



# ХОЗЯЮШКА.KZ

Онлайн магазин  
хозяйственных товаров

**ХОЗЯЮШКА.KZ**

**ОНЛАЙН МАГАЗИН  
ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ –  
ХОЗЯЮШКА.KZ**

## О ПРОЕКТЕ

ХОЗЯЮШКА.KZ

Народный бренд **Хозяюшка** теперь онлайн. Есть множество очень успешных кейсов, в области продаж онлайн как на Западном, Американском, Российском рынках, так и на Казахстанском рынке. В связи с чем есть очень веские основания начинать развивать бизнес онлайн. Большие перспективы завтрашнего дня!

ХОЗЯЮШКА.KZ

**ПРЕИМУЩЕСТВА**

# ПРЕИМУЩЕСТВА

ХОЗЯЮШКА.KZ

## Эра онлайн магазинов

Сейчас, как никогда наилучший период, для перехода на онлайн торговлю. Благоприятная среда для развития по многим причинам. **Во-первых**, именно сейчас, время когда интернет магазин стали допустимой нормой покупки для потребителя. **Во-вторых**, с учетом последних событий с карантином, это наилучшим образом сказывается на быстром развитии и увеличении продаж. **В третьих**, вся финансовая среда уходит в онлайн, что вырабатывает использование онлайн в рамках привычки.

## ПРЕИМУЩЕСТВА

ХОЗЯЮШКА.KZ

### Народный бренд

С течением времени небольшие магазины ориентированные только на продажу хозяйственных товаров прочно укрепились на рынке города Алматы, тем самым создав, устоявшийся временем бренд, в сознании потребителя под наименованием **Хозяюшка**. Это дает возможность избежать момента объяснения на что именно ориентирован магазин и будет вызывать уже определенную лояльность и известность среди потребителей.

## **ПРЕИМУЩЕСТВА**

**ХОЗЯЮШКА.KZ**

### **Стабильный и постоянный спрос**

Хозяйственные товары являются товарами постоянного потребления, что говорит о стабильном спросе товара на рынке. Прирост постоянен и стабилен, только с разницей перехода потребителя из одной ценовую категорию в другую. Спрос на хозяйственные товары в очень широком ценовом диапазоне, от самого бюджетного до премиального.

## **ПРЕИМУЩЕСТВА**

**ХОЗЯЮШКА.KZ**

### **Легкое масштабирование**

Интернет магазин дает возможность быстрого масштабирования бизнеса, во все регионы и избежать большую затратную часть. Масштабирование влечет за собой затраты, в большей степени едино разовые, с извлечением последующей выгодой. Для выхода в регионы предусмотрена, реализация франшизы бренда, в этом случае мы оставляем за собой права возможности контролировать процессы продажи и контролировать результат.



ХОЗЯЮШКА.KZ

**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ХОЗЯЮШКА.KZ

Целевая аудитория очень широкая, так как конечный потребитель находится, во всех возрастных и ценовых категориях. Хозяйственными товарами пользуются все, кто имеет какое либо пространство, как в личном пользовании так и в коммерческих целях. Две основные группы:



**Потребители**



**HoReCa**

# КОНЕЧНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

ХОЗЯЮШКА.KZ

Конечный потребитель - любое физическое лицо, обладающие либо в собственности, либо в ответственности, какое либо пространство, жилое или коммерческое. Основные категории конечного потребителя:



**Семйные**



**Домохозяйки**



**Молодые люди 20-30 лет**



**Взрослые люди 30-60 лет**

# **HORECA**

## **HOTEL, RESTUARAN, CAFE**

**ХОЗЯЮШКА.KZ**

Вторая категория ЦА являются: отели рестораны кафе, а также любое учреждения обслуживающие население. Данная категория, использует товары хозяйственного назначения, еще чаще чем конечный потребитель и большем объеме.



