

Бизнес-план
розничной реализации очистителей и
увлажнителей воздуха

ISO GU

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме проекта.....	3
Краткое описание бизнеса.....	4
Уникальное Торговое Предложение.....	6
Продукты ISOKU.....	6
Маркетинг.....	10
Объем рынка.....	10
Анализ конкурентов.....	11
Ценообразование.....	13
Целевая аудитория.....	16
Трафик и каналы продвижения.....	17
Каналы реализации продукции.....	19
SWOT-анализ проекта.....	21
Финансовая модель.....	23
Прогноз продаж.....	24
Организационная структура.....	24
Логистика, хранение, оформление.....	26
Планы развития.....	27
Инвестиционные условия и положения.....	28

Резюме проекта

Параметр	Описание
Направление	Продажа очистителей, увлажнителей воздуха
Тип проекта	Товарный бизнес
Компания	ТОО "GoodDeal"
Регион	Алматы, Казахстан
Длительность проекта	Долгосрочное
Необходимое финансирование	9 450 000 тг
Период окупаемости	2-5 месяцев
Прогнозируемая чистая прибыль в месяц	800 000 тг
Учредитель	Жумабек Аш Шахид
Контакты	+7 707 233 09 53

Краткое описание бизнеса

В современном мире, когда воздух в городах становится все более загрязненным, забота о качестве воздуха в наших домах и офисах приобретает первостепенное значение. Компания **ISOGU** стремится помочь, предлагая высококачественные воздухоочистители и увлажнители воздуха, которые обеспечат чистый и свежий воздух в любом помещении.

Почему это важно?

1. **Здоровье на первом месте:** чистый воздух существенно снижает риск возникновения респираторных заболеваний, аллергий и других проблем со здоровьем. Очистители воздуха **ISOGU** удаляют пыль, аллергены, вирусы и бактерии, создавая безопасную и здоровую среду для вас и вашей семьи.
2. **Эффективность и продуктивность:** чистый и увлажненный воздух способствует улучшению концентрации и продуктивности. Это особенно важно в офисных помещениях, где сотрудники проводят большую часть дня. Продукция **ISOGU** помогает создать комфортные условия для работы, что положительно сказывается на общей эффективности.
3. **Снижение уровня стресса:** исследования показывают, что чистый воздух способствует улучшению общего самочувствия и снижению уровня стресса. Создание благоприятной атмосферы в доме или офисе с помощью воздухоочистителей **ISOGU** способствует гармоничному и здоровому образу жизни.

Почему ISOGU?

- **Инновационные технологии:** наши устройства используют новейшие технологии фильтрации и увлажнения, обеспечивая высокую эффективность и надежность.
- **Доступность:** мы предлагаем широкий ассортимент продуктов, адаптированных под различные потребности и бюджеты, чтобы каждый мог позволить себе чистый воздух.
- **Экологичность:** **ISOGU** придерживается высоких стандартов качества и экологической ответственности, стремясь минимизировать экологический след и способствуя улучшению экологической ситуации в Казахстане. Вся реализуемая продукция протестирована и имеет необходимые сертификаты безопасности.

Цель ISOGU – стать лидером среди компаний Казахстана, реализующих инновационные решения для улучшения качества воздуха.

Миссия ISOGU – улучшить качество жизни и здоровье каждого казахстанца, предлагая передовые и экологически чистые технологии для чистого воздуха.

Уникальное Торговое Предложение

УТП **ISOQU**: "Специализация на климатических устройствах для вашего здоровья и комфорта".

Мы фокусируемся на климатическом оборудовании, предлагая решения не только для тех, кто уже ищет устройства для улучшения воздуха, но и для тех, кто еще не знает о возможных путях решения своих проблем с климатом в помещении. Наша компания не просто продает устройства, мы обучаем и информируем потребителей, помогая им выбрать наилучшее решение для обеспечения чистоты и комфорта воздуха в их домах или офисах.

