STRATEGICKÝ PLÁN

Expanze na slovenský trh – Kavárna Zrnko

Strategický plán pro otevření první pobočky české kavárenské sítě na Slovensku

STAV	Aktivní
VERZE	1
CELKEM SEKCÍ	6
AUTOR	ProfiPlans Team

STRUKTURA PLÁNU

Cíle	1
Analýza	1
Strategie	1
Akční kroky	1
Rizika	1
Shrnutí	1

Obsah

CÍLE

1. Cíle expanze

ANALÝZA

2. Analýza slovenského trhu

STRATEGIE

3. Strategie vstupu

AKČNÍ KROKY

4. Implementační plán

RIZIKA

5. Rizika expanze

SHRNUTÍ

6. Finanční plán a shrnutí

Cíle

Definované cíle a výstupy plánu.

1 Cíle expanze

Proč Slovensko

- Kulturní a jazyková blízkost (minimální lokalizace) - Rostoucí trh specialty kávy (+15 % ročně) - Nižší konkurence než v ČR - Testovací trh před další expanzí (Polsko, Maďarsko)

Strategické cíle (18 měsíců)

Obchodní cíle - **Otevřít 1. pobočku** v Bratislavě do Q3 2026 - **Break-even** do 12 měsíců od otevření - **Měsíční tržby:** 800 000 Kč po stabilizaci - **Zákaznická základna:** 2 000 věrnostních členů

Značkové cíle - Povědomí o značce v Bratislavě: 20 % cílové skupiny - Hodnocení na Google: 4.5+ hvězd - Mediální pokrytí: 10 článků v prvním roce

Milníky

| Datum | Milník | |-------|--------| | Q1/26 | Právní setup, výběr lokace | | Q2/26 | Podpis nájmu, začátek rekonstrukce | | Q3/26 | **Grand opening** | | Q4/26 | Optimalizace provozu | | Q2/27 | Break-even | | Q4/27 | Rozhodnutí o 2. pobočce |

No-go kritéria

Expanzi zastavíme, pokud: - Nenajdeme vhodnou lokaci do 6 měsíců - Celková investice př□ esáhne 5M Kč - Regulatorní překážky jsou neřešitelné

Analýza

Rozbor současného stavu a prostředí.

2 Analýza slovenského trhu

Velikost trhu

- **Trh s kávou SR:** 180 mil. EUR (2025) - **Specialty segment:** 25 mil. EUR (+15 % YoY) - **Bratislava:** 45 % celkového trhu - **Počet kaváren v BA:** ~350 (z toho ~40 specialty)

Konkurenční analýza

Přímí konkurenti (specialty)

| Kavárna | Lokace | Cena espressa | Silné stránky | |---------|--------|---------------|---------------| | Gorila | Centrum | 2,80 € | Tradice, brand | | Coffeeein | Více poboček | 2,50 € | Dostupnost | | The Barn (pop-up) | Variabilní | 3,50 € | Hipster appeal |

Mezera na trhu - Chybí: Moderní design + lokální pražírna + konzistentní kvalita - Příleži itost: "Premium affordable" segment (2,90-3,20 €)

Cílová skupina

Primární: Young professionals (25-40) - Příjem: 1 500-3 000 €/měsíc - Hodnoty: kvalita, estetika, Instagram-worthy - Návyky: 2-3x týdně kavárna, pracují z kaváren

Sekundární: Studenti VŠ (20-25) - Cenově citliví, ale ocení kvalitu - Vysoká frekvence, nižší útrata

PESTLE analýza

Political: Stabilní, pro-business **Economic:** Růst HDP 2,5 %, inflace klesá **Social:** Rostoucí coffee culture **Tech:** Mobilní platby běžné **Legal:** Podobné jako ČR (EU) **Environmental:** Zájem o sustainability

Strategie

Strategie k dosažení cílů.

3 Strategie vstupu

Model vstupu: Company-owned

Zdůvodnění: - Kontrola nad kvalitou a brandem - Vyšší marže dlouhodobě - Učení před případným franchisou

Lokace

Kritéria - Pěší zóna nebo blízko office buildings - Plocha: 80-120 m² - Nájem: max 4 000 €/měsíc - Viditelnost z ulice

Preferované oblasti 1. **Staré Město** – turisté + locals 2. **Ružinov (business district)** – office workers 3. **Mlynské Nivy** – nový development

Positioning

"Zrnko – Kvalita, kterou cítíte"

- Vlastní pražírna (z ČR) - Transparentní sourcing - Lokální dezerty od slovenských dodavatelů - Scandi-industrial design (kontinuita s CZ)

Cenová strategie

| Produkt | Cena (€) | vs. konkurence | |---------|----------|----------------| | Espresso | 2,90 | Prémiový, férový | | Flat white | 3,90 | Na úrovni | | Dezert | 3,50-4,50 | Mírně vyšší | | Snídaňové menu | 8,90 | Konkurenční |

Target average ticket: 6,50 €

Marketing mix

Pre-launch (3 měsíce před): - Instagram teaser kampaň - Spolupráce s BA influencery (5-10) - PR: lifestyle média

Launch: - Grand opening event - "Prvních 100 káv zdarma" - Loyalty program od dne 1

Ongoing: - Lokální eventy (cupping sessions) - Partnerství s coworkingy - Google Ads na "káva Bratislava"

Akční kroky

Konkrétní kroky pro realizaci.

