

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

БРЕНД ЖЕНСКОЙ
ОДЕЖДЫ



КОМАНДА ПРОЕКТА

«Если вы просто хотите идти быстро, идите в одиночку. Но если вы хотите уйти далеко, идите вместе.»

Стив Джобс



Чудинов Леонид

Стратегия, инновации, управление bat.edelweiss

Опыт:

- 8 лет опыт в проектировании электроснабжения для «Сибур», «Газпром», «Лукойл»;
- первый опыт управления – разработан технически сложный проект, в 2,5 раза быстрее срока;
- сэкономил 10 – 80% от стоимости реализации проекта;
- без опыта в бизнесе заключил сделку на 1,6 млн. и сэконобил заказчику 8,8 млн;

Сейчас:

- Вывел бизнес по продаже женской одежды на Wildberries с 0 до 1,3 млн. руб./месяц за 5 месяцев;
- Реализовал стратегию ежемесячного роста выручки на 40% в месяц .

Горная Зоя

Директор по производству,
дизайнер одежды bat.edelweiss

Опыт:

- более 8 лет руководит бизнесом по индивидуальному пошиву женской одежды, знает, как идеально подогнать вещь под человека;
- повысила производительность швей на крупном производстве (126 швей в управлении) на 70% за счет оптимизации системы управления персоналом;
- 3,5 года опыт аналитики и исследования рынка;
- 2 года опыт активных продаж.

Сейчас:

- дизайнер, модельер женской одежды;
- стилист-имиджмейкер.



АНАЛИЗ РЫНКА

«Вы не достигнете успеха в инвестициях, если не будете мыслить независимо. Вы правы или не правы не потому, что люди соглашаются или не соглашаются с вами. Вы правы тогда, когда опираетесь на правильные факты или аргументы.»

Уоррен Баффет

ПОЧЕМУ ОДЕЖДА?

Даже в период кризиса, ниша одежды занимает 3 место среди непродовольственных товаров и составляет 1,642 трлн рублей (2020 г) по официальным данным

1

6,9 % 2,338 трлн руб.

Автомобили легковые

2

5,9 % 2,005 трлн руб.

Бензины автомобильные

3

4,8 % 1,642 трлн руб.

Мужская, женская и детская одежда

4

4 % 1,360 трлн руб.

Лекарственные средства

ПОЧЕМУ ОДЕЖДА?

РЫНОК НЕ
КОНСОЛИДИРОВАН

ПОСТОЯННАЯ
ВОЗВРАЩАЕМОСТЬ
КЛИЕНТОВ

СФОРМИРОВАННЫЙ
СПРОС

КОРОТКИЙ ЦИКЛ
СДЕЛКИ

ЛЮДИ ПОКУПАЮТ
ОДЕЖДУ
ПОСТОЯННО

ИМПУЛЬСИВНЫЕ
ПОКУПКИ

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ

Энергетический кризис

Электроэнергия будет дорожать из-за дефицита, будут расти требования к предприятиям по энергоэффективности.

Мы знаем, как оптимизировать расход электроэнергии и снизить себестоимость изделий

Глобальное потепление

Изменения климата провоцируют стихийные бедствия. Причиной этому являются промышленное производство, сжигание топлива и мусора.

Мы разрабатываем систему, которая оптимизирует потребление одежды и снижает нагрузку на экосистему

Экономическая деглобализация

Весь мир направляет ресурсы на создание новой экономики, происходит запуск недостающих производственных предприятий.

На фоне этого потребление непродовольственных товаров будет снижаться и трансформироваться.

Мы анализируем события прошлого и за счет цикличности экономики предсказываем события в будущем

Кибербезопасность

Общее число кибератак в 2022 году увеличилось на 21% по отношению к 2021. Сегодня, мошенники могут вести такую деятельность безнаказанно.

Мы внедряем требуемые мероприятия кибербезопасности по мере необходимости

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ

Человек

Рост уровня стресса ведет к вниманию за ментальным здоровьем. По оценкам ВОЗ \$1 потраченный на лечение психических нарушений дает \$4 в виде повышения здоровья и производительности труда. Мы разрабатываем систему, которая исключает стресс при поиске одежды.

Искусственный интеллект

Сегодня искусственный интеллект используют в 44% крупных компаний. Он дает возможность вывести автоматизацию процессов на новый уровень. Минимизировать человеческие ошибки. Мы уже автоматизируем многие процессы, планируем внедрять технологию ИИ.

Технологическая независимость

Развитие технологий и независимость делает компанию и страну сильнее. Россия инвестирует \$47,6 млрд в науку и занимает 10-е место в мире по объему инвестиций. Мы планируем инвестировать 7% от выручки в различные исследования по повышению эффективности и качества.

Логистика

Себестоимость доставки растет, маржинальность падает – как следствие повышаются тарифы на доставку. Мы разработали сверхточную систему расчета стоимости доставки, оптимизируем логистические расходы.

ТРЕНДЫ В ОДЕЖДЕ И МОДЕ НА 5 ЛЕТ

Минимализм

Мировой экономический кризис коснулся всех. В таком настроении гламур, который мы наблюдали до пандемии, не уместен. Сюда же относится тренд на монохромные образы.

Animal

Природно-звериное. Вызван желанием быть частью природы. Сейчас этот тренд поменял форму: в моде снова натуральные меха, кожа и замша.

Женственность, сексуальность

В военное время мужчинам нужна муза: умная, уважающая, самодостаточная и мягкая при этом. Надежный тыл и поддержка в семье даёт спокойствие и трезвость в действиях.

Естественность

Желание быть собой, принять свою природу и восстановить себя, как личность. В одежде это полуприталенные силуэты, женственные силуэты.

Цвета

Сейчас популярно придерживаться в коллекциях цвету, определявшему Pantone как цвет года, также на тренды влияет и кино.

Винтаж

Реставрация одежды и аксессуаров и сочетание их с современной одеждой. Навеян желанием вернуться к своим ценностям, истокам культуры и искренности.

Комфорт

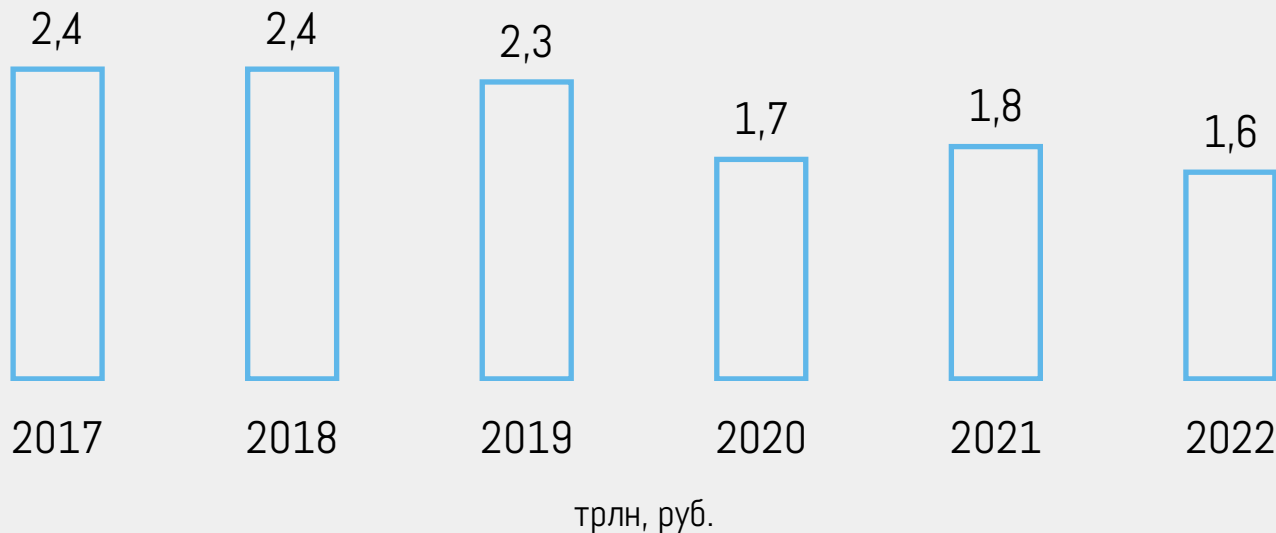
Тренд на комфорт - Ценность на удобство, приятные тактильные ощущения, дышащие ткани, практичность в уходе и носке - сокращение времени на уход.