Продукты ISOQU

Ассортимент продукции **ISOQU** соответствует самым высоким техническим и потребительским стандартам. Для выбора нашего ассортимента был проведен тщательный анализ и отбор, учитывающий соотношение цены и технических характеристик среди более чем 80-ти производителей. В результате мы выбрали одного из ведущих производителей в Китае, предлагающего лучшие продукты в своем сегменте на рынке. Это позволяет нам значительно превосходить конкурентов по качеству, предлагая при этом конкурентную цену.

Модели техники отобраны на основе анализа самых популярных и продаваемых аналогов на текущем рынке, что гарантирует соответствие современным требованиям и предпочтениям наших

клиентов. С продукцией **ISOGU** клиент получает передовые технологии, надежность и доступность в одном устройстве.

Наши очистители воздуха представляют собой уникальную продукцию премиального качества, благодаря шести фильтрам защиты и антибактериальным свойствам. Путем плодотворных переговоров мы сохранили оптовую цену для нашей компании, при том что устройства с аналогичными характеристиками у конкурентов стоят в среднем на 100-250% дороже. В то же время, продукция в том же ценовом диапазоне значительно уступает нашим очистителям по качеству и техническим характеристикам.

Очистители воздуха от ISOGU

Это приборы, которые фильтруют и очищают воздух в помещениях, жилых пространствах или офисах. Фильтр HEPA устраняет бактерии и улавливает до 99,97% ультра мелкой пыли размером до 0,3 мкм, создавая более комфортные условия для жизни и сохранения здоровья.

Фильтр HEPA очищает воздух от таких элементов как :

- дым (в т.ч. табачный)
- пыль, шерсть животных
- аллергены
- бактерии и плесень



- грибки
- пылевой клещ
- запахи любого происхождения
- химические вещества, токсичные газы
- цветочная пыльца
- статическое электричество

<p style="text-align: center;">Модель K08-D</p> 	<p style="text-align: center;">Модель K06-A</p> 	<p style="text-align: center;">Модель A-4PRO</p> 
<p style="text-align: center;">Характеристики</p>	<p style="text-align: center;">Характеристики</p>	<p style="text-align: center;">Характеристики</p>
<p style="text-align: center;">Розничная цена 138 000 тг</p>	<p style="text-align: center;">Розничная цена 84 000 тг</p>	<p style="text-align: center;">Розничная цена 58 000 тг</p>

Увлажнители воздуха от ISOQU

Климатический прибор, используемый в первую очередь для повышения влажности воздуха в помещениях. Он помогает справиться с проблемой сухого воздуха в любую погоду. Благодаря устройству удастся избежать многих заболеваний и ряда проблем со здоровьем.



Таких как :

- сухая кожа
- раздраженные глаза
- сухость в горле или в верхних дыхательных путях
- аллергия
- головные боли
- утомляемость и многое другое

**Модель
SC-2109**



**Модель
H-2301**



**Модель
H 2027**



Характеристики	Характеристики	Характеристики
Розничная цена 53 000 тг	Розничная цена 45 000 тг	Розничная цена 25 000 тг

Маркетинг

Объем рынка

В 2023 году объем рынка очистителей воздуха составлял 15.83 млрд \$. Согласно оценкам экспертов, этот рынок вырастет до 26.26 млрд \$ к 2030 году, при этом среднегодовой темп роста составит 7.5% в течение прогнозируемого периода.

Для анализа объема рынка мы использовали данные о продажах в Казахстане, информацию из открытых источников, мнения экспертов и собственные исследования о лидирующих компаниях отрасли.

Анализ конкурентов

Рынок очистителей и увлажнителей воздуха в Казахстане характеризуется высокой динамикой и конкурентной активностью. Несколько известных компаний занимают лидирующие позиции благодаря их технологическому превосходству и узнаваемости бренда. Тем не менее, рынок не доминируется одним или двумя игроками, а представляет собой мозаику из множества разнообразных брендов и компаний, каждая из которых получает сопоставимую долю.