**Отели**



**Кафе**



**Рестораны**



**Медцинские  
учреждения**



**Государственные  
учреждения**



**Образовательные  
учреждения**

ХОЗЯЮШКА.KZ

# РЫНОК ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

**РЫНОК ХОЗ. ТОВАРОВ**

**ХОЗЯЮШКА.KZ**

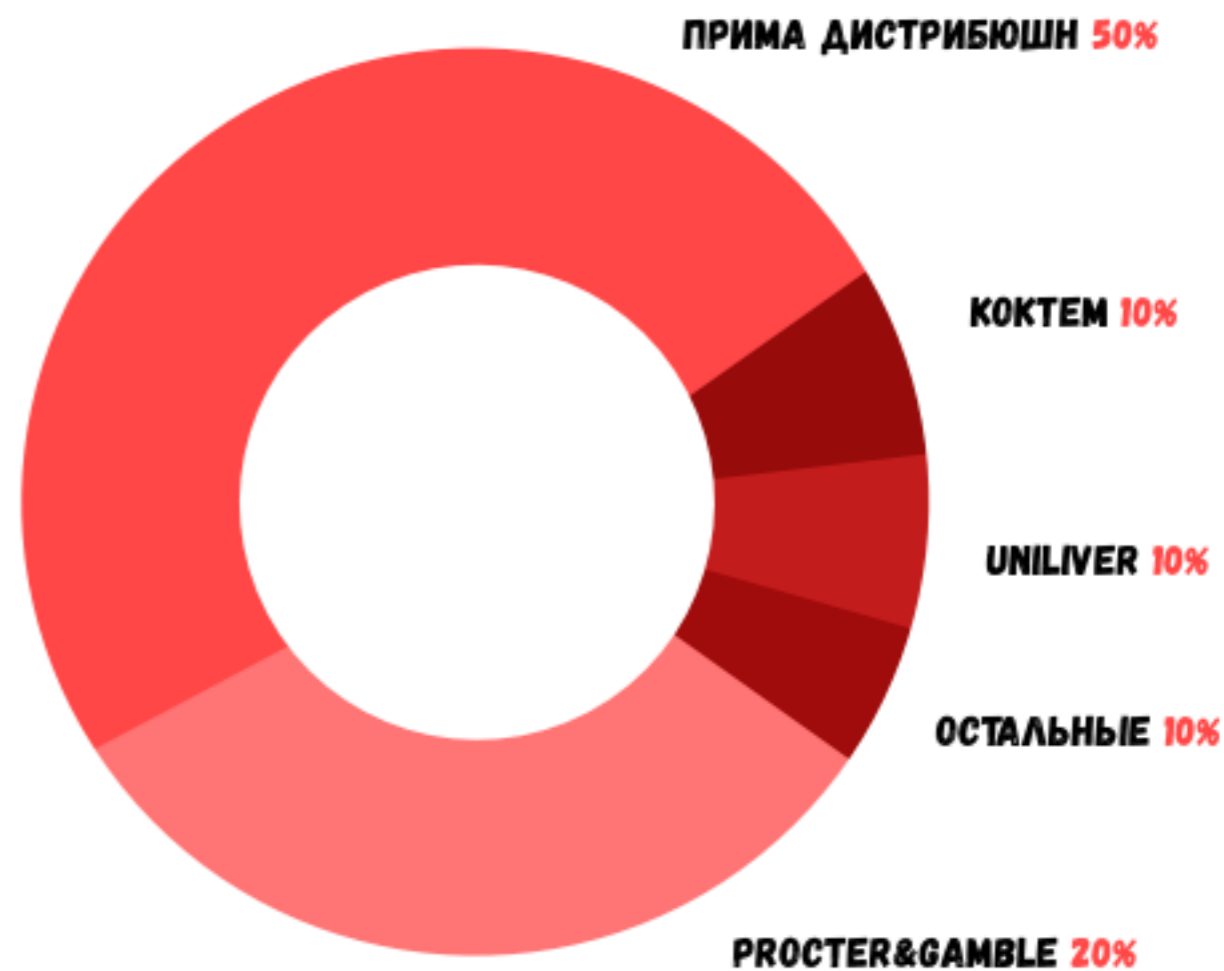
**Общий оборот дистрибуторов  
хоз. товаров по г. Алматы**