Асимметрия

Как правило это простой крой со своей индивидуальности. Уже нет потребности «кричать» о себе, личность просто демонстрирует своё творческое видение мира.

Оборот fashion рынка России

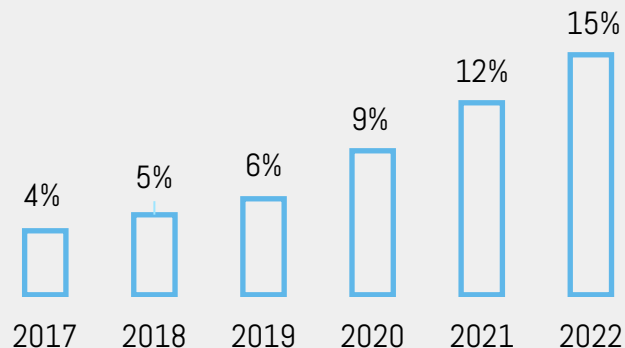
Fashion рынок России начал восстанавливаться после пандемии, однако, введенные санкции и уход зарубежных производителей одежды показали падение до 1,6 трлн. руб. по официальным данным



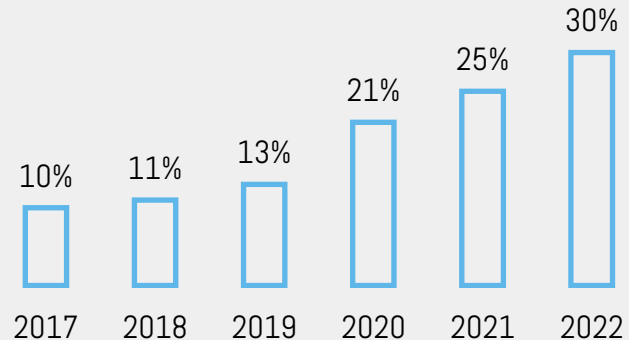
Доля eCommerce от рынка ритейла

Доля eCommerce продолжает расти: в 2022 году она составила 15% от рынка ритейла и 30% от рынка непродовольственного ритейла.

Рост доли eCommerce от рынка ритейла, 2017-2022



% от всей розничной торговли



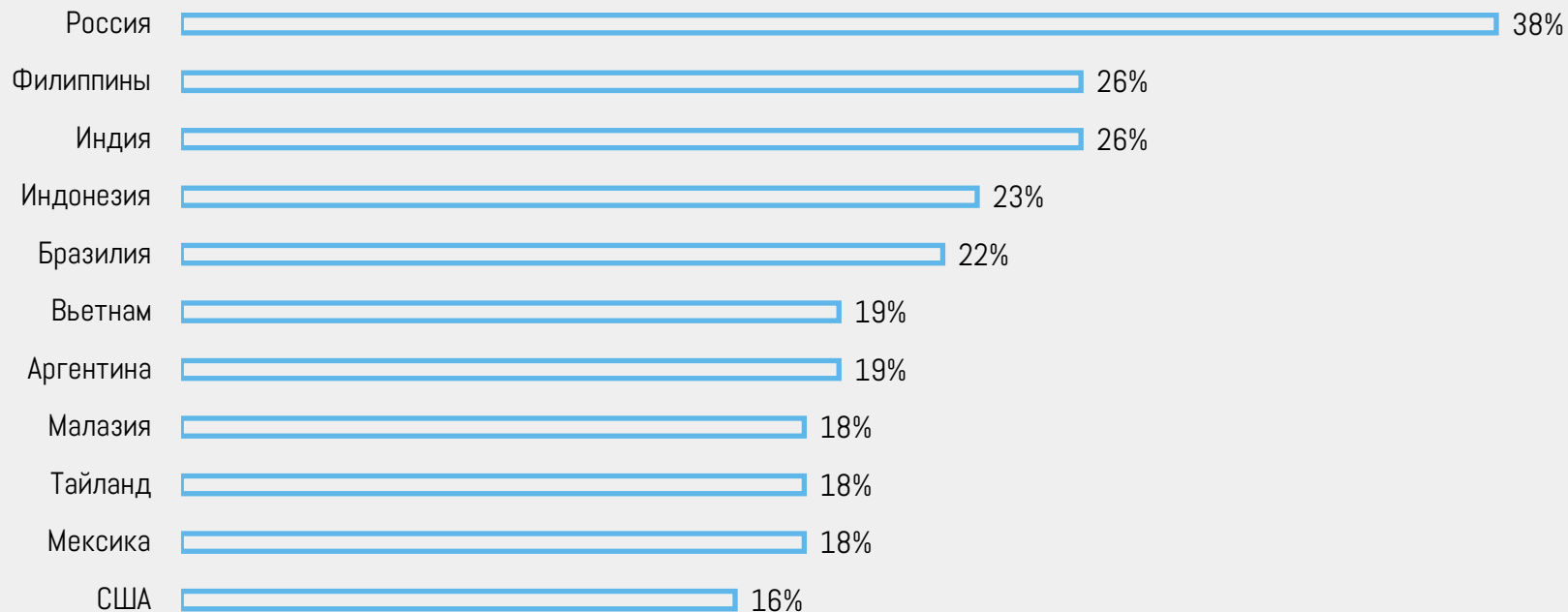
% от непродовольственной розничной торговли