Основными конкурентами **ISOGU** являются следующие компании:

1. Genau
2. Xiaomi
3. Bergluft
4. Bork
5. Технодом

Таблица анализа конкурентов

1	Конкурент	Общая информация	Продуктовая линейка	Сайт	Инстаг	Площадки разм	Откуда трафик
2	Genau	продаже спортивного	Увлажнитель воздуха бл-45 000тг			fitmaster.kz	Блогеры
			Увлажнитель воздуха 20л-120 000тг xiaomi Smart humidifier 2 lite 24 990	https://g	https://w	Инстаграм Каспи	SEO из гугла SEO
3	Xiaomi	Сам бренд уже в	Xiaomi Smartmi Air Purifier 86 690 Xiaomi Smart Air Purifier 4 99 990 Xiaomi Smart Air Purifier 4 124 990	https://n	https://w	Технодом Сулпак Офиц.сайт	Каспи Оффлайн Обзоры на ютуб
4	Bergluft	В основном орие	A320iw 219 900 тг A480ihw 279 900 тг A800iw 379 900 тг	https://www.googl		Свой сайт	SEO B2B продажи
5	Bork	ориентируется на премиум сегмент! продает той же аудитории что покупает у них другие товары ! Стоимость Борк очень высокая	очиститель A808 585 000 очиститель-увлажнитель A802 RAIN 430 000 очиститель-увлажнитель A705 390 000 очиститель A503 195 000 Увлажнитель воздуха H800 405 000 Увлажнитель воздуха H701 180 000 Мойка воздуха Q700 195 000	https://www.bork		Офиц сайт Технодом	Оффлайн площадки Наврядли но мб технодом
6	Технодом	Есть большой выбор между различными брендами и моделями Хорошо работает CEO !	Xiaomi Smart Humidifier 2 Lite 24 990 Xiaomi Smartmi Air Purifier 86 690 Xiaomi Smart Air Purifier 4 99 990 Xiaomi Smart Air Purifier 4 124 990 Xiaomi Smart Air Purifier 4 Pro 146-174 990				

Кроме устоявшихся игроков, на рынке активно заявляют о себе новые компании, которые не только успешно конкурируют, но и в ряде случаев превосходят продажи более именитых конкурентов. Эти новые участники рынка внедряют инновационные технологии и маркетинговые стратегии, что позволяет им быстро завоевывать долю рынка и укреплять свои позиции.

Таким образом, рынок очистителей и увлажнителей воздуха в Казахстане представляет собой привлекательную арену для конкуренции, где как устоявшиеся, так и новые компании имеют возможность для роста и развития. Это способствует не только повышению качества продукции, но и улучшению стандартов обслуживания клиентов.

Анализ продаж и популярных моделей в Kaspi магазине

Продажи на Kaspi магазин

Но можно узнать спрос на Kaspi магазине
и тут количество продаж говорит о большой востребованности данных устройств !













Kaspi.kz Клиентам Бизнесу Kaspi Гид

Магазин: очистители и увлажнители

Мой город: Алматы

ВСЕ КАТЕГОРИИ ТЕЛЕФОНЫ И ГАДЖЕТЫ БЫТОВАЯ ТЕХНИКА ТВ, АУДИО, ВИДЕО КОМПЬЮТЕРЫ МЕБЕЛЬ КРАСОТА, ЗДОРОВЬЕ ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ АПТЕКА

Все категории (1540) «очистители и увлажнители» – найдено: 1540 (84 страницы) Популярные