4 Implementační plán

Fáze 1: Příprava (Q1 2026)

Leden - [ ] Založení s.r.o. na Slovensku - [ ] Otevření firemního účtu (Tatra banka) - [ ] Právní audit (GDPR, pracovní právo, hygiena) - [ ] Najít realitního makléře specializovaného na gastro

Únor - [ ] Prohlídky lokací (min. 10) - [ ] Finanční model pro každou variantu - [ ] Jednání s dodavateli (káva, mléko, dezerty)

Březen - [ ] **Výběr finální lokace** - [ ] Vyjednávání nájemní smlouvy - [ ] Architektonická studie - [ ] Rozpočet rekonstrukce

---

Fáze 2: Realizace (Q2 2026)

Duben - [ ] Podpis nájemní smlouvy - [ ] Stavební povolení (pokud potřeba) - [ ] Výběrové řízení na stavební firmu - [ ] Nábor: Store manager (SK)

Květen - [ ] Zahájení rekonstrukce - [ ] Objednávka vybavení (kávovar, nábytek) - [ ] Nábor: 4 baristé - [ ] Spuštění sociálních sítí (IG, FB)

Červen - [ ] Dokončení rekonstrukce - [ ] Instalace vybavení - [ ] Školení týmu v ČR (1 týden) - [ ] Soft opening (friends & family)

Fáze 3: Launch (Q3 2026)

Červenec - [ ] **GRAND OPENING** (1. týden) - [ ] Intenzivní marketing push - [ ] Denní monitoring provozu - [ ] Sběr zpětné vazby

Srpen–Září - [ ] Optimalizace směn a menu - [ ] First 60-day review - [ ] Úpravy na základě dat

---

Fáze 4: Stabilizace (Q4 2026 – Q2 2027)

- [ ] Dosažení provozní stability - [ ] Break-even analýza - [ ] Plánování 2. lokace (go/no-go) - [ ] Knowledge transfer do playbooku

Rizika

Identifikovaná rizika a opatření.

5 Rizika expanze

Kritická rizika

R1: Nenalezení vhodné lokace **Dopad:** Kritický | **Pravděpodobnost:** Střední

Mitigace: - Spolupráce s více makléři - Flexibilita v oblasti (ne jen centrum) - Deadline: pokud do 6/2026 nemáme smlouvu ’přehodnotit

R2: Překročení rozpočtu rekonstrukce **Dopad:** Vysoký | **Pravděpodobnost:** Vysoká

Mitigace: - 20% rezerva v rozpočtu - Fixní cena se stavební firmou - Fázovaný přístup (must-have first)

Vysoká rizika

R3: Pomalý náběh tržeb **Indikátor:** Tržby pod 400k/měsíc po 3 měsících

Mitigace: - Agresivnější marketing - Úprava cen/menu - Pop-up akce v okolí

R4: Problémy s personálem **Mitigace:** - Konkurenční mzdy + tipy - Slovenský store manager (znalost trhu) - Backup plán: posily z ČR

R5: Regulatorní překážky **Mitigace:** - Právní due diligence předem - Lokální účetní a právník - Buffer v timeline

---

Finanční riziko

Worst case scenario: - Investice: 4,5M Kč - Měsíční ztráta při neúspěchu: 150k Kč - Max. exposure před uzavřením: 6,3M Kč

Stop-loss: Pokud po 18 měsících není cesta k profitabilitě ’exit

---

Kontingenční plán

Exit strategie: 1. Prodej pobočky lokálnímu operátorovi 2. Sublease prostoru 3. Odprodej vybavení

Shrnutí

Závěrečné shrnutí a harmonogram.

6 Finanční plán a shrnutí

Investiční rozpočet

Jednorázové náklady

| Položka | Částka (Kč) | |---------|-------------| | Rekonstrukce a fit-out | 2 200 000 | | Vybavení (kávovar, nábytek) | 800 000 | | Zásoby (opening stock) | 150 000 | | Marketing pre-launch | 200 000 | | Právní a admin náklady | 100 000 | | Kauce (3 měsíce) | 300 000 | | Rezerva (20 %) | 750 000 | | **Celkem investice** | **4 500 000 Kč** |

Měsíční provozní náklady

| Položka | Částka (Kč) | |---------|-------------| | Nájem | 100 000 | | Mzdy (6 FTE) | 250 000 | | Suroviny (30 % tržeb) | 240 000 | | Energie, služby | 40 000 | | Marketing | 30 000 | | Ostatní | 20 000 | | **Celkem měsíčně** | **680 000 Kč** |

Projekce tržeb

| Měsíc | Tržby | Náklady | Výsledek | |-------|-------|---------|----------| | 1-3 | 500k | 680k | -180k | | 4-6 | 650k | 680k | -30k | | 7-9 | 750k | 700k | +50k | | 10-12 | 800k | 700k | +100k |

Break-even: Měsíc 10-12 **Roční tržby (po stabilizaci):** 9,6M Kč **Cílová EBITDA marže:** 12-15 %

ROI kalkulace

- **Investice:** 4,5M Kč - **Roční EBITDA (rok 2):** 1,2M Kč - **Payback period:** 3,5-4 roky - **5-year NPV (10% discount):** 1,8M Kč

Klíčové rozhodnutí

Go/No-Go kritéria pro Q1: - Lokace s nájmem do 4 000 € - Celková investice do 5M Kč - Store manager nalezen - Žádné regulatorní blokery

Tento dokument je vzorový plán z Strateg-AI.com

Strateg-AI

AI facilitované strategické plánování