



Гигиена для женщин и детей

ПРОКЛАДКИ ЕЖЕДНЕВНЫЕ И КРИТИЧЕСКИЕ, ПОДГУЗНИКИ, ОДНОРАЗОВЫЕ ПЕЛЕНКИ





История создания марок



К началу 2013 года дистрибьюторская компания «Гарант-Дистрибьюшн» уже имела большой опыт в продажах средств личной гигиены для женщин и детей, косметики и бытовой химии. В частности, успешная работа велась с продукцией бренда Ola!. Вывод этих продуктов на украинский рынок, продвижение и высокие показатели представленности и продаж - заслуга «Гарант-Дистрибьюшн».

В 2013 году у собственников компании родилась идея создания и раскрутки собственных торговых марок, под которыми планировался выпуск широкого ассортимента ежедневных и критических прокладок для женщин, подгузников и одноразовых пеленок для детей и людей с особенными потребностями.

Концепция и идея, которые стали базисом: высококачественные продукты, произведенные в Европе по европейским стандартам, по доступной для украинского производителя цене.

В ходе длительной работы и множества встреч и переговоров был найден надежный партнер-производитель в Европе - словацкая компания Celltex.

Процесс разработки брендов KEY DAY и POPPINS, фирменного стиля и дизайна упаковки ключевых SKU занял 6 месяцев. Весной 2014 года была изготовлена первая партия продукции.



История создания марок



Процесс создания торговых марок был непростым. Было разработано и протестировано в целевой аудитории более 60 вариантов названий (примерно по 30 для каждого бренда). Исследования показали, что варианты KEY DAY и POPPINS отлично воспринимаются покупателями; и могут быть зарегистрированы во всех интересующих нас странах.

Дизайны логотипов и ключевых элементов стиля также давались сложно: ведь нам было необходимо отстроиться от конкурентов, и одновременно получить привлекательный, яркий и запоминающийся внешний вид в рамках доступных технологий печати. В ходе работ было создано 12 вариантов дизайна упаковки KEYDAY и 10 вариантов POPPINS. Для оценки дизайнов в ЦА также проводились исследования: опросы, глубинные интервью, ранжирование и консультации с независимыми экспертами.

Утвержденные дизайны и крой упаковки несколько раз дорабатывались и переделывались для оптимального соответствия технологическим особенностям печатного и производственного оборудования. Каждый раз согласования проводились в Европе, с командировками специалистов в Рожняву и Попрад. Были переделаны печатные валы и штанц-формы.

Торговые марки были вначале зарегистрированы в Украине, а затем в 15 странах по Мадридскому соглашению. По 2-м странам были успешно преодолены предварительные отказы.