 <p>Увлажнитель воздуха Polaris PUN 3504 белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (409 отзывов) 20 990 ₸ 3 499 ₸ x5</p> <p>В корзину</p>	 <p>Очиститель воздуха Samsung AX80T5080WDER белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (38 отзывов) 389 000 ₸ 32 417 ₸ x12</p> <p>В корзину</p>	 <p>Увлажнитель воздуха POLSON HD-1350B белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (42 отзыва) 19 500 ₸ 5 500 ₸ x3</p> <p>В корзину</p>	 <p>Очиститель воздуха Xiaomi Mi Air Purifier 3H AC-M6-SC белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (85 отзывов) 84 990 ₸ 5 378 ₸ x24</p> <p>В корзину</p>
 <p>Увлажнитель воздуха Electrolux ENU-3715D белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (123 отзыва) 33 905 ₸ 5 651 ₸ x6</p> <p>В корзину</p>	 <p>Увлажнитель воздуха SmartMi Evaporative Humidifier 2 белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (158 отзывов) 55 367 ₸ 4 614 ₸ x12</p> <p>В корзину</p>	 <p>Увлажнитель воздуха Polaris PUN 0806D черный Очистители и увлажнители ★★★★★ (108 отзывов) 50 576 ₸ 4 218 ₸ x12</p> <p>В корзину</p>	 <p>Очиститель воздуха Boneco W200 белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (112 отзывов) 109 000 ₸ 9 084 ₸ x12</p> <p>В корзину</p>
 <p>Увлажнитель воздуха POLSON HD-1355 белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (99 отзывов) 31 500 ₸ 5 261 ₸ x6</p> <p>В корзину</p>	 <p>Увлажнитель воздуха Polaris PUN 7045 TFD белый Очистители и увлажнители ★★★★★ (248 отзывов) 30 246 ₸ 5 041 ₸ x6</p> <p>В корзину</p>	 <p>Увлажнитель воздуха Xiaomi Smart Antibacterial Humidifier 2... Очистители и увлажнители ★★★★★ (145 отзывов) 24 488 ₸ 4 082 ₸ x6</p> <p>В корзину</p>	 <p>Очиститель воздуха Xiaomi Smart Air Purifier 4 Lite AC-M17... Очистители и увлажнители ★★★★★ (67 отзывов) 58 897 ₸ 4 909 ₸ x12</p> <p>В корзину</p>

Важно отметить, что, несмотря на успешные продажи, многие конкуренты на рынке очистителей и увлажнителей воздуха в Казахстане ограничиваются удовлетворением существующего спроса, не стремясь его расширить. Они фокусируются на непосредственных потребностях известной аудитории, пропуская возможности, связанные с развитием новых сегментов рынка.

На данный момент отсутствуют компании, которые бы активно занимались информированием и образованием потенциальных клиентов о проблемах, которые можно решить с помощью очистителей и увлажнителей воздуха. Многие потребители, возможно, даже не осознают, что их проблемы, связанные с качеством воздуха могут быть эффективно решены с помощью доступных на рынке технологий.

Таким образом, существует значительный незанятый рынок потенциальных покупателей, готовых инвестировать в решения для улучшения качества воздуха в своих домах и офисах, но не имеющих достаточно информации о доступных продуктах. Это открывает большие возможности для компаний, готовых разработать и реализовать комплексные стратегии информирования и привлечения новых клиентов.

Ценообразование

Ценообразование нашей продукции включает в себя несколько ключевых компонентов, которые обеспечивают как конкурентоспособность на рынке, так и устойчивость нашего бизнеса.

К основным элементам, формирующим конечную стоимость наших очистителей и увлажнителей воздуха, относятся:

1. **Себестоимость продукции** – это основной компонент цены, который включает затраты на материалы, комплектующие, производство и амортизацию оборудования. Себестоимость определяет минимально возможную цену продукта, ниже которой его продажа становится убыточной.
2. **Стоимость упаковки** – важный элемент, влияющий не только на восприятие качества продукта потребителем, но и на его безопасность при транспортировке. Стоимость упаковки учитывает материалы и технологии, необходимые для обеспечения целостности продукта вплоть до конечного пользователя.
3. **Логистика** – включает в себя расходы на хранение, транспортировку и распределение продукции от производителя до конечного пункта продаж. Этот компонент цены также учитывает страхование грузов и расходы на соблюдение регуляторных требований в различных регионах.

В совокупности эти аспекты формируют цену, которую платит покупатель, обеспечивая при этом достаточный уровень маржинальности для поддержания операционной эффективности и инвестиций в развитие продукта. Наш подход к ценообразованию направлен на достижение оптимального баланса между качеством, доступностью и прибыльностью.

