

Next Level

Wspieramy zdrowy styl życia
od 2015 roku



OPIs PRZEDSIĘBIORSTWA

Nazwa: Next Level Care Sp. z o. o.

Adres: Aleje Jerozolimskie 125/127,
02-017 Warszawa

Nip: 7011131318, **KRS:** 0001021925

VAT: Czynny podatnik VAT oraz VAT EU

Rozpoczęcie działalności: 2015

Branża: E-commerce, suplementy diety, zdrowa żywność, akcesoria sportowe.

Misją **Next-Level** jest inspirowanie innych do zdrowego stylu życia. Chcemy dostarczać produkty, które **poprawią zdrowie, samopoczucie oraz wyniki sportowe** naszych Klientów!

08.2015 - 02.2023 firma funkcjonowała jako JDG i prowadziła również **sprzedaż stacjonarną**.

Od 03.2023 r. Zmieniliśmy model działania i skupiliśmy się wyłącznie na kanałach **on-line**.

NEXT LEVEL W LICZBACH

387 tys.

**SPRZEDANYCH
PRODUKTÓW**

96 tys.

**KLIENTÓW,
KTÓRYM
POMOGLIŚMY**

0,95%

**ZWROTÓW W
E-COMMERCE**

99,1%

**POZYTYWNYCH
OPINII**

KANAŁY SPRZEDAŻY

Multibrand. Aktywny od 2015 roku.

Platforma shoper. Działania głównie organiczne, duże perspektywy rozwoju

WWW.NEXT-LEVEL.PL

66% obrotu.

Konto z asortymentem sklepu NL.
Możliwość rozwoju konta o płatne działania, zwiększenie asortymentu i szybkości wysyłek

ALL: NEXT-LEVEL PL

ALL: OGRZYBACH PL

Konto z asortymentem sklepu O.

ALL: TIGUAR SKLEP

Konto dropshipping.

Synchronizacja stanów z hurtownią. Możliwość rozszerzenia o ok. 600 produktów

Portal i sklep z grzybami funkcjonalnymi. MVP.
WWW.OGRZYBACH.PL

ALL: ZDROWO JEM
Konto zastępcze. Testowanie innych strategii działania

**ERLI, EMPIK, MORELE,
CENEO**
2% sprzedaży

NEXT LEVEL CARE SP. Z O. O.

PRZEWAGI KONKURENCYJNE FIRMY

Rozpoznawalność: Znana marka działająca od 2015 roku. Jako Next-Level organizowaliśmy i braliśmy udział w wielu eventach, szkoleniach, wydarzeniach branżowych, które wpłynęły na rozpoznawalność marki i lojalizację klientów.

Dywersyfikacja działalności: Działalność biznesu nie jest uzależniona od jednego kanału sprzedaży, jednego dostawcy, jednego klienta czy jednego pracownika.

Zdrowa i bezpieczna branża: Branża suplementów diety, zdrowej żywności i całego e-commerce notuje nieustanne wzrosty oraz jest pozytywnie postrzegana przez klientów. Specyfika produktów wpływa na minimalną liczbę zwrotów.

Wartości firmy: Firma komunikuje swoje wartości w kanałach Social Media oraz w e-mail marketingu. Dbanie o zdrowie, kondycję fizyczną, podejście do ekologii - to wartości, które doceniają nasi stali klienci.

Baza klientów: Sklep od początku budował bazę lojalnych klientów, którzy cyklicznie wracają po swoje ulubione produkty i zostają z nami na lata.