Оборот рынка eCommerce



Самые быстрорастущие рынки мира eCommerce

Топ стран по росту розничных онлайн-продаж в 2022 году



Средний чек онлайн В2С, 2016-2022

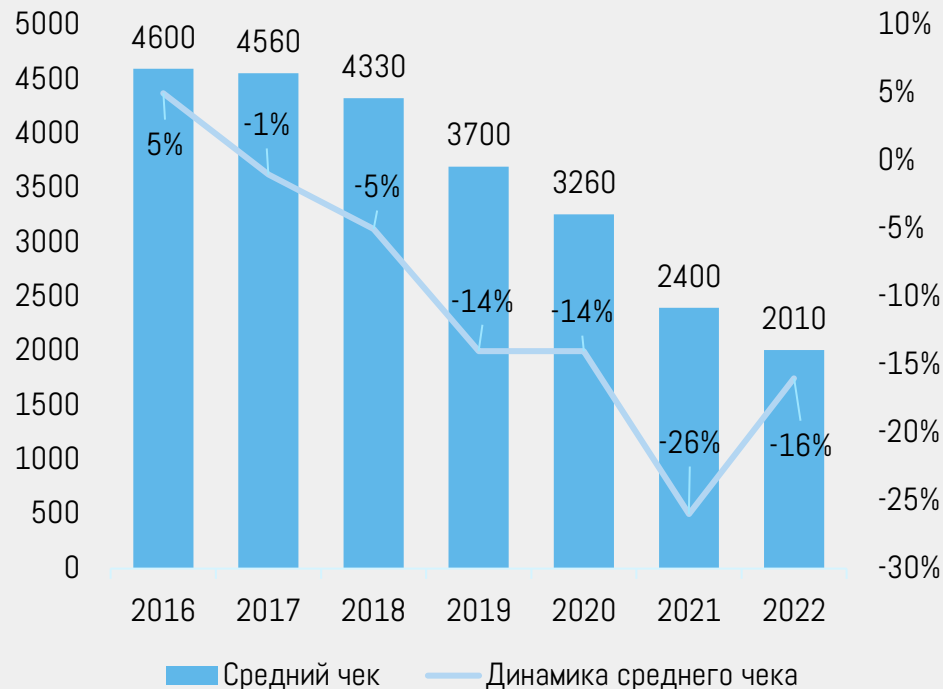
За 2022 год произошло **снижение среднего чека на 16%**.

Активное снижение среднего чека началось с 2018 года – это естественный результат проникновения eCommerce в область повседневных покупок за счет развития маркетплейсов.

В 2022 году к этому добавилось резкое сокращение доли премиальных товаров в структуре онлайн-покупок.

Основные факторы снижения чека:

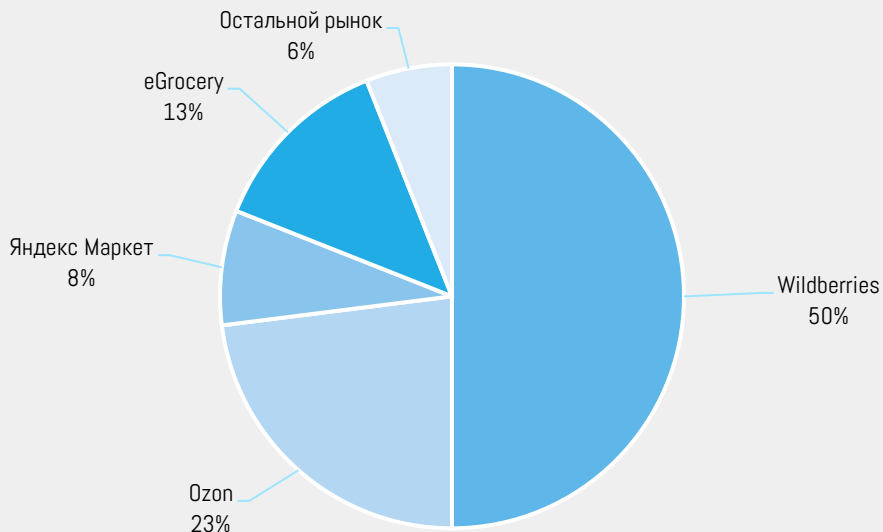
- увеличение на 64% числа всех онлайн-заказов до 2,8 млрд по сравнению с 2021 годом;
- увеличение доли маркетплейсов с более низким средним чеком, чем у других непродовольственных интернет-магазинов, с 75% до 84% от всех онлайн-заказов.



Структура прироста онлайн-продаж

В 2022 году рынок eCommerce вырос на 1,55 трлн рублей. Половина этого роста пришлась на Wildberries, а в сумме три крупнейших маркетплейса обеспечили более 80% прироста от всего рынка.

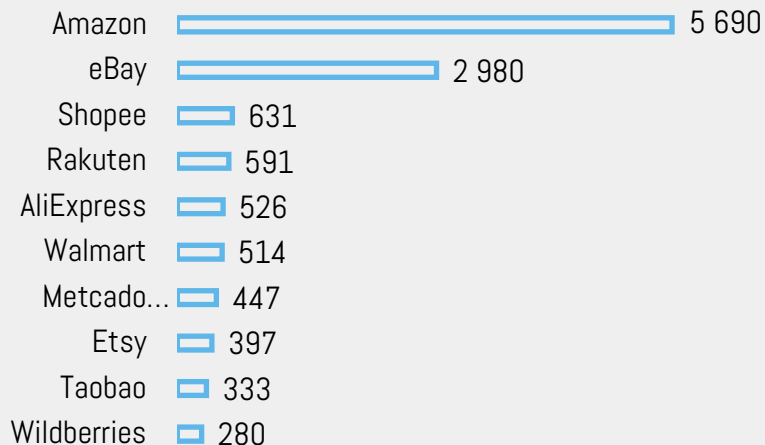
Распределение прироста рынка по категориям игроков, 2022, млрд руб.



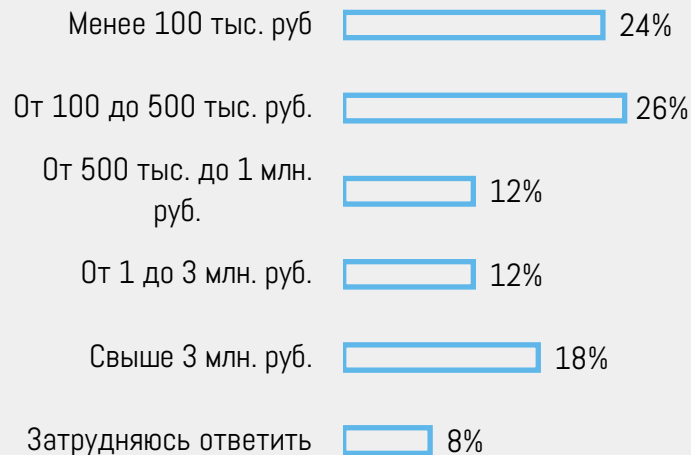
Почему Wildberries?

Wildberries вошел в десятку лидеров **крупнейших маркетплейсов мира**.
Количество активных селлеров на Wildberries **840 тысяч**, **62%** из которых продают с выручкой до 1 млн. руб.

Топ-10 самых популярных маркетплейсов в мире по количеству посещений, млн/месяц



Среднемесячный объем продаж



Топ регионов по доле продаж

По доле онлайн продаж лидируют **Москва и Московская область** – суммарно 28%.

Доли регионов России от всех онлайн-заказов в 2021 год, %



Фото	Название	Площадка	Позици...	Кол-во ...	Цвет	Наличие	Отзывы	Рейтинг	СПП	Средне...	Потенц...	Цена	Был в н...	Продаж	↓ Выр...	График продаж
	Бюстгальте...	Wildberries	884	9	черный	1 789	6 427	5,00	26	75,00	3 808 570,00	1 843,00	30	2 250	3 808 570,00	
	Бюстгальте...	Wildberries	207	2	черный	428	6 993	5,00	26	23,57	1 514 527,00	2 205,00	30	707	1 514 527,00	
	Бюстгальте...	Wildberries	1 531	4	сапфиро...	372	6 579	5,00	26	7,73	438 594,00	1 846,00	30	232	438 594,00	

Остатки по складам и размерам на 19.08.2023

Сводка Склады Размеры

Склад	↓ Остаток (шт)	Остаток (%)
Электросталь	863 шт	48,19%
Коледино	431 шт	24,06%
Белые Столбы	196 шт	10,94%
Казань	153 шт	8,54%
Алексин (Тула)	81 шт	4,52%
Санкт-Петербург 2	24 шт	1,34%
Санкт-Петербург	11 шт	0,61%
Краснодар 2	8 шт	0,45%
Новосибирск	6 шт	0,34%
Белая Дача	4 шт	0,22%
Невинномысск	4 шт	0,22%
Хабаровск	3 шт	0,17%
id 204939	3 шт	0,17%
Екатеринбург	2 шт	0,11%
Подольск 2	1 шт	0,06%
id 218987	1 шт	0,06%
Итого	1 791 шт	

[Экспорт](#)

Остатки по складам и размерам на 19.08.2023

Сводка Склады Размеры

Склад	↓ Остаток (шт)	Остаток (%)
Коледино	372 шт	87,12%
Белые Столбы	14 шт	3,28%
Электросталь	12 шт	2,81%
Санкт-Петербург 2	7 шт	1,64%
Алексин (Тула)	7 шт	1,64%
Невинномысск	4 шт	0,94%
Хабаровск	3 шт	0,70%
Санкт-Петербург	3 шт	0,70%
Казань	3 шт	0,70%
Белая Дача	2 шт	0,47%
Итого	427 шт	

[Экспорт](#)

Инвест-предложение

Реалистичный вариант.