Технологическая карта						
Очистители воздуха						
Модель	Себе с, \$	Ко-во, шт	Вес, кг	Ст-сть логистики, \$	Упаковка, \$	Цена продажи, Тенге
K08-D	157	30	11.5	34.50	1.00	144,440
K06-A	96	30	8	24.10	1.00	88,320
A-4PRO	66	30	3.7	11.10	1.00	60,720
Увлажнители воздуха						
Модель	Себе с, \$	Количество, шт	Вес, кг	Стоимость логистики, \$	Упаковка, \$	Цена продажи, Тенге
SC-2109	18	50	3	9.00	1.00	24,840
H-2301	39	50	5	21.00	1.00	53,820
H 2027	50	50	5	15.00	1.00	69,000
Итоговая себестоимость						
Итоговая себестоимость \$						14,920.00
Итоговая себестоимость с логистикой \$						19,276.00

В компании активно разрабатываются стратегии, направленные на снижение затрат и повышение доступности наших устройств, что позволит преодолеть барьеры на пути внедрения и обеспечить более широкий доступ к нашей продукции.

Целевая аудитория

Сегмент ЦА	Описание	Основные боли и потребности
Аллергики и те, кто часто болеет	Индивидуумы, страдающие от аллергии и частых заболеваний.	Проблемы с дыханием, аллергические реакции, простуды, сухость слизистых.
Люди с домашними животными	Владельцы животных, сталкиваются с аллергиями и запахами.	Аллергии на шерсть, запахи, повышенное содержание пыли, вирусы и бактерии.
Жители загазованных районов	Люди, проживающие в районах с высоким уровнем загрязнения воздуха.	Проблемы с дыханием, кашель, аллергии, воздействие на здоровье.
Семьи с детьми	Семьи, заботящиеся о здоровье и благополучии своих детей.	Риск аллергий, частые простуды, влияние на развитие, ухудшение иммунитета.

Офисные работники	Работники в условиях закрытых помещений с плохой вентиляцией.	Усталость, раздражение глаз, головные боли, снижение продуктивности.
-------------------	---	--

Наши устройства не только решают специфические проблемы каждого из сегментов, но и предоставляют возможность для комплексного воздействия на состояние здоровья и благополучие людей. Это открывает значительный потенциал для тестирования различных маркетинговых гипотез и подходов. Учитывая многообразие проблем, которые решает наша продукция, мы можем адаптировать наши стратегии к различным потребностям и ожиданиям, что повышает шансы на успех в каждом из целевых сегментов.

Трафик и каналы продвижения

Наши стратегии продвижения опираются на комбинацию проверенных и инновационных методов для максимизации охвата и эффективности.

Социальные Сети

FB и Instagram Reels (органический трафик): органический трафик из социальных сетей является ключевым благодаря его способности привлекать внимание целевой аудитории без прямых финансовых затрат на рекламу. Использование формата reels

помогает увеличить вовлеченность за счет коротких, динамичных видео, что эффективно в условиях современного медиапотребления.

Использование социальных сетей, таких как Facebook и Instagram, мотивировано наблюдаемыми успехами конкурентов, которые демонстрируют высокую окупаемость инвестиций в эти платформы.

Таргетированная реклама

Направленная на конкретные демографические и поведенческие сегменты, таргетированная реклама позволяет максимально точно доставлять коммерческие предложения потенциальным покупателям, увеличивая ROI.

SEO Оптимизация

SEO (Search Engine Optimization): Эффективный и долгосрочный метод привлечения качественного трафика через поисковые системы. Оптимизация сайта под ключевые запросы целевой аудитории улучшает видимость нашего сайта в результатах поиска, привлекая потенциальных покупателей, уже заинтересованных в нашей продукции.

Инструменты продвижения в ближайшей перспективе

1. **Закуп рекламы у блогеров и в тематических пабликах.** Сотрудничество с влиятельными личностями и сообществами позволит усилить доверие к бренду и расширить охват среди интересующей нас аудитории.

2. **Аффилиат маркетинг.** Мотивация партнеров к продвижению наших товаров через комиссионные, что способствует расширению продаж и укреплению партнерских отношений.

Каналы реализации продукции

Для максимального охвата потенциальных покупателей и удовлетворения их различных потребностей в приобретении нашей продукции, мы используем следующие каналы реализации:

1. **Каспи магазин.** Популярная платформа электронной коммерции в Казахстане, которая предоставляет широкий доступ к различным группам потребителей.

