgbaar zijn bij de reguliere supermarkten, de volgende dag bij u aan huis. Hun missie is om iedereen in Europa bekend te maken en met de authentieke smaken uit de exotische keuken en deze toegankelijk te maken voor iedereen. Voor de verkoopprijs per artikel wordt 133% markup gehanteerd, oftewel 57% winstmarge van de verkoopprijs.

### **Type Klant:**

B2C

**Gewenst type investeerder:**

Angel Investor, Venture Capitalist, Incubator/Accelerator

**USP's:**

**Onderscheidend vermogen t.o.v. de concurrentie:**

- Founders beschikken beiden over specifieke kennis en ervaringen die bij de concurrentie niet of slechts gedeeltelijk aanwezig zijn. Deze bestaan uit branche expertise, inkoop & logistiek, e-commerce en online marketing kennis. Founders zijn winnaars en zijn gedreven om deze voorsprong te behouden t.o.v. de concurrentie.
- Werken met gepersonaliseerde marketing en aanbod. Exact weten, wie waarvan houdt d.m.v hoogwaardige CRM kennis.
- Constante focus om de beste klantbeleving = User Experience leveren, dit zorgt ervoor dat klanten aan de hand worden genomen in hun zoektocht naar exotische levensmiddelen.

**Hoe moeilijk is het voor nieuwe aanbieders om op de markt te komen?**

- Om succesvol deze markt te bedienen is het cruciaal om een combinatie van product- en e-commerce kennis te hebben. Er is op dit moment geen andere partij in Nederland of België die zowel kennis heeft van deze speciaalproducten en markt als expertise op het gebied van online marketing op dit niveau en dat maakt deze combinatie zeldzaam en uniek.

Deze schaarse combinatie en samenwerking is vereist om de doelstellingen te behalen zoals deze organisatie deze beoogt, namelijk om dé leverancier en

kennisleider te zijn op het gebied van exotische levensmiddelen in Europa.

### **Cruciale relaties / contracten / intenties / partnerships?**

Er worden duurzame relaties onderhouden met toonaangevende importeurs, leveranciers en andere retailers en deze zorgen voor de beste inkooprijzen en actuele (vaak met voorkennis) marktontwikkelingen. Een bijkomend voordeel is dat hier ook de beste joint marketing opportunities uit voortvloeien.

### **Benodigd Kapitaal:**

€350.000,-, verdeeld in drie fases van €150.000 | €100.000 | €100.000 |

### **Investeringsbehoefte:**

Zij geven het kapitaal uit aan de volgende posten:

- 10% Marketing
- 75% Operational (inkoop, opslag, logistiek, product development)
- 15% Management fees (beide ondernemers 40 uur in de B.V.)

Het benodigd kapitaal zorgt ervoor dat dit bedrijf in jaar 3 groeit naar 2500 orders per maand. Vanaf Jaar 3 is de organisatie self sustainable en niet meer afhankelijk van extern kapitaal. Vanaf dat wordt exponentiële groei geprojecteerd. Op aanvraag is er een financiële begroting en grafiek beschikbaar.

### **Sector:**

E-Commerce, Food, Retail

### **Bedrijfsfase:**

Early Growth

**Aantal Founders:**

2

**Aantal werknemers:**

0

**Ervaring van de founders:**

Founder 1: Oriëntaalse cultuur is met de paplepel ingegoten door de Chinese achtergrond. Bezit 10+ jaar werkervaring in de industrie, hierom mede expert op het gebied van inkoop en logistiek. Heeft een groot netwerk in de branche en onderhoudt korte lijnen met de onze relaties / leveranciers.

Founder 2: Voorliefde voor exotische levensmiddelen, expert op het gebied van digital marketing met 10+ jaar ervaring in het online marketing veld, van paid advertising tot aan marketing strategie en positionering. Meerdere ervaringen als ondernemer, en andere start-ups geholpen met het opzetten van een schaalbaar marketing proces.

**Adviseurs**

\* Financieel: Adviezen en inzichten verworven bij een vakspecialist met 35+ jaar ervaring met zelfstandige ondernemers. Hij is tevens onze boekhouder en raadgever.

\* Second opinion: Advies verkregen en klankbord bij ondernemersvraagstukken bij verschillende professionals uit de branche met 25+ jaar ervaring.

**Huidige maandelijkse omzet:**

€3.000,-

**Omzetprognose maand 1-12:**

€180.000,-

**Omzetprognose maand 13-24:**

€324.000,-

**Huidige maandelijkse kosten:**

€2.500,-

**Overige relevante informatie:**

€17.500,- ingebracht door Founders (startkapitaal).

€28.000,- privé lening van aandeelhouders aan werkmaatschappij.

€7000,- ingebracht door Founders (kapitaalinjectie).

Deze organisatie staat als BV ingeschreven sinds juni 2021.

```
[/et_pb_text][et_pb_column][et_pb_row][et_pb_row _builder_version="4.16" _module_preset="default"
global_colors_info="{ }" theme_builder_area="post_content"][et_pb_column type="4_4"
_builder_version="4.16" _module_preset="default" global_colors_info="{ }"
theme_builder_area="post_content"][et_pb_text _builder_version="4.16" _module_preset="default"
global_colors_info="{ }" theme_builder_area="post_content"]
```

**Videopitch bekijken**

```
[/et_pb_text][et_pb_code _builder_version="4.18.0" _module_preset="default" global_colors_info="{ }"
theme_builder_area="post_content"]//js.hsforms.net/forms/v2.js?pre=1 hbspt.forms.create({ region:
"na1", portalId: "7988618", formId: "79d80764-2cd0-4cee-be67-1c594fb41cb7"
});[/et_pb_code][et_pb_column][et_pb_row][et_pb_section]
```