Сумма инвестиций: 11 000 000

Доходность инвестора

Выплата первый год: 3 178 000

0% годовых (возврат тела инвестиций 28,8%)

Выплата второй год: 11 700 000

6% годовых (возврат тела инвестиций 71,2% + доходность)

Выплата третий год: 37 200 000

338% годовых

Выплата четвертый год: 68 320 000

621% годовых

Выплата пятый год: 103 380 000

939% годовых

Пессимистичный вариант.

Сумма инвестиций: 11 000 000

Доходность инвестора

Выплата первый год: 731 000

0% годовых (возврат тела инвестиций 6,6%)

Выплата второй год: 3 885 000

0% годовых (возврат тела инвестиций 35,3% + доходность)

Выплата третий год: 15 966 000

103% годовых (возврат тела инвестиций 58,1% + доходность)

Вход от 1 000 000.

КОНЦЕПЦИЯ

«Люди недооценивают одну вещь: рынки не позволяют никому ничего делать, кроме как производить все более и более качественные продукты. Свобода действий невелика. Мир гораздо более конкурентный, чем думает большинство людей, особенно в сфере высоких технологий. Если компания отвлечется от совершенствования своей продукции, если она попытается сделать что-то, что будет рассматриваться как проявление власти, она будет очень быстро вытеснена.»

Билл Гейтс

КОНЦЕПЦИЯ

10 ВЕЩЕЙ – 60 ОБРАЗОВ

В мире ежегодно **92 млн тонн** одежды отправляются на свалку или сжигаются.

7% от выручки мы направляем на исследования, чтобы понять потребителя и адаптировать одежду под потребности клиента.

Концепция капсульного гардероба уже реализована компаниями Carters, H&M.



Inditex

Выручка - \$28,41 млрд, чистая прибыль \$3,75 млрд

Секрет успеха:

- 1) цикл от эскиза дизайнера до готового изделия 2 недели. В команде 700 дизайнеров, они быстро дорабатывают товары по запросам клиентов или снимают с производства;
- 2) мгновенная отработка обратной связи от клиентов через менеджеров оффлайн магазинов;
- 3) упор на качество – все вещи, произведенные на фабриках партнеров, проходят через ОТК на центральном заводе.

Маркетинговая стратегия:

- 1) развитие офлайн торговли 7490 магазинов по всему миру;
- 2) благодаря инвестициям в создание качественных и дорогих витрин магазинов, продукта и быстрой отработки обратной связи - Zara не нуждаются в рекламе. Сэкономленные на продвижении деньги вкладываются в открытие новых торговых точек.

Концепция:

копируют модные дома.

Целевая аудитория:

эконом +, средний, молодежь.

INDITEX



Shein

Выручка Shein \$23 млрд, чистая прибыль \$800 млн.

Секрет успеха:

- 1) продают одежду и обувь почти в два раза дешевле, чем – Zara и H&M.
- 2) постоянно обновляется – каждый день 5000 новых товаров;
- 3) быстро анализируют данные и запросы клиентов для создания новых дизайнов;
- 4) проверяют новые гипотезы партиями до 100 единиц товара, которые отшивают в небольших ателье. Если дизайн становится вирусным – масштабируют;
- 5) уникальная система размещения заказов у фабрик-партнеров.

Маркетинговая стратегия:

модные телешоу, запуск в малоизвестной тогда TikTok, реклама через Facebook, Instagram, сотрудничество с модными блогерами и звездами.

Концепция:

делают все подряд, что стреляет – масштабируют.

Целевая аудитория:

подростки и молодежь.

SHEIN



12 storeez

Выручка 7,3 млрд руб.

Секрет успеха:

- 1) качественный продукт – продвинутые базовые вещи, которые живут долго в гардеробе;
- 2) контентный маркетинг – дружба с клиентами, трансляция ценностей и Life style.

Маркетинговая стратегия:

- 1) развитие оффлайн розницы – 50 магазинов;
- 2) продвижение через YouTube, социальные сети - Telegram, Instagram, Вконтакте.

Концепция:

продают базовую одежду, спокойные пастельные тона, тщательно прорабатываются лекала и пошив.

Целевая аудитория:

раньше – средний+, переход в премиум.

12 STOREEZ



ВЫВОД

Мы рассмотрели самые востребованные кардинально разные и успешные концепции.

Компании работают на разных рынках, активно масштабируются, добиваются своих целей. В каждой компании есть сильный основатель, который объединил:

- 1) идею;
- 2) команду;
- 3) инвестиции.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

«Смысл инновационных бизнес-моделей в итоге сводится к созданию ценности — для компаний, потребителей и общества в целом. Суть процесса — замена устаревших моделей на современные. Компания Apple, предложив рынку iPod и услуги онлайн-магазина iTunes.com, создала инновационную бизнес-модель, благодаря которой стала лидером в сфере онлайн-музыки.»

Алекс Остервальдер, Ив Пинье

Бизнес-модель

Инновации

Деятельность

исследования;
разработка
инноваций;
аналитика;
автоматизация

исследования
рынка моды;
анализ
потребителей;
прогноз трендов;
проектирование
одежды;

Ресурсы

талантливые
сотрудники

талантливые
дизайнеры

Ценность

инновационные
товары и
инфраструктура
бизнеса;
стратегия развития

короткий цикл от
эскиза до продажи;
широкий
ассортимент;
готовые образы;
современный,
удобный крой;
вещи на каждый
день

Разработка одежды

Структура издержек

высокие издержки на зарплату

высокие издержки на зарплату

Поступление дохода

обеспечение за счет инфраструктуры

обеспечение за счет инфраструктуры

Бизнес-модель

Производство

Деятельность

работа по изготовлению товаров

развитие и обслуживание продаж в розничных магазинах и маркетплейсах

Ресурсы

технология;
сотрудники;
производственные мощности;

сотрудники

Ценность

высокое качество;
снижение расходов;
соблюдение сроков;
расширение объемов и ассортимента

поддержание работоспособности бизнеса

Инфраструктура

Структура издержек

экономия на масштабе и однотипности

эффективные издержки за счет автоматизации процессов

Поступление дохода

доходы от производства за ед. товара

высокие цены на инновационные товары;
высокий LTV;
большая доля кошелька

Бизнес-модель

Взаимодействие с клиентами

Привлечение инвестиций

Партнёры

лидеры мнений;
клиенты которые создают контент;
клиенты которые испытывают трудности с покупкой одежды