Преимущества: Большая аудитория, возможность быстрого и удобного сравнения продуктов, легкость в использовании для покупателей.

2. **Сайт компании.** Официальный интернет-магазин нашей компании, предлагающий полный ассортимент продукции.

Преимущества: Прямой контроль над представлением и продажами продукции, возможность предоставления подробной информации о товарах, управление акциями и специальными предложениями.

3. **Instagram.** Использование социальной сети для продвижения и прямых продаж через посты и рекламные кампании.

Преимущества: Эффективное взаимодействие с молодежной аудиторией, возможность демонстрации продукта через визуальный контент, прямая обратная связь от покупателей.

Каналы реализации в ближайшей перспективе

1. **Оффлайн точки.** Открытие фирменных магазинов и киосков в крупных торговых центрах.

Преимущества: Возможность личного контакта с продуктом, прямое общение с покупателями, усиление бренда через физическое присутствие.

2. **Размещение в сетевых точках.** Сотрудничество с крупными розничными сетями для расширения доступности продукции.

Преимущества: Увеличение охвата потребителей, использование устойчивой розничной инфраструктуры, повышение доверия к продукту за счет ассоциации с известными ритейлерами.

3. **Размещение в магазинах со схожей ЦА под реализацию.**

Сотрудничество с магазинами, которые уже обслуживают схожую целевую аудиторию, например, магазины товаров для дома, эко-маркеты или специализированные точки по продаже здорового питания и лайфстайл-продуктов.

Преимущества: Это позволяет нам использовать уже сформированную аудиторию магазинов, которая доверяет этим торговым точкам и активно интересуется здоровым образом жизни и экологичностью, и, как следствие, увеличивать продажи.

Использование многочисленных каналов реализации позволит нам охватить различные сегменты рынка, адаптировать наши стратегии под разные типы покупателей и улучшить общую

доступность продукции. Эти каналы дополняют друг друга, создавая синергию и усиливая общий эффект от маркетинговых стратегий.

SWOT-анализ проекта

Сильные стороны

1. **Высокая маржинальность:** Значительная разница между себестоимостью и продажной ценой способствует высокой прибыльности.
2. **Крайне низкие риски:** Проект поддерживается стабильными рыночными тенденциями и высоким спросом на экологически чистые продукты.
3. **Быстрая точка безубыточности:** Низкие первоначальные затраты и высокий спрос обеспечивают скорое достижение точки безубыточности.
4. **Высокое качество продукции:** Уникальные очистители воздуха оснащены шестью фильтрами и антибактериальными свойствами.
5. **Конкурентное ценообразование:** Продукция предлагается по ценам, значительно ниже аналогов, при более высоком качестве.
6. **Партнерство с ведущим производителем:** Сотрудничество с крупным производителем в Китае обеспечивает низкие цены и лучшее качество продукции.

7. **Высокий спрос на продукцию:** Растущая осведомленность о проблемах загрязнения воздуха способствует повышенному интересу к продукции.

Слабые стороны

1. **Начальные инвестиции и маркетинговые затраты:** Значительные начальные вложения необходимы для тестирования уникального торгового предложения, позиционирования и других маркетинговых действий.
2. **Отсутствие узнаваемости бренда:** Новый бренд на рынке, требующий времени и ресурсов для завоевания доверия потребителей.
3. **Отсутствие офлайн-точек продаж:** Не имея физических магазинов, ограничивается возможность демонстрации и продажи продуктов.
4. **Отсутствие размещения в розничных сетях:** Непредставленность в крупных розничных сетях снижает доступность продукции для широкой аудитории.

Риск-менеджмент

Риски нашего проекта минимальны, что обусловлено несколькими ключевыми факторами. Прежде всего, проект строится на основе стабильных рыночных тенденций и высокого спроса на экологически чистые продукты, что обеспечивает уверенность в его устойчивости. Отсутствие серьезных конкурентов в данном сегменте также способствует снижению рисков.

