

awnt

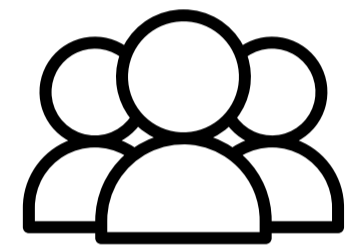
ACTIVE WOMEN
ORIENTED ECOSYSTEM

ВОЗМОЖНОСТЬ

Экосистема в которой девушка может закрыть все свои потребности

- она просыпается под звук умного трекера сна приложения Аламата
- принимает душ и использует гель для душа от Аламата
- кушает правильный завтрак с доставкой от Аламата
- идет на йогу в студию Аламата и тренируется в одежде Аламата
- по дороге на работу слушает подкаст о психологии в приложении Аламата
- кушает здоровый обед с доставкой от Аламата вместе с подругой с которой она познакомилась в студии Аламата
- после работы идет на массаж в спа Аламата
- засыпает под медитацию в приложении Аламата

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ



Аудитория

Главный драйвер и фокус развития, определяющая рынок, продукты, бизнес модель.

Аудитория Alamata - современные девушки **от 21 до 37 лет** увлекающиеся спортом и саморазвитием.

Миссия Alamata

Делать жизнь наших девушек лучше.

Помогая достигать новых целей, закрывая их боли, реализуя их желания.

ПОЧЕМУ?

“В августе 2020 года у меня родилась дочь)) это полностью поменяло мое отношение к женскому миру и моей роли нем. Я задумался как можно сделать этот мир и свою жизнь лучше. Так я пришел к личной миссии и миссии компании - делать жизнь наших девушек лучше. Помогая достигать новых целей, закрывая их боли, реализуя их желания.”

Жанибек, со-основатель компании

До августа 2020, мы с партнерами долго изучали рынок екоммерц, разные аудитории, товарные категории и бизнес модели.

С наступлением 2021 года, у нас все сошлось - личные мотивы и вдохновение, рыночные показатели бизнес модели и аудитории. Рынок спортивных товаров для девушек, активно растет и развивается, тренды рынка вдохновили нас еще больше.

КАК?

Экосистема в которой современная девушка может воплотить все свои желания связанные с саморазвитием и спортом

- **Мобильное приложение как персональный путеводитель в мире саморазвития и спорта одежда и аксессуары**
- **Инфо-продукты (онлайн тренировки, курсы по саморазвитию) фитнес студии**
- **Правильное питание с доставкой**

В ЧЕМ ФИШКА?

1

Построение экосистемы

- увеличивает эффективность каждого отдела системы
- количество покупок на 1 клиента
- повышает качество клиентской базы и LTV клиента
- снижает расходы на привлечение клиента

Повышение качества и привлекательности продуктов за счет повышения выручки на 1 пользователя

2

Запуск новых уникальных продуктов (материальных и нематериальных)

У нас есть опыт запуске инновационных продуктов на рынке США и Японии.

Разработка, производство и запуск нового продукта - капиталоемкий процесс, риски и эффективность которого можно поднять за счет наличия лояльной аудитории, которая послужит бустером продукта либо.

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ?

1

Мы сделали более **20 000 продаж** в Казахстане, России и США

2

Собрали лояльную аудиторию более **17 000** девушек в наших социальных сетях

3

Открыли **2 шоурума** в Алматы и **5** промо точек в фитнес студиях в Алматы

4

Запустили продажи на маркетплейсах в **США, России и Казахстане**

5

Собрали крутую команду из **15 человек** верящих в нашу общую мечту

КТО КОНКУРЕНТЫ

№	Существующие экосистемы типа Alo (USA) Top Stretching (Russia)	Ритейл бренды (Adidas, Nike, Oysho)	Екоммерц/маркетплейс бренды Локальные в СНГ	Инста и оффлайн магазины эконом сегмента
Ценовая категория	средняя	высокая	средняя	низкая
LTV клиента (кол-во покупок клиента в год)	высокая	высокая	средняя	низкая
Выручка на клиента	высокая	средняя	средняя	низкая
Наличие мобильного приложения	есть	есть	нет	нет
Ассортиментная линейка продуктов (товаров и услуг)	широкая	средняя	средняя	средняя
Оффлайн торговля (магазины)	<10 шоурумов	>100 магазинов	<3 шоурумов	<2 шоурумов
Продажи на маркетплейсах	нет	высокие	высокие	низкие
Сотрудничество с B2B (фит центры и студии)	есть	есть	нет	нет
Фитнес студии	>10 студий	нет	нет	нет
Франшизная модель	есть	есть	нет	нет
Годовая выручка	>\$10 млн	>\$50 млн	<\$5 млн	<\$100k

ЧТО МЫ ПРОДАЕМ?

3 товарные категории

1

**Фитнес сетки для
йоги и фитнеса**

2

**Базовое нижнее
белье для фитнеса
и лайвстайла**

3

**Фитнес аксессуары
для йоги**

КАК МЫ ПРОДАЕМ?