лидеры мнений;
действующие инвесторы;
краудфандинговые площадки;
банки

Деятельность

коммуникация, привлечение,
сохранение клиентов;
выявление потребностей;
повышение LTV, узнаваемости

коммуникация, привлечение,
сохранение клиентов;
выявление потребностей;
повышение LTV, узнаваемости;

Ресурсы

сотрудники

сотрудники

Структура издержек

эффективные расходы на работу с клиентами

эффективные расходы на работу с клиентами

Ценность

продукт спроектированный по потребностям потребителей

увеличение капитала;

Каналы продаж

сообщества;
лидеры мнений;
сайт;
соц. Сети;
маркетплейсы

Отношения

сообщества;
лидеры мнений;
сайт;
соц. Сети;
маркетплейсы

сообщество;
лидеры мнений;
сайт;
соц. Сети;
партнёрская программа

Поступление дохода

обеспечение за счет инфраструктуры

обеспечение за счет инфраструктуры

сообщество;
лидеры мнений;
сайт;
соц. Сети;
встречи с основателем;

Сегменты потребителей

нишевая аудитория;
широкая аудитория;
B2B; B2C;

нишевая аудитория

КАК МЫ ДОБИВАЕМСЯ РЕЗУЛЬТАТА

«Просто делай! Делай просто!»

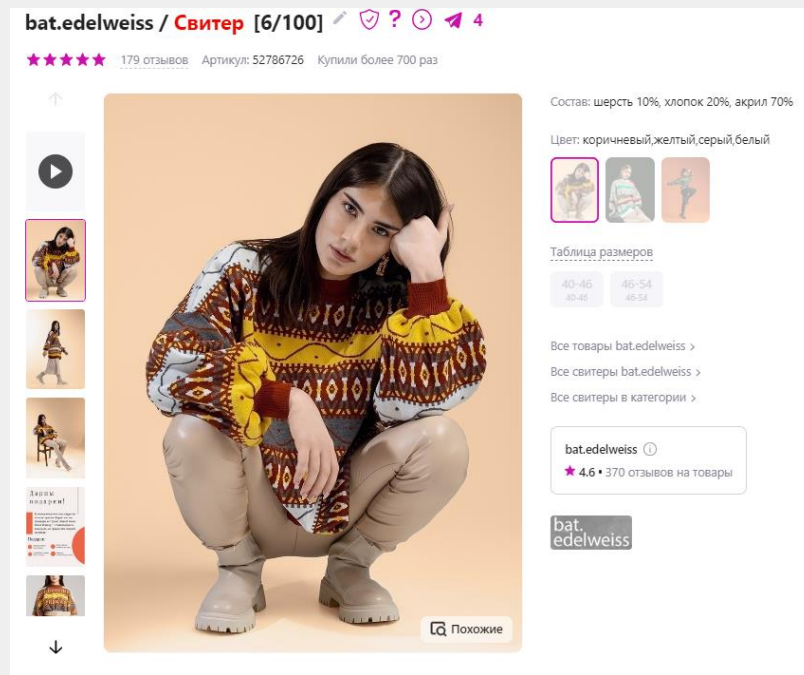
Оскар Хартманн





Результаты привлечения инвестиций

Привлечение инвестора в долю 30% от чистой прибыли с продажи товара (коричневый свитер).

Ниже приведены финансовые показатели от 15 октября до 30 декабря.

Продано свитеров – 326 шт.;
Выручка – 764 557 руб.;
Сумма инвестиций – 330 000 руб.;
Прибыль инвестора 30% – 130 367 руб.;
Срок вклада – 4 месяца;
Доходность – 118 % годовых.



bat.edelweiss / Свитер [6/100]     4


★★★★★ 179 отзывов Артикул: 52786726 Купили более 700 раз

Состав: шерсть 10%, хлопок 20%, акрил 70%

Цвет: коричневый, желтый, серый, белый

Таблица размеров

40-46	46-54
40-46	46-54

bat.edelweiss 

★ 4.6 • 370 отзывов на товары

bat.edelweiss

Похожие

Ввели дополнительные размеры и получили прирост выручки на 40%

Девушки начали оставлять отзывы, в которых просили свитера более маленького размера.

Срок от даты заказа до готового товара на складе составил – 1 месяц.



Аниса

24 ноября 2022, 21:50

Здравствуйте! 52786726 когда будет в наличии 40-46?

✓ Представитель бренда

Здравствуйте, ожидаем в субботу на Московском складе, в регионах на 7-10 дней позже



Самсон

28 августа 2022, 03:10

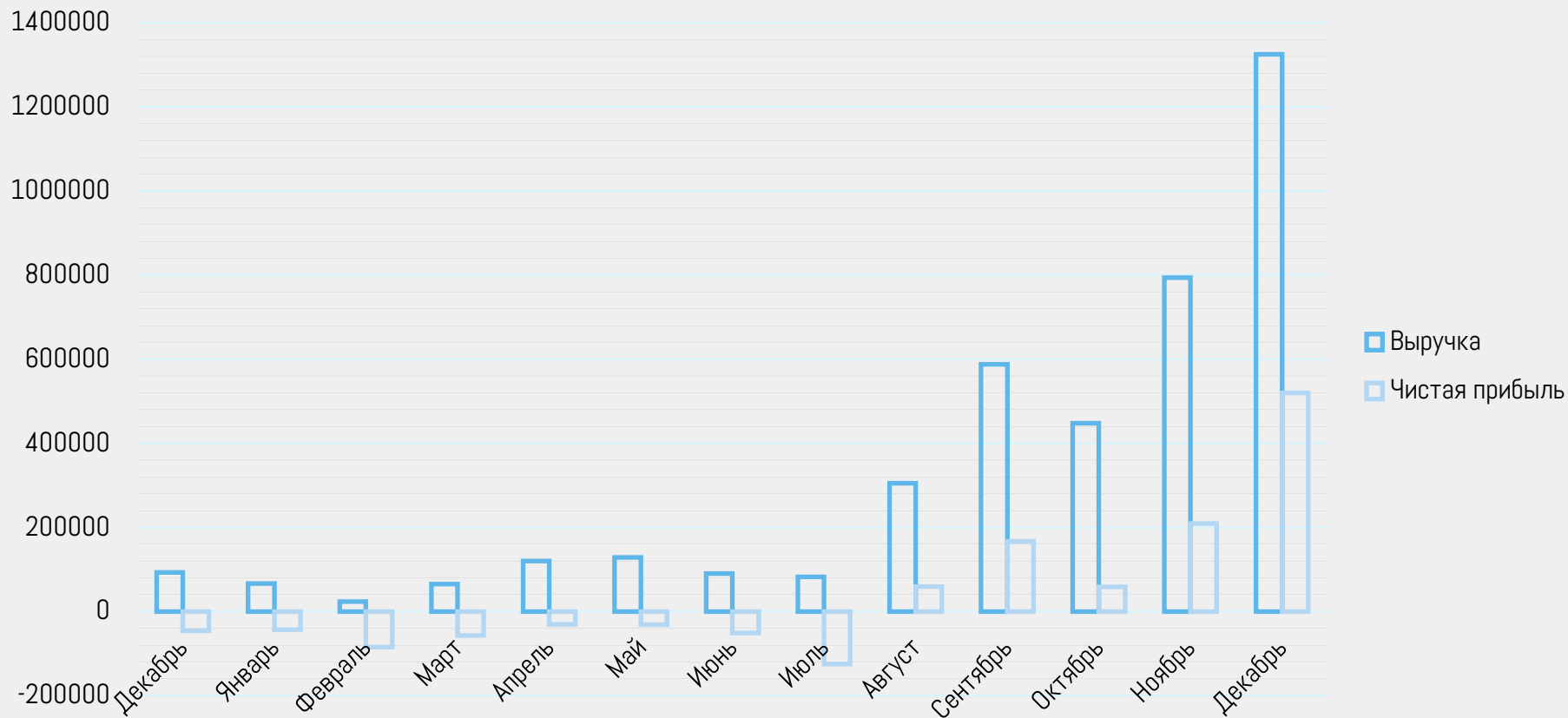
доброе времени суток!)извольте узнать, сможет ли данный свитер подойти на рост 146 или же 152?если нет,то соизвольте спросить,будут ли поставки на маленькие размеры от 146 до 160?мне кажется, покупателей станет намного больше, т.к на данный момент,скандинавские свитеры это стильно и модно.я буду очень рада если у вас будут поставки на 146-152, соразмерно благодарствую за выделенное внимание! :)