Финансовые риски проекта оцениваются как крайне низкие. Большая часть вложений направлена непосредственно в товарный

запас, который в случае необходимости можно будет реализовать по демпинговым ценам. Такой подход позволяет минимизировать потенциальные убытки и повышает финансовую безопасность проекта.

Финансовая модель

Краткое резюме проекта	
Требуемая сумма инвестиции	9 500 000 KZT
Запуск товара	6 880 000 KZT (14 920\$)
Логистика и Томоженное оформление	1 950 000 KZT
ФОТ	760 000 KZT
Склад	100 000 KZT
Требуемая выручка безубыточности в месяц(Без учета маркетинговых затрат)	1 720 000 KZT 34шт
Требуемая выручка безубыточности в месяц(с маркетинговыми затратами)	2 720 000 KZT 55шт
Требуемая выручка безубыточности в месяц(с обеспечением 50%)	3 550 000 KZT 71шт
Маркетинговые затраты	550 000 KZT
Средний чек	50 000 KZT
Средняя маржинальность товара	110%
Требуемая выручка в в день	95 000
Доля в проекте	30%
Ежемесячная дивиденды инвестора	475 000

Прогноз продаж

Принимая во внимание активные усилия по привлечению трафика через три основных канала: таргетированную рекламу, органическое продвижение в Instagram и поисковую оптимизацию (SEO), мы ожидаем достичь порога в **100+** продаж в месяц. Этот показатель основан на самых консервативных оценках и предполагает стабильный приток потребителей.

В течение первых двух месяцев дивиденды выплачиваться не будут. Этот период будет посвящен обороту товаров и покрытию маркетинговых расходов, которые ожидаются более высокими и менее эффективными на начальном этапе. Основное внимание будет уделено тестированию уникального торгового предложения (УТП), определению эффективного позиционирования и целевой аудитории, выбору подходящих предложений и определению наиболее результативных маркетинговых инструментов.

Организационная структура

Организационная структура нашей компании оптимизирована для эффективности и гибкости. Мы используем сочетание внутренних ресурсов и аутсорсинга для осуществления наших ключевых функций. Ниже представлена таблица с основными ролями в компании, их статусом занятости и уровнем оплаты.

Позиция	Зарплата (тг)	Статус
Кладовщик	150,000	В штате
Менеджер по продажам	260,000	В штате
Маркетолог	150,000	Аутсорсинг
Таргетолог	200,000	Аутсорсинг

Дополнительные сведения о структуре:

- Менеджер по продажам: Эта позиция в штате отвечает за управление клиентской базой, заключение сделок и общее управление продажами. Поскольку продажи являются ключевым аспектом нашего бизнеса, важно иметь постоянного специалиста на этой позиции.
- Кладовщик: Занимается управлением складом, логистикой и инвентаризацией. Наличие кладовщика в штате обеспечивает бесперебойность и оперативность поставок наших продуктов.
- Маркетолог и Маркетолог: Эти роли переданы на аутсорсинг специализированным агентствам, что позволяет нам гибко управлять маркетинговыми кампаниями и оптимизировать затраты, при этом сохраняя доступ к высококвалифицированным специалистам в этих областях.

Логистика, хранение, оформление

В таблице ниже отражены ключевые параметры логистики, таможенного оформления и хранения, а также предполагаемые затраты на доставку и таможенные расходы наших заказов.

Этап	Описание	Цена	Сроки
Начальные заказы	Использование карго доставки из Китая для меньших объемов.	\$3.5 за кг	7-14 дней
Производство устройств	Процесс производства каждой партии устройств.	-	3 недели
Большие партии	Заказы на большие объемы с последующим таможенным оформлением.	\$1.5-1.8 за кг	7-14 дней
Хранение	Аренда склада площадью __ кв.м	100 000 тг	в месяц

Дополнительная информация:

- Логистика: Сроки доставки товаров составляют от 7 до 14 дней в зависимости от условий перевозки и операций на таможне.
- Таможенное оформление: Для больших партий товаров, где стоимость доставки снижается до \$1.5-1.8 за кг, включены таможенные пошлины, что необходимо учитывать при планировании бюджета на логистику.
- Производство: Производственный цикл устройств занимает около трех недель, что следует учитывать при планировании заказов и запасов на складе для обеспечения непрерывности поставок.