1

Оборачиваемость
товара **2,5 месяца**

2

Средняя наценка
от x2 до x5

3

Ежемесячный
оборот компании
15-20 млн тг

4

9,6% девушек делают
повторные покупки
только в D2C каналах
продажах (с января по
август 2022 года)

ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК



ПОЧЕМУ МЫ ТАК ПРОДАЕМ?

1

Команда контент продакшн

4

Команда закупок

2

Команда продаж на
Маркетплейсах

5

Команда маркетинга

3

Команда продаж
в D2C каналах

6

Команда обслуживания:
сборщики, курьеры

КАКИЕ У НАС ЦЕЛИ?

1

Построить отношения с **100 000** девушек лояльных нашему бренду

2

Достичь ежемесячной выручки в **200 000\$** с прибыльностью в 25% в течении 24 месяцев

3

Достичь ежемесячной выручки в **2 000 000\$** с прибыльностью в 30% в течении 48 месяцев

КАК МЫ НАМЕРЕНЫ ДОСТИЧЬ НАШИХ ЦЕЛЕЙ?

1

Масштабировать закупки текущих товаров для снижения себестоимости и **масштабирования** продаж в РФ

2

Запустить новые товарные категории для расширения **ассортимента** и увеличение среднего чека на существующую аудиторию

3

Запустить новые каналы продаж в РФ и КЗ:
3.1. продажи в фитнес центрах через **вендинг машины** 3.2. расширение сети магазинов в КЗ и РФ

4

Запуск сети **фитнес студий** в КЗ и РФ

5

Запуск мобильного **приложения** с полезными функциями и маркетплейсом товаров и инфопродуктов от Alamata и партнеров

6

Запустить **партнерскую** программу - модель франшизы и консорциума для масштабирования сети магазинов, фитнес студий, вендинг машин, инфо-продуктов

7

Запустить реферальную **амбассадор** программу как бустер

8

Выйти на **международный** рынок с отработанными моделями и процессами и масштабировать компанию (после достижения целей на рынке СНГ)

КТО НАМ НУЖЕН?

Сильные партнеры и инвесторы которые:

1

Разделяют нашу **МИССИЮ**

2

Которым мы можем дать **пользу** для их текущих активов (профильные инвестиции для синергии)

3

Которые могут дать нам пользу за счет своей экспертизы, **профильных активов** и связей (smart money)

КАК ИНВЕСТИРОВАТЬ?

ИНВЕСТИЦИИ В ТОВАР

Инвестор вкладывает в закупку товара и владеет товаром, который продает с наценкой для Alamata. Средства вкладываются в конкретные товарные позиции, которые и выступают гарантом безопасности инвестиций

ПРОЕКТНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ

В сегмент экосистемы. Пример: инвестиции в запуск фитнес студии, инвестор становится совладельцем конкретной студии или всей сети. Условия партнерства фиксируются конкретным договором и доля участия фиксируется в отдельном юридическом лице, которое управляет фитнес студией

ВЕНЧУРНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ

в материнскую компанию Alamata. Стратегические инвестиции в экосистему на основании покупки доли в компании

ИНВЕСТИЦИИ В ТОВАР

ИНВЕСТИЦИИ

ОТ 10 000 ДО 60 000 USD

ПРОЦЕНТ ДОХОДНОСТИ НА ПАРТИЮ ТОВАРА

ОТ 5 ДО 10% В USD, ОТ 7 ДО 15% В KZT

ОБОРАЧИВАЕМОСТЬ ПАРТИИ

ОТ 6 ДО 10 МЕСЯЦЕВ

Гарантии - товар как залог, обязательства компании - компания обязуется при любых обстоятельствах выкупить товар у инвестора в течении 12 месяцев.

Инвестиции в **масштабирование товара**, который уже протестирован и успешно продается на маркетплейсах в РФ и КЗ и других каналах продаж.

Расчеты по оборачиваемости инвестиций - см тут

ПРОЕКТНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ

ИНВЕСТИЦИИ

ОТ 10 ДО 17 МЛН ТГ

ОТКРЫТИЕ ФИТНЕС СТУДИИ В АЛМАТЫ

СТУДИЯ ЙОГИ, СТРЕТЧИНГА, TRX

ОКУПАЕМОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ

ОТ 15 ДО 20 МЕСЯЦЕВ

Гарантии - складские запасы компании Alamata (от 10 до 15 млн. тг)
обязательства компании по выкупу доли инвестора в течении 12 - 18 месяцев
с момента открытия студии (в случае негативной доходности)

ВЕНЧУРНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ

ИНВЕСТИЦИИ
ОТ 1 МЛН USD

РОСТ КАПИТАЛИЗАЦИИ
КОМПАНИИ И ДОЛИ ИНВЕСТОРА
ОТ 36 ДО 60 МЕС.
НА МУЛЬТИПЛИКАТОР ОТ X2 ДО X5

ВОЗВРАТ ИНВЕСТИЦИЙ
ОТ 36 ДО 60 МЕС