Торговая марка KEY DAY



28 SKU



Торговая марка POPPINS

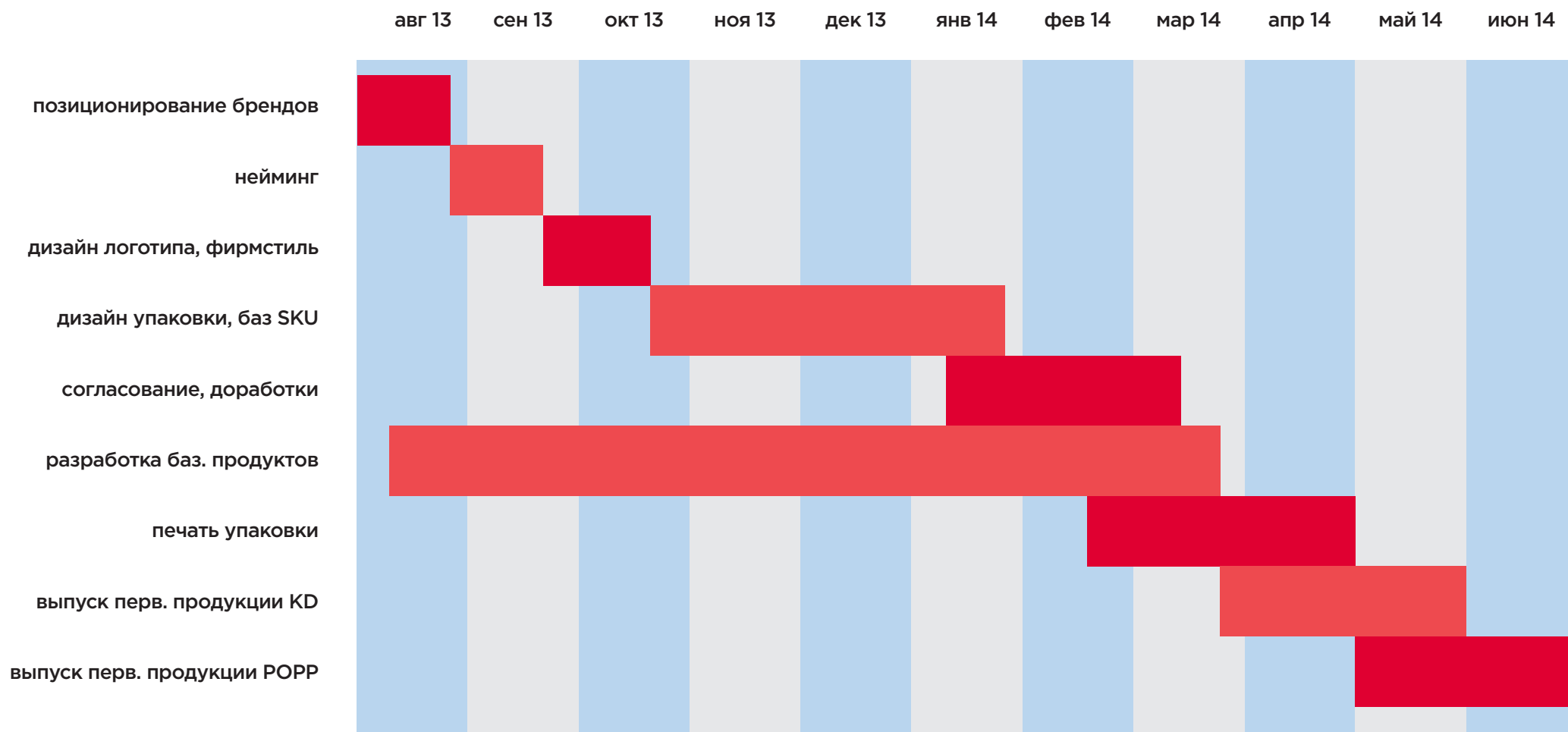


12 SKU





История создания марок





История создания продукции



При создании продуктов мы столкнулись с целым рядом сложных задач:

- 1) Изделия должны полностью соответствовать всем европейским стандартам качества и требованиям, и в то же время иметь доступную стоимость «на полке», привычную для украинского потребителя. При этом производитель был обязан работать только с сырьем европейского производства (китайское сырье не обеспечивало необходимого уровня безопасности и качества) и не экономить на поглотителях влаги. При разработке продукции это потребовало длительных многочисленных экспериментов с материалами и наполнителями, в ходе которых было найдено наилучшее сочетание, позволяющее выпускать продукцию превосходного качества по вполне приемлемой стоимости производства.
- 2) Дизайн (форма, поверхность, клеевая часть) прокладок должны быть максимально комфортными для женщин, а подгузников - для детей. Были выпущены несколько пробных партий, которые тестировались в Украине, и отзывы потребительниц использовались для доработок и улучшения функциональности и эргономических качеств продукции.
- 3) В виду появления новых материалов от лучших производителей, со временем состав и структура ряда продуктов были усовершенствованы.
- 4) От ряда продуктов, востребованных в западной Европе, пришлось отказаться в пользу продукции, более актуальной для украинского потребителя.



История продаж



Начиная с конца первого полугодия 2014 года велась активная деятельность по выводу продукции KEY DAY и POPPINS на украинский рынок.