**5 МЛРД. + / МЕСЯЦ**

## 4 ОСНОВНЫХ ИГРОКА

ХОЗЯЮШКА.KZ

- ПРМА ДИСТРИБЮШН – 2,5 МЛРД. / МЕСЯЦ
- PROCTER&GAMBLE – 1 МЛРД. / МЕСЯЦ
- КОКТЕМ – 500 МЛН. / МЕСЯЦ
- UNILIVER – 500 МЛН. / МЕСЯЦ
- ОСТАЛЬНЫЕ – 500+ МЛН. / МЕСЯЦ

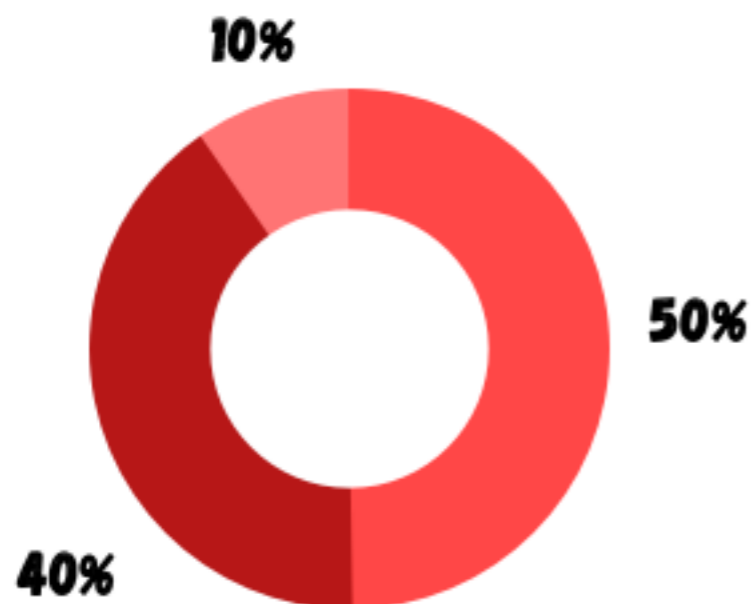


## ПРОЦЕНТНАЯ ДОЛЯ ПРОДАЖ МЕЖДУ ПРОДАВЦАМИ:

ХОЗЯЮШКА.KZ

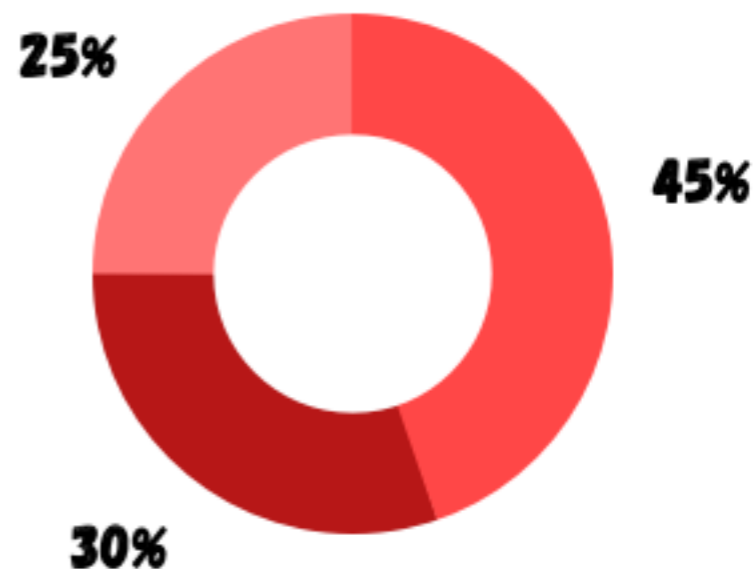
На конец 2020

- **СМ МАГНУМ – 50%**
- **ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ – 40%**
- **ОНЛАЙН МАГАЗИНЫ – 10%**



На конец 2021

- **СМ МАГНУМ – 45%**
- **ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ – 30%**
- **ОНЛАЙН МАГАЗИНЫ – 25%**





## ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА (МАРЖА)

- **СМ МАГНУМ – 20–25%**
- **ARBUZ ОНЛАЙН СУПРЕМАРКЕТ 35%**
- **ОПТОВКА – 10–15%**
- **КЛАССИЧЕСКИЕ МАГАЗИНЫ – 25–30%**

**25%**

**Средняя ставка по рынку**



**ХОЗЯЮШКА.KZ**

**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**