Планы развития

В рамках нашего проекта мы определили чёткую стратегию развития на ближайшие пять месяцев, направленную на постепенное расширение и укрепление нашего присутствия на рынке.

1-ый месяц: Упаковка проекта, тестирование гипотез. На начальном этапе наша задача — тщательно подготовить проект к запуску. Это включает в себя финализацию продуктовой концепции, упаковку и тестирование ключевых рыночных гипотез, что позволит нам проверить предположения о потребительском спросе и эффективности предложенных нами решений.

2-ой месяц: Развертывание собственной логистики. Следующий шаг — настройка логистических процессов. Развитие собственной логистической системы позволит нам контролировать все этапы доставки продукции от производителя к конечному потребителю, что сделает процесс более предсказуемым и эффективным.

3-ий месяц: Расширение продуктовой матрицы и выход в офлайн точки. На третьем месяце планируется расширение ассортимента продукции, что позволит нам удовлетворить более широкие потребности клиентов. Параллельно мы начнем работу по выходу в офлайн точки продаж, что увеличит нашу видимость и доступность для потребителей.

4-ый месяц: Выход на рынок оборудования приточной вентиляции Этот этап включает в себя запуск новой категории

продуктов — оборудования для приточной вентиляции. Внедрение этой категории позволит нам расширить рынок и предложить клиентам комплексные решения для создания здорового микроклимата в помещениях.

5-ый месяц: Развитие B2B продаж. В завершение первого этапа развития проекта мы акцентируем внимание на B2B-сегменте. Стратегия направлена на установление долгосрочных партнерских отношений с ключевыми корпоративными клиентами, такими как крупные офисные центры, медицинские учреждения и торговые сети, которые могут систематически нуждаться в наших очистителях и увлажнителях воздуха. Планируется внедрить специализированные программы для корпоративных клиентов, включая скидки, персонализированные услуги по установке и обслуживанию оборудования, а также разработку индивидуальных решений по улучшению качества воздуха в помещениях.


Для эффективного управления B2B продажами будет создана специализированная команда продаж, обученная для работы с крупными заказчиками, умеющая находить индивидуальный подход и предлагать комплексные решения. Это станет ключевым фактором для устойчивого роста и расширения нашего бизнеса в сегменте B2B.

Инвестиционные условия и положения

В контексте нашего проекта мы предлагаем инвесторам четко определенные условия, которые учитывают как потенциальные риски, так и возможности получения дохода. Ниже приведены ключевые аспекты наших инвестиционных положений:

1. **Риск убытка:** Инвесторы должны быть осведомлены о том, что вложения в наш проект несут в себе риски потенциального убытка. Мы стремимся минимизировать эти риски за счет стратегического планирования и тщательного управления, однако полная гарантия прибыльности не может быть предоставлена.
2. **Гарантированные дивиденды инвесторам:** Несмотря на возможные флуктуации прибыли проекта, инвесторы гарантированно получают свои дивиденды. Это положение включено для обеспечения уверенности инвесторов в надежности их вложений.
3. **Минимальная доходность и обязательства основателя:** Если инвестор не получит обещанную минимальную доходность в размере 30% годовых, разница будет покрыта из личных доходов основателя. Это подчеркивает нашу уверенность в успехе проекта и готовность нести личную ответственность за его результаты.
4. **Временная приостановка выплаты дивидендов:** В первые два месяца после инвестиции дивиденды не выплачиваются, поскольку основной фокус будет направлен на оборот товара и маркетинговые мероприятия, которые могут быть менее

эффективными из-за необходимости тестирования уникального торгового предложения, позиционирования, анализа целевой аудитории и определения наиболее эффективных маркетинговых стратегий.

5. **Право выкупа доли инвестора:** Основатель проекта оставляет за собой право выкупить долю инвестора в любой момент при условии полного погашения инвестированных средств. Это дает дополнительную гибкость в управлении капитальной структурой проекта и предоставляет основателю возможность реадaptации стратегических целей в долгосрочной перспективе.
- 

**Спасибо за Ваше
внимание!**