Поставки осуществлялись более чем 40 ключевым партнерам, а также мелким и средним компаниям. Среди крупных сетей следует отметить: АТБ, ЕВА, ВЕЛИКЕ ПУЗО, ВСЕ ПО 5, ЭПИЦЕНТР, МЕДАКАДЕМИЯ, МЕДСЕРВИС, АКАН (западный регион).

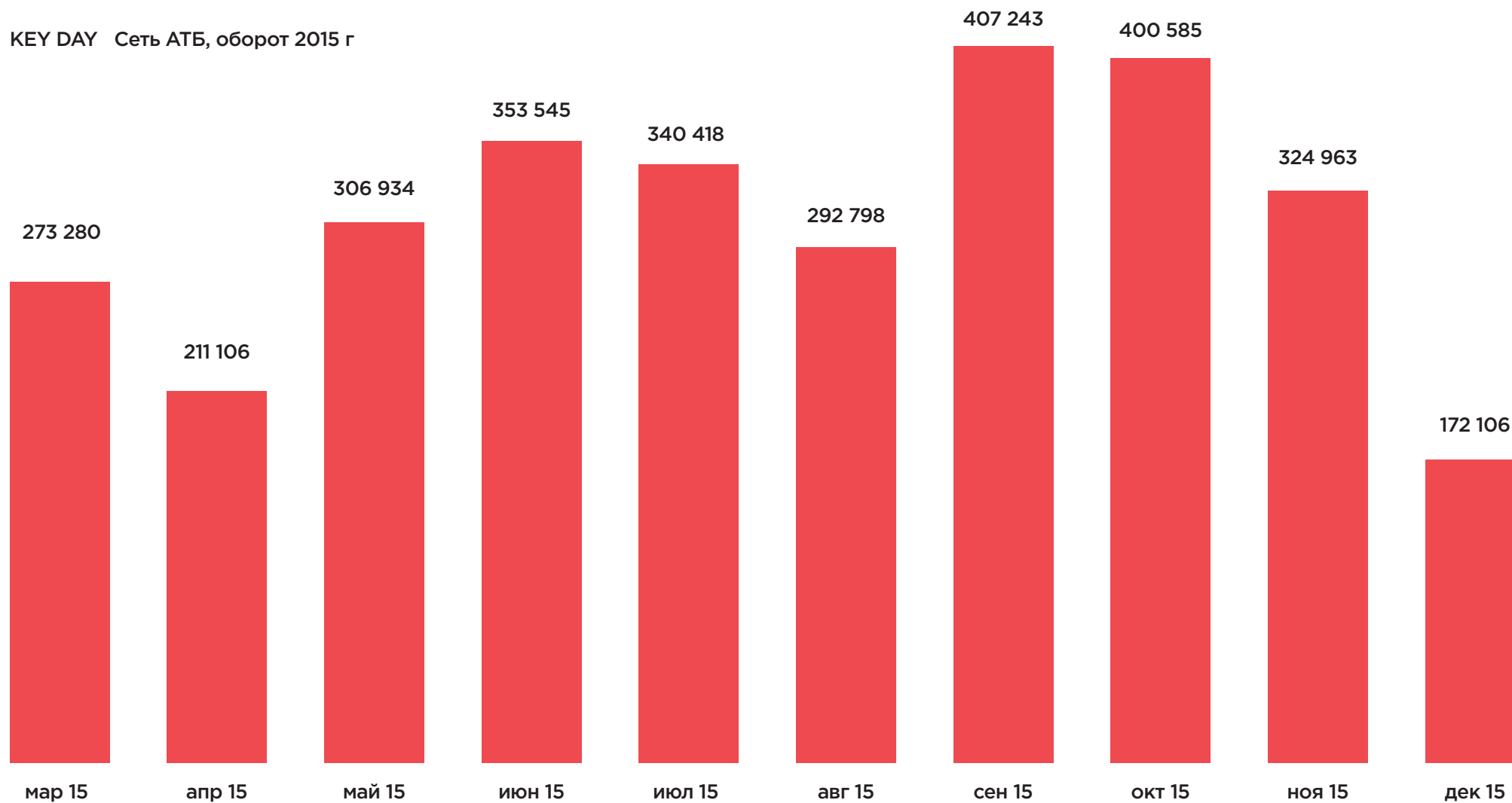


Покупатели очень хорошо приняли наши продукты. Отзывы преимущественно были самыми благоприятными. Негативные отзывы о продукции практически отсутствовали. Фактически в качестве единственного недостатка можно отметить не самую низкую стоимость.