✓ Представитель бренда

Здравствуйте! А вы могли бы связаться с нами через инсту? Нас можно найти по названию магазина. Нам было бы интересно с вами пообщаться и узнать обо всём подробнее). На 146 скорее всего будет слишком великоват, на 152 зависит от ваших предпочтений некоторые девушки называют его "слишком большим" однако, мы считаем что это его изюминка. Над новыми поставками работаем изо всех сил, чтобы вывести новую модель на рынок требуются большие бюджеты)



Финансовые показатели



Куда мы идем

Чтобы на конец 3-го года развития проекта зарабатывать выручку/чистую прибыль 63/17 млн. руб. в месяц, нужно:

1

Продавать
77 000
товаров в
месяц

2

Средняя
рентабельность
товаров 27%

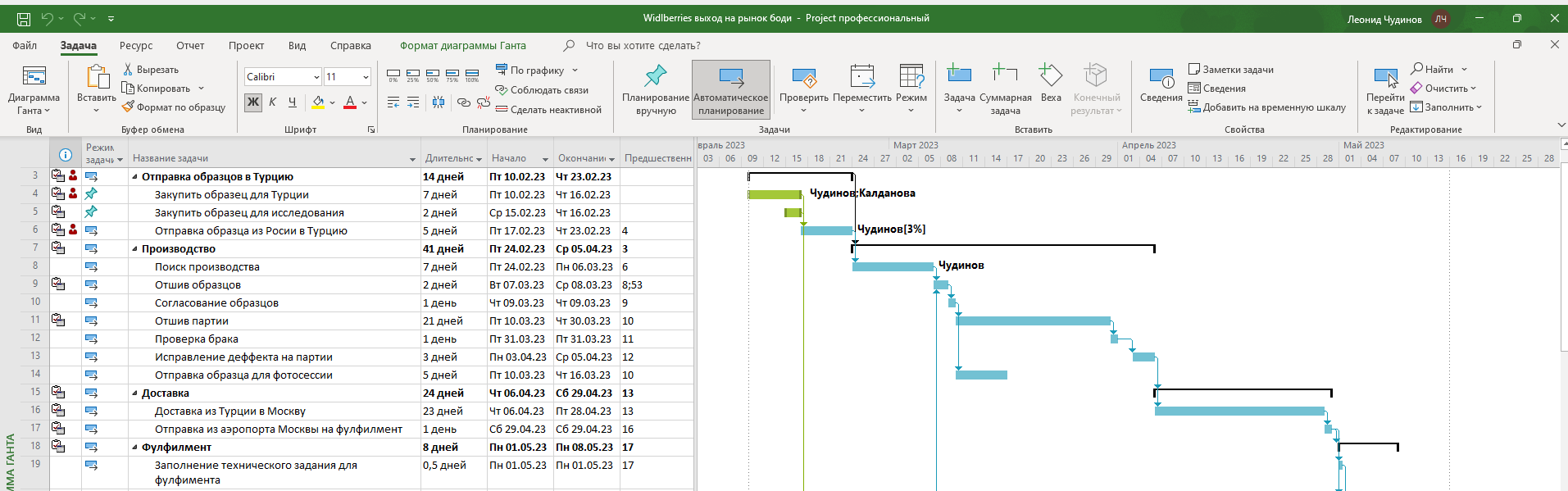
3

17 карточек
товаров с
объемом
продаж 3,8
млн./месяц

Планирование и контроль

Каждый процесс в компании должен быть оцифрован, проставлен срок и проконтролирован.

Мы планируем с помощью диаграммы Ганта, она позволяет превратить сотни процессов в один понятный, удобный и рабочий механизм контроля выполнения задач и соблюдения сроков



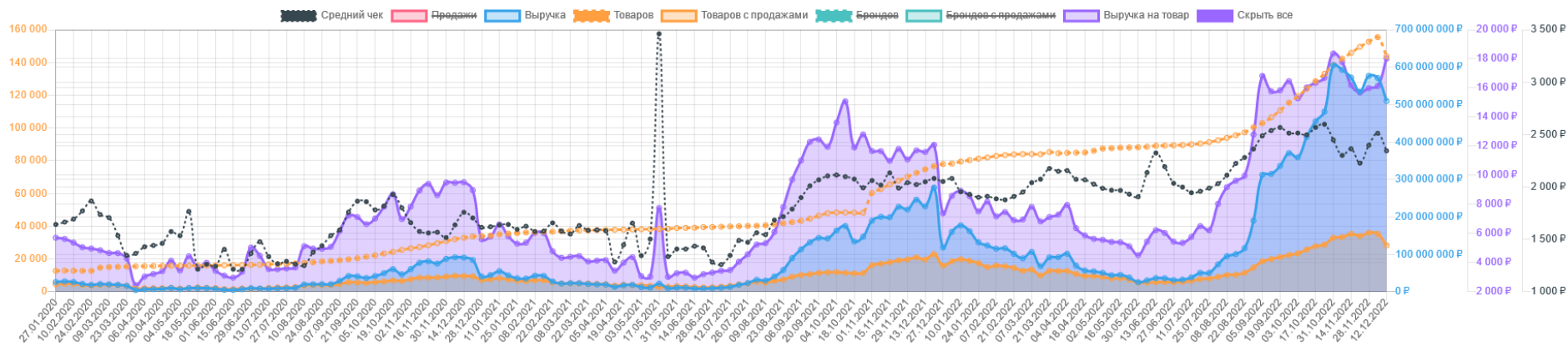
Анализируем нишу, тренды

- сезонность товаров;
- динамика среднего чека – должен расти. Понимать причины его роста;
- динамика роста выручки на товар должна быть на уровне роста выручки в нише;
- тренд ниши должен быть растущим.

