HARBOR TOOLS · PROPUNERE DE BUSINESS

Stockline

Software de gestiune a stocurilor pentru fabricile mici — vândut la 200 $ pe lună, pus în funcțiune în două săptămâni.

ȘEDINȚĂ
Comitet executiv · aprobare

DATA
7 noiembrie 2026

PROPUNERE
Linie nouă de business

DECIZIA CERUTĂ ASTĂZI

400 K$

Aprobarea primei faze din investiția totală de 1,2 M$ pe trei ani.

240 M$

Piață anuală adresabilă

120 000

Fabrici-țintă

8 %

Grad de adopție a software-ului azi

PARCURSUL DISCUȚIEI

Nouă pași de la problema din hală până la semnătura de astăzi.

01 **Problema clientului**
90 de minute pe zi, pierdute la numărat

02 **Dimensiunea pieței**
240 M$ anual, 92 % încă neatinși

03 **Ce este Stockline**
Trei componente, o singură buclă de date

04 **Poziționarea față de alternative**
Preț, durată, acces din hală, integrare

05 **Modelul economic**
200 $/lună, churn anual de 5 %

06 **Planul de venituri**
De la 60 la 600 de clienți în trei ani

07 **Investiția și pragul de profit**
1,2 M$ în trei ani, profit anual în anul 3

08 **Calendarul de lansare**
Pilot în noiembrie, 100 de clienți în octombrie

09 **Riscurile și ce cerem**
Trei riscuri asumate, o decizie

— **Anexă verbală la cerere**
Detalii de pilot, pe parcursul discuției

01 · PROBLEMA CLIENTULUI

Fabricile mici pierd *90 de minute pe zi* numărând stocul cu mâna — și tot rămân fără piese.

TIMP PIERDUT ZILNIC

90 min

Verificare manuală a stocului, în fiecare zi de lucru. Timp de maistru, nu de operator.

COSTUL RUPTURILOR DE STOC

3 %

Din cifra de afaceri, pierdută prin opriri de linie și livrări întârziate.

INSTRUMENTUL FOLOSIT AZI

76 %

Din personal gestionează stocul în fișiere de calcul, actualizate târziu și dintr-un singur loc.

> Nu este o problemă de disciplină. Este o problemă de instrument: datele stocului se nasc în hală, iar fișierul de calcul stă pe un birou, la două ore distanță de realitate.

120 000 de fabrici-țintă, o piață de 240 M$ pe an — și *92 % încă fără software*.

1 PĂTRAT = 1 200 DE FABRICI



8 % folosesc software
≈ 9 600 de fabrici

92 % fără software
≈ 110 400 de fabrici

PIAȚĂ ANUALĂ

240 M$

Cheltuială anuală adresabilă pe segmentul fabricilor mici.

FABRICI-ȚINTĂ

120 000

Unități de producție mici, cu hală și raft de piese.

ȚINTA NOASTRĂ ÎN ANUL 3

600

Clienți — o jumătate de procent din piața-țintă. Nu avem nevoie de dominație.

Stockline închide bucla: mașina raportează, telefonul confirmă, biroul vede *aceeași cifră*.



04 · POZIȚIONAREA FAȚĂ DE ALTERNATIVE

Stockline este singura opțiune care costă ca un abonament, intră în două săptămâni și *funcționează în hală*.

SOLUȚIE	PREȚ LUNAR	DURATA IMPLEMENTĂRII	ACCES DIN HALĂ	INTEGRARE CU MAȘINILE
Stockline PROPUNEREA NOASTRĂ	200 $	2 săptămâni	Telefon	**Da**
Large ERP SISTEM INTEGRAT CLASIC	2 000 $	6 luni	Doar de pe desktop	**Da**
Spreadsheets SITUAȚIA ACTUALĂ LA 76 % DINTRE CLIENȚI	0 $	Aceeași zi	Doar de pe desktop	Nu

Față de Large ERP: de zece ori mai ieftin și de douăsprezece ori mai rapid la instalare. Pentru o fabrică de 30 de oameni, 2 000 $ pe lună nu este o decizie de software, este o decizie de buget anual.