MOCNE STRONY I ZALETY OFERTY

- Posiadanie w asortymencie renomowanych marek.
- Sprzedawane produkty są w większości niewielkich rozmiarów, co sprzyja ich logistyce i ułatwia transport.
- Wysoka dostępność produktów i brak zagrożenia konkurencyjnymi produktami z Azji.
- Spółka nie zatrudniała pracowników, nie brała dotacji i nie ma zobowiązań w instytucjach finansowych.
- Działalność nie jest oparta na markach osobistych.
- Możliwość przeniesienia działalności w dowolne miejsce.
- Możliwość wysyłki zamówień na cały kraj i Unię Europejską.
- Łatwość prowadzenia biznesu dzięki wdrożonym automatyzacjom i procesom. Wsparcie posprzedażowe.
- Jakość obsługi potwierdzona opiniami od użytkowników.

DZIAŁANIA MARKETINGOWE

- Organiczne SEO - Brak płatnych działań i linkowania zewnętrznego.
- E-Mail marketing (automatyzacje i wdrożone scenariusze: Porzucony koszyk, Przywracanie klientów, Rekomendacje, Przeglądane produkty, Zapis do newslettera)
- Cykliczny newsletter w ramach programu lojalnościowego Next Level Plus.
- Działania onsite (pop-up, web layer)
- Social Media (Instagram, Facebook) - Działania organiczne.
- Afiliacja (współpraca z Trenerami i Dietetykami)
- Kafeterie zakupowe (Benefit, Worksmile. W trakcie podpisywania umów z Medicover i BonCard)
- Google Ads (działania z agencją na niskim budżecie - do 01.24)

SZANSE ROZWOJU

- **Poszerzenie oferty o produkty komplementarne i nowe kategorie:** Wprowadzenie do asortymentu produktów, które uzupełniają obecne oferty. Dzięki temu klienci mogą zaspokoić więcej swoich potrzeb w jednym miejscu, co zwiększy wartość koszyka zakupowego. Rozbudowa asortymentu o nowe kategorie produktów pozwoli na dotarcie do szerszego grona odbiorców i zwiększenie przychodów.
- **Stworzenie własnej marki suplementów diety lub zdrowej żywności:** Produkty marki własnej cechują się wyższą marżowością niż produkty innych producentów. Swój brand buduje lojalność klientów, którzy mogą wracać po unikalne produkty dostępne tylko w wybranych miejscach. Możliwość pełnej kontroli nad jakością produktów, co może być dodatkowym atutem w komunikacji z klientami dbającymi o zdrowie i ekologię.
- **Zwiększenie ruchu na sklepie internetowym:** Intensyfikacja kampanii reklamowych w Google Ads, Meta Ads oraz Remarketingu. To pozwoli na dotarcie do nowych klientów oraz przypomnienie o sobie tym, którzy już odwiedzili sklep. Wdrożenie nowego szablonu i optymalizacja doświadczeń użytkowników (UX) na stronie sklepu, pozwoli zwiększyć konwersję i zadowolenie klientów. Lepsza nawigacja, szybsze ładowanie strony oraz responsywność na urządzeniach mobilnych mogą znacznie poprawić wyniki sprzedaży.
- **Nowe współprace i rozbudowa afiliacji:** Nawiązanie nowych współprac z firmami działającymi w branży zdrowego stylu życia, co może prowadzić do wspólnych kampanii marketingowych, pakietów promocyjnych oraz cross-promocji. Rozbudowa sieci afiliacyjnej poprzez współpracę z influencerami, trenerami personalnymi, dietetykami oraz blogerami. Dzięki temu można dotrzeć do ich odbiorców, co zwiększa zasięg i świadomość marki.

WYNIKI FINANSOWE

01-05.2024 - 502 060 ZŁ.

2023 - 734 000 ZŁ.
(zamknięcie sklepu stacjonarnego)

2022 - 1 350 000 ZŁ.

2021 - 964 000 ZŁ.





PROPOZYCJA INWESTYCYJNA

Oczekiwana cena za sprzedaż całego przedsiębiorstwa:
390 000 zł.

Jesteśmy gotowi rozważyć inne propozycje w zakresie ceny,
jak i warunków sprzedaży.

Masz pytania? Chętnie odpowiem!

Marek Szeliga: 723 909 959
marek@next-level.pl