Сводка по предмету Одежда / Свитеры за 30 дней

Товары Категории Бренды Продавцы **Тренд** По дням Ценовая сегментация Сравнение периодов Запросы География Прогнозы AI Анализ сезонных эффектов AI

Тренд предмета

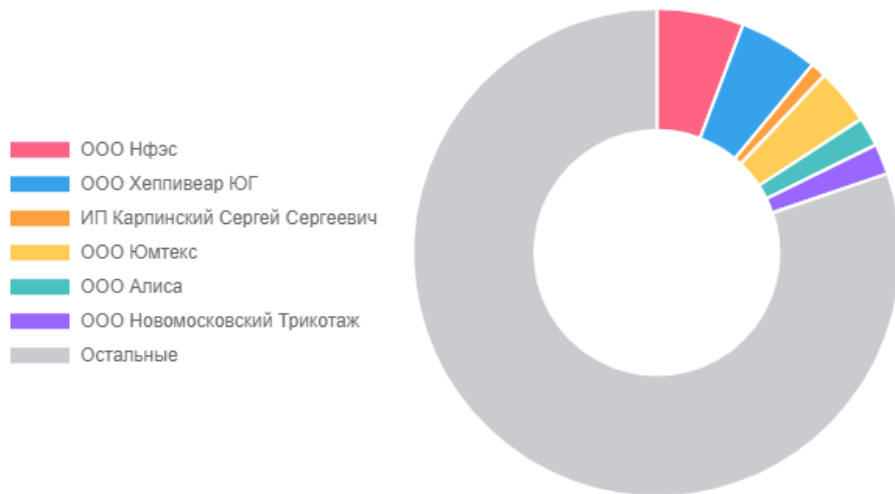


Анализируем нишу, тренды

- в нише не должно быть крупных игроков, занимающих более 30% от доли рынка

ТОП-200 продавцов предмета (за 30 дней)

Продажи



Выручка



Найти рабочую гипотезу конкурентов

На маркетплейсах прямо сейчас есть товары, которые хорошо продаются и имеют потенциал кратного роста (который конкуренты не используют), чтобы это понять мы смотрим на следующие показатели:

- у товара должен быть естественный рост;
- цена с разбросом не более 20% от медианной;
- регулярные отгрузки;
- понятная стратегия продвижения

СУММАРНО ЗА 60 ДНЕЙ
15 019 шт > 10 474 039 ₽

ПОТЕНЦИАЛ [Ⓢ] / УПУЩЕННАЯ ВЫРУЧКА [Ⓢ]
10 474 039 ₽ > 0 ₽ (0,00%)

СРЕДНЕЕ (В ДЕНЬ)
250 шт > 174 567,32 ₽

СРЕДНЕЕ ПРИ НАЛИЧИИ (В НАЛИЧИИ: 60 ДНЕЙ) [Ⓢ]
250 шт > 174 567,32 ₽

ВЫКУП / С УЧЕТОМ ВОЗВРАТА [Ⓢ]
82.88 > 82.75

Артикул: [REDACTED] [Отзывы и ответы](#) [История изменений](#)

Цвет  [показать все...](#)

Рейтинг карточки 70% 

Группы [Добавить](#)

Предмет Белье / Майки бельевые

Похожие предметы [Смотреть похожие предметы](#)

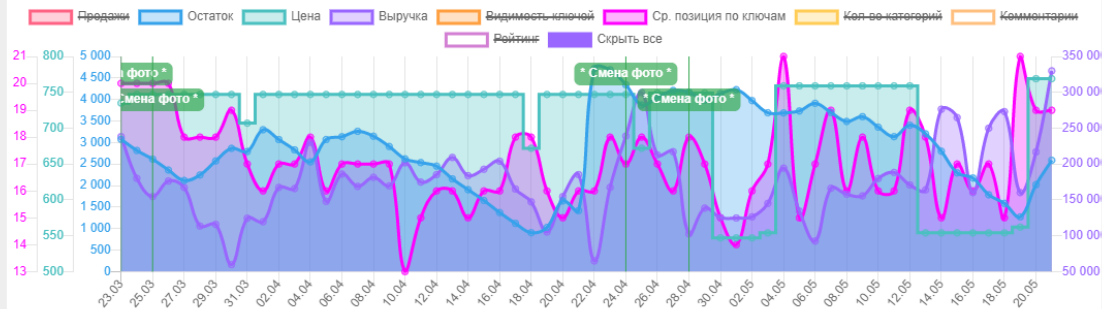
Название Майка бельевая летняя под пиджак

Бренд [REDACTED]

Поставщик [REDACTED]

Продажи и остатки за 60 дней

На графике отображены условные продажи и остатки товара за те даты, когда значение было получено



Использовать модный тренд

Мы умеем адаптировать идеи из высокой моды на одежду ежедневного спроса.

Иногда одежда с подиума может быть не понятна широкой аудитории. Мы не копируем изделие полностью, а внедряем только некоторые детали. Таким образом, получаем товар, который сохраняет основную функцию и приносит индивидуальность, которая привлекает девушек



Провести исследование потребителей

Передаем товары эксперту по производству и он проводит следующие мероприятия:

- опрос потребностей;
- анализ качества ткани, пошива, обработки;
- исследование «посадки» на девушках с разными фигурами;
- сбор обратной связи от девушек;
- корректировка моделей под потребности клиентов;
- испытания эксплуатацией.

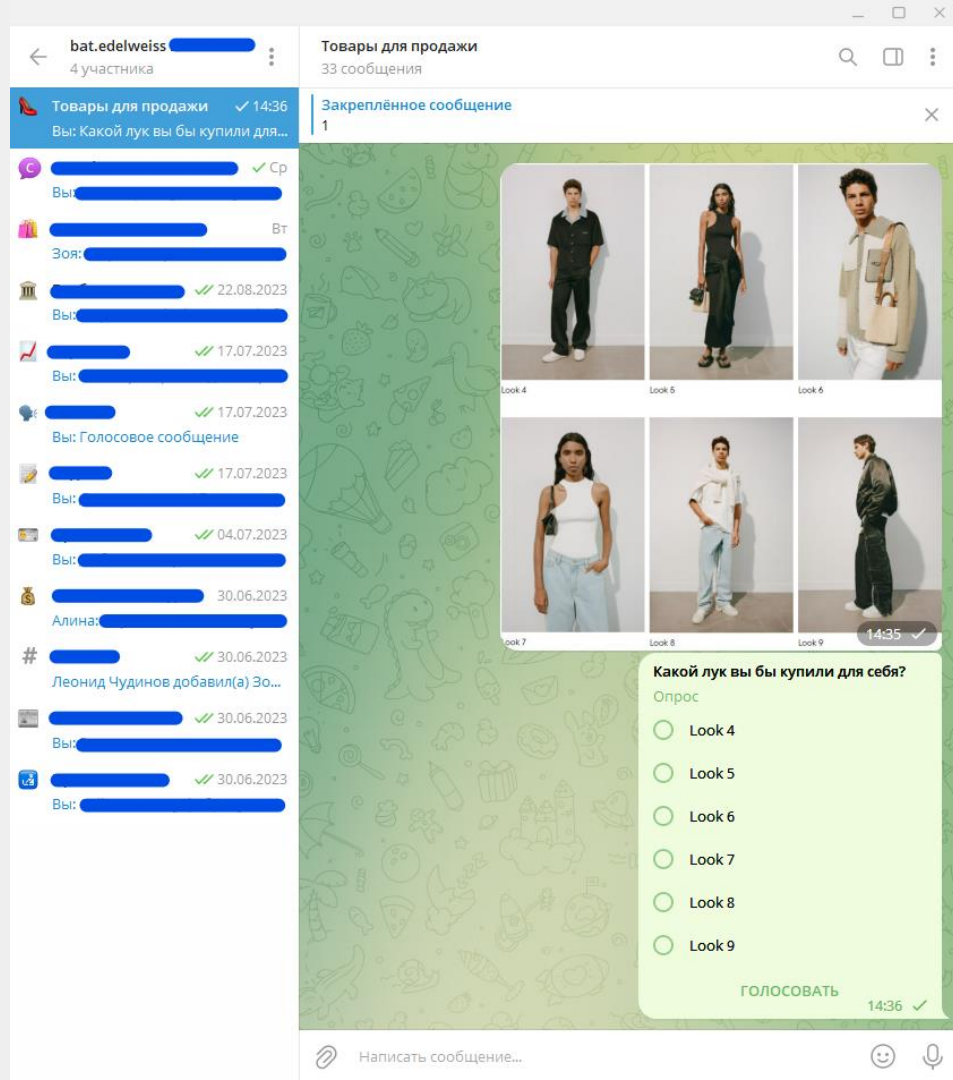


Протестировать до изготовления

Чтобы сократить затраты на тестирование новых гипотез, создадим фокус-группы.