Față de Spreadsheets: concurentul real este gratuitatea. Îl învingem pe singurul teren pe care fișierul de calcul nu poate intra — raftul din hală și mașina care consumă piesa.

05 · MODELUL ECONOMIC

Un client plătește 2 400 $ pe an și rămâne: presupunem o *pierdere anuală de clienți de 5 %*.

Preț de listă	Venit anual / client	Pierdere anuală de clienți	Durata implementării
200 $	2 400 $	5 %	2 săpt.
pe lună, pe fabrică	200 $ × 12 luni	ipoteză de plan	de la semnare la hală

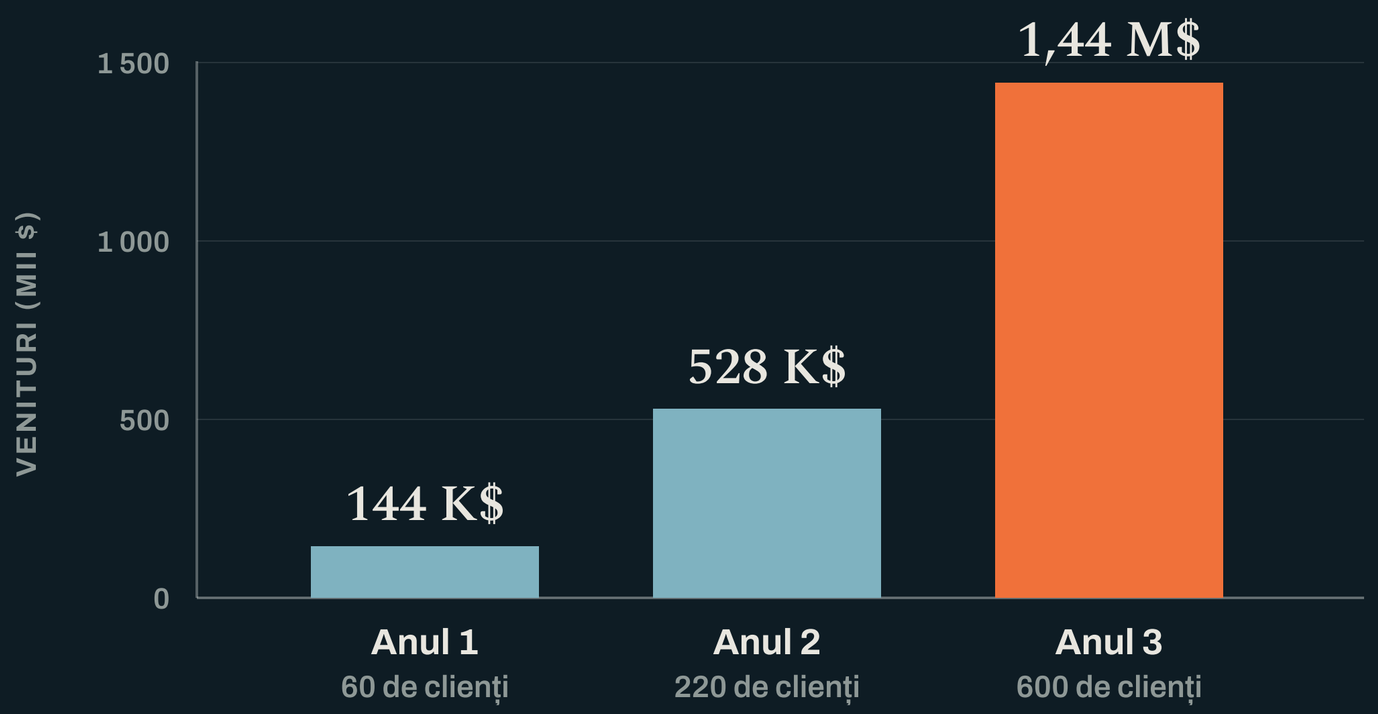
DE CE PREȚUL DE 200 $ ȚINE

Clientul compară 200 $ pe lună cu 3 % din cifra de afaceri pierdută pe rupturi de stoc și cu 90 de minute de timp de maistru pe zi. Nu vindem un sistem informatic; vindem recuperarea unei ore și jumătate și a unei fracțiuni din venit.