Графики продаж

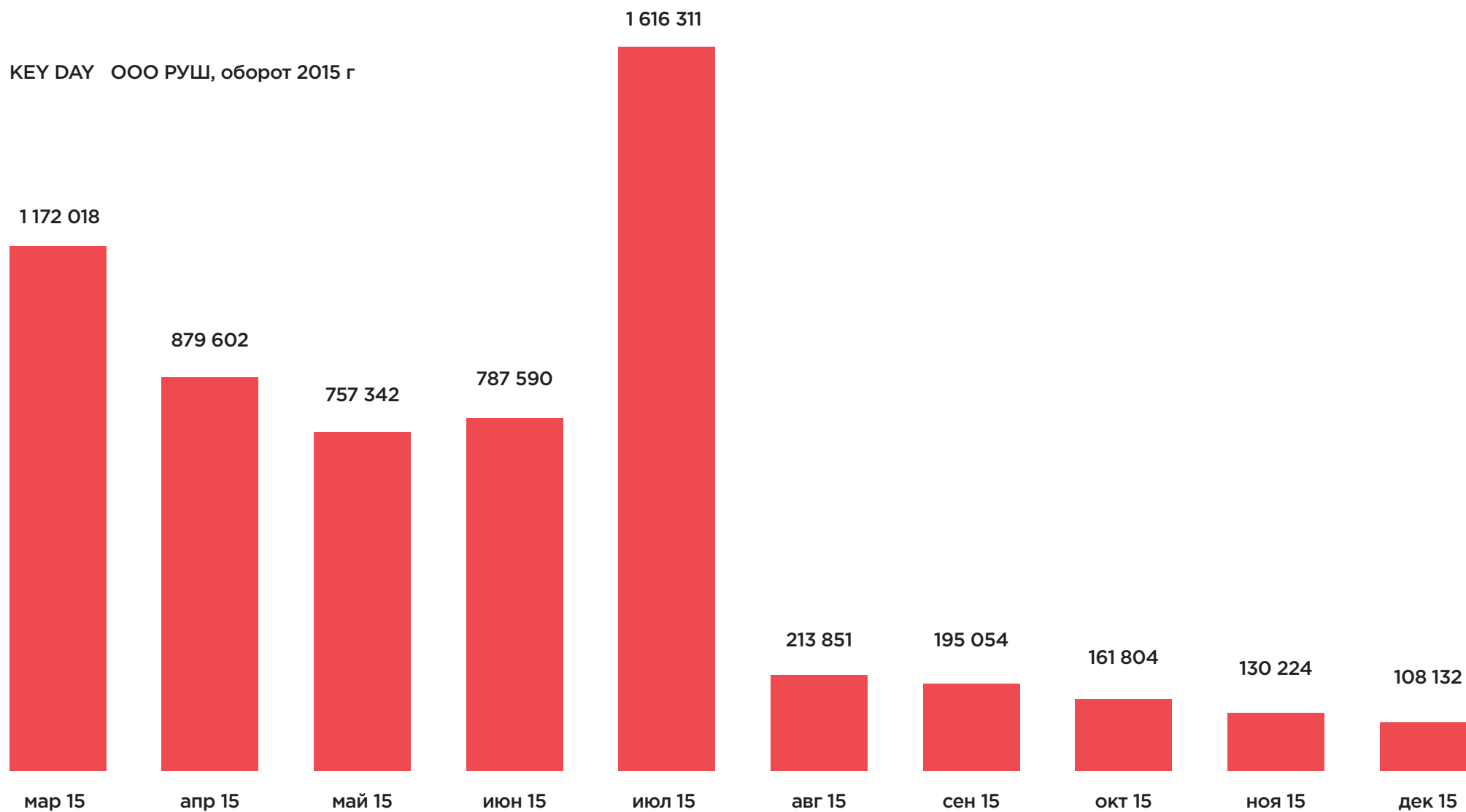
KEY DAY Сеть АТБ, оборот 2015 г

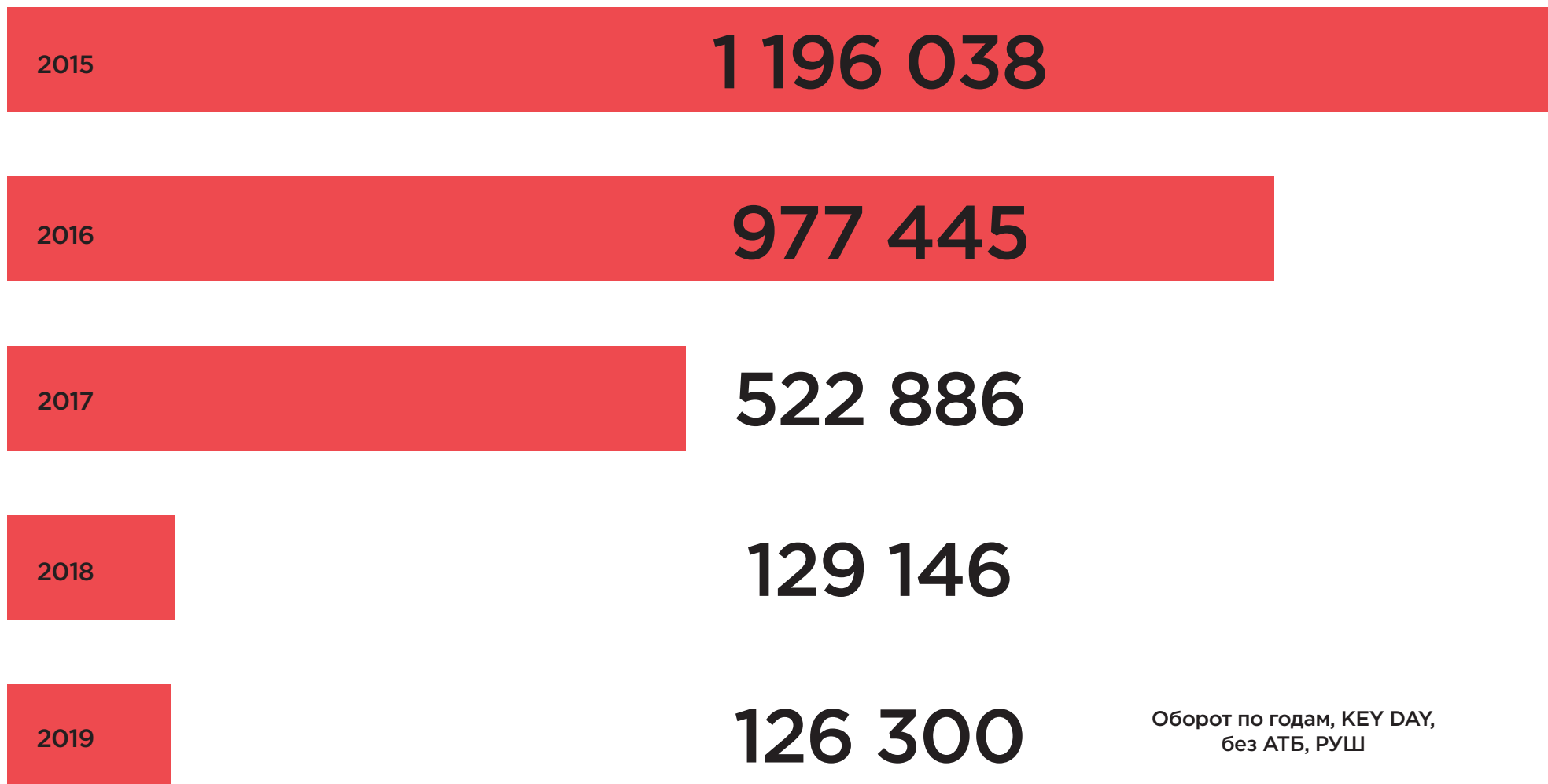




Графики продаж

KEY DAY ООО РУШ, оборот 2015 г





Оборот по годам, KEY DAY,
без АТБ, РУШ



Продажи в ЕВЕ (РУШ) показали хорошие результаты, и даже вдохновили сеть на создание собственной торговой марки Umbrella.

Вследствие создания СТМ наш бренд как и ряд других постепенно были выведены из сети EVA: для увеличения продаж СТМа сеть создала максимально благоприятные условия, в т.ч. за счет других торговых марок.

В то же время, продажи а сети АТБ имели очень неплохие показатели, несмотря на ограниченную представленность нашего ассортимента.

В последнее время динамика продаж существенно упала. Причины падения:

- 1) Сокращается маржа, за счет больших скидок для сетей.
- 2) За счет длинной отсрочки – тоже падает.
- 3) Большинство позиций распроданы.

Для заказа новых партий продукции требуются финансовые вливания/инвестиции. Вследствие определенных процессов и объективной ситуации в нашей компании изыскать внутренние резервы для этой цели не представляется возможным.



Статус на сейчас:

Мы имеем качественный продукт произведенных в Европе, который можно получить по входящей цене на полке **XXXX грн**

Номинальная/реальная цена реализации **XXXX грн**

Итого валовый доход на 1 ед товара может достичь **XXXX грн**

Средний объем продаж с одной ТТ средств гигиены **XXX шт** –
итого валовый доход с 1 торговой точки может составить
XXXX грн в день – XXXX грн в мес

Если сеть в 500 ТТ –
валовый маржинальный доход составит **XXXXX млн грн**



Что нужно для захода товара на полку?

Куда и сколько нужно потратить денег – чтобы продукция попала на полку инвестора в магазины

- 1) Выпуск партии продукции микс - 22 000 евро
- 2) Доставка и растаможка - 1 300 евро

Для входа в другие сети:

- 1) Для АТБ 200 000 грн / 1 позиция
- 2) ЕВА - 200 грн /1 позиция, + ретробонусы для сети
- 3) Сеть аптек Медакадемии - 100 грн / 1 позиция + 5% ретробонус



Мы предлагаем

Купить бизнес:

- Стать собственником уже проверенных рынком торговых марок
- Сократить время на разработку и вывод своих ТМ
- Сократить затраты на разработку и стартовый пуск (найм дизайнеров, поездки на разные производства, заключение договоров и прочие затраты на налаживание производства и логистики)
- Исключить возможность провалов, так как уже все работает и проверено – нужно только доразвить.





Сколько это стоит

Актуальная стоимость создания одной торговой марки включая позиционирование, нейминг, дизайн логотипа, исследования, дизайн элементов фирменного стиля и регистрации в Украине - 2000 долл

Регистрация 1 торговой марки по Мадриду 5000 евро

Дизайн серии упаковок 28 SKU - 11200 евро

Стоимость 1 комплекта печатных валов 2000 евро

Стоимость 1 комплекта станц-форм и печатных форм для печати картонной упаковки - 300 евро

ИТОГО цена бизнеса 58 000 евро



Список активов:

2 торговых марки , регистрация по Мадриду

Дизайн упаковок

Комплекты печатных валов

Комплекты штанц-форм и печатных форм для печати картонной упаковки

20 разработанных товарных позиций + 1 в стадии 90% готовности к выпуску

Товарные остатки пленки и критические прокладки

Подписанный новый договор с сетью АТБ, аптеками Медакадемии, Инвитро.

Сайт по продаже на prom.ua





Приглашаем к сотрудничеству



Спасибо за внимание!

Приглашаем Вас к
взаимовыгодному
сотрудничеству