DE CE RETENȚIA ESTE REALISTĂ

După două săptămâni, registrul de stoc al fabricii trăiește în Stockline. Ipoteza de 5 % pierdere anuală reflectă exact acest lucru: cine își mută stocul înăuntru nu se mai întoarce la fișierul de calcul.

De la 60 la 600 de clienți în trei ani — veniturile cresc de la 144 K$ la *1,44 M$*.



AN	CLIENȚI	VENITURI
Anul 1	60	144 K$
Anul 2	220	528 K$
Anul 3	600	1,44 M$

IPOTEZA DE RETENȚIE

Planul presupune o pierdere anuală de clienți de 5 %. Cei 600 de clienți din anul 3 reprezintă 0,5 % din cele 120 000 de fabrici-țintă.

Cerem 1,2 M$ pe trei ani; în anul 3 linia devine *profitabilă pe an*.

CUM SE ELIBEREAZĂ INVESTIȚIA

FAZA 1 · ACUM
400 K$
Decizia de astăzi

FAZELE URMĂTOARE
800 K$
Supuse revizuirii ulterioare

Pe etape, nu în bloc

TOTAL PE TREI ANI
1,2 M$
Investiție totală în linia Stockline

UNDE SE ÎNTÂLNESC VENITURILE CU PRAGUL

Anul 1	Construim produsul și pilotul; veniturile sunt mai mici decât investiția.	în pierdere
Anul 2	220 de clienți și 528 K$; cheltuiala de vânzare rămâne peste venit.	în pierdere
Anul 3	600 de clienți și 1,44 M$: anul se încheie cu profit.	profit anual

Profitul declarat pentru anul 3 este profit pe anul respectiv, nu recuperarea integrală a investiției de 1,2 M$.

Pilot cu 3 clienți în noiembrie, lansare generală în aprilie, *100 de clienți până în octombrie*.

NOIEMBRIE

Pilot cu 3 clienți

Trei fabrici reale, instalate în două săptămâni fiecare.

FEBRUARIE

Revizuire a pilotului

Punct de control înainte de orice cheltuială de lansare.

APRILIE

Lansare generală

Produsul devine disponibil pentru toți clienții.

OCTOMBRIE

100 de clienți

Prima țintă comercială verificabilă a liniei.

DE CE PILOTUL ARE DOAR 3 CLIENȚI

Trei fabrici sunt suficiente pentru a verifica partea riscantă — integrarea cu mașinile și cele două săptămâni de implementare — fără a angaja echipă de vânzări.

CE DECIDE REVIZUIREA DIN FEBRUARIE

Dacă cele trei instalări confirmă termenul de două săptămâni, mergem la lansarea din aprilie. Dacă nu, oprim înainte de cheltuiala de lansare.

09 · RISCURILE ȘI DECIZIA CERUTĂ

Vă cerem să aprobați astăzi *prima fază de 400 K$* — restul se decide după pilot.

Risc 1 · Adopția

Concurăm cu gratuitatea

76 % folosesc fișiere de calcul. Răspunsul nostru: accesul din hală și integrarea cu mașinile, pe care acestea nu le au.

Risc 2 · Implementarea

Termenul de două săptămâni

Tot planul depinde de el. De aceea îl testăm pe 3 clienți înainte de aprilie, nu pe 100.

Risc 3 · Retenția

Ipoteza de 5 % pierdere

Dacă pierderea anuală depășește 5 %, cei 600 de clienți din anul 3 cer mai multe vânzări decât am prevăzut.

Decizia cerută

400 K$

Prima fază din cele 1,2 M$. Deblochează pilotul de 3 clienți din noiembrie și revizuirea din februarie.

Problema

90 de minute pe zi și 3 % din cifra de afaceri, pierdute în hală.

Piața

240 M$ pe an, 120 000 de fabrici, 92 % fără software.

Oferta

200 $ pe lună, două săptămâni, telefon în hală, integrare cu mașinile.

Rezultatul

600 de clienți și 1,44 M$ în anul 3, cu profit pe acel an.