Покупатели в фокус-группе смогут:

- 1) первыми видеть новинки;
- 2) давать обратную связь;
- 3) подтверждать/опровергать правильность наших гипотез;
- 4) влиять на ассортимент, который мы вводим;
- 5) оставить предоплату за понравившийся товар.



Быстрое тестирование НОВЫХ ГИПОТЕЗ

- 1) Делаем заказ в небольшом ателье, которое отшивает партии 100-200 штук;
- 2) Анализируем спрос на товар и обратную связь от клиентов;
- 3) Если гипотеза работает – масштабируем.

Таким образом, экономим время, деньги и получаем товар с высокой прибылью, которого нет у конкурентов

Юнит-экономика

Точные формулы, расчеты на основе теории вероятности, позволили нам найти скрытую рентабельность товаров.


Пример рентабельности майки:
было – 15%;
стало – 22%.

Пример годовой чистой прибыли майки:
было – 1 534 000 руб.;
стало – 2 214 000 руб.

Увеличение на 44,3%.
Так мы сэкономим время и бюджет на тестирование нерентабельных товаров.

EP5

```
=ЕСЛИ(EN5=1;((EC5*EL5)+(EO5*((EL5*2)+EM5)))/100;ЕСЛИ(EN5=2;((EC5*((EL5*3)+(EM5*1)))+(EO5*((EL5*3)+(EM5*2)))/100;ЕСЛИ(EN5=3;((EC5*((EL5*6)+(EM5*3)))+(EO5*((EL5*4)+(EM5*3)))/100;ЕСЛИ(EN5=4;((EC5*((EL5*10)+(EM5*6)))+(EO5*((EL5*5)+(EM5*4)))/100;ЕСЛИ(EN5=5;((EC5*((EL5*15)+(EM5*10)))+(EO5*((EL5*6)+(EM5*5)))/100;ЕСЛИ(EN5=6;((EC5*((EL5*21)+(EM5*15)))+(EO5*((EL5*7)+(EM5*6)))/100;ЕСЛИ(EN5=7;((EC5*((EL5*28)+(EM5*21)))+(EO5*((EL5*8)+(EM5*7)))/100;ЕСЛИ(EN5=8;((EC5*((EL5*36)+(EM5*28)))+(EO5*((EL5*9)+(EM5*8)))/100;ЕСЛИ(EN5=9;((EC5*((EL5*45)+(EM5*36)))+(EO5*((EL5*10)+(EM5*9)))/100;ЕСЛИ(EN5=10;((EC5*((EL5*55)+(EM5*45)))+(EO5*((EL5*11)+(EM5*10)))/100;"Расчёт не
```

	A	B	C	EH	EI	
2	Формирование названия					
	Номер	ссылка на интернет страницу товара	Фото	Среднее время выкупа товара	Коэффициент	Скол обеср опри
3						
4						
5	1	Майка		12	2.5	
5			<small>Видите неточности?</small>			

Юнит-экономика

В юнит-экономике мы учитываем каждый расход на продажу одного товара в отдельной ячейке. В расчете финансовых показателей каждого товара участвуют 237 ячеек.

Такое решение позволяет нам быть прозрачными, моментально корректировать любые изменения каждого расхода и смотреть как это влияет на прибыльность бизнеса.

D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
Стоимость товара доллар	Стоимость товара	Навесные бирки	Составники	Задники	Баркоды	Пакеты	Комиссия закупщиков	Работы по упаковке	Курс доллара	Стоимость доставки, кг	Стоимость доставки за место, кг	Вес товаров, кг	Доставка от завода до Москвы	Погрузка	Доставка от склада транспортной до фулфилмента	Разгрузка	Приемка, сортировка, пересчет
\$ 8,50	р.536	р.7,0	р.10,0	р.8,0	р.2,0	р.10,0	р.57,3	р.10,0	р.63,0	\$ 7,50	\$ 0,10	р.0,6	р.263,3	р.3,5	р.4,2	р.3,5	р.10,0
\$ 6,00	р.378	р.7,0	р.10,0	р.8,0	р.2,0	р.10,0	р.41,5	р.10,0	р.63,0	\$ 3,50	\$ 0,10	р.0,6	р.136,1	р.3,5	р.4,2	р.3,5	р.10,0
\$ 9,50	р.599	р.7,0	р.10,0	р.8,0	р.2,0	р.10,0	р.63,6	р.10,0	р.63,0	\$ 3,50	\$ 0,10	р.1,2	р.272,2	р.3,5	р.4,2	р.3,5	р.10,0
\$ 10,00	р.630	р.7,0	р.10,0	р.8,0	р.2,0	р.10,0	р.66,7	р.10,0	р.63,0	\$ 3,50	\$ 0,10	р.0,2	р.45,4	р.1,2	р.1,4	р.1,2	р.10,0
	р.0	р.7,0	р.10,0	р.8,0	р.2,0	р.10,0	р.3,7	р.10,0	р.63,0	\$ 3,50	\$ 0,10	р.4,6	р.1 031,9				

Быстрое принятие решений

1	Финмодель магазина WildBerries					
2	До запуска	Май	Июнь	Август	Сентябрь	Октябрь
3		6	7	8	9	10
4		1	2	3	4	5
5	Бюджет					
571						
572						
573						
574	Расчетные показатели					
575	Процент выручки	30.05%				
576	Устойчивость системы					
577	Изменения самостоятельности	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
578	Изменения стоимости продаж	1.00	5.80	5.80	1.00	1.00
579	Закупка					
580	Пополнение	1 287	0	0	1 043	0
581	Остаток	0	1 287	887	439	1 017
582	Коварный остаток доставленного товара	0 893	0 893	0 893	0 893	0 893
583	Сколько нужно остатков, чтобы не терять синхронизацию	0	373	418	434	485
584	Итого на складе	1 287	1 287	887	1 482	1 017
585	Базовая самостоятельность товара на складе ВВ	764	764	764	816	816
586	Итоговая самостоятельность товара на складе ВВ	764	764	764	871	804
587	Вручил на ав. товар	1 348	1 348	1 348	1 348	1 348
588	Товар стареет?	Нет	Да	Нет	Да	Нет
589	Базовая ставка респонда	121	121	121	121	121
590	Итоговая ставка внешней рекламы	121	702	702	121	121
591	План по продажам	0	400	448	465	521
592	Самостоятельность	67	67	59	59	56
593	Маржа	7%	7%	7%	7%	7%
594	Сумма налога	94.2	94.2	94.2	94.2	94.2
595						
596	Общая показателя					
597	Общая стоимость закупки	882 887	0	0	588 289	0
598	Общая самостоятельность, проданных товаров	0	305 484	342 153	405 117	483 731
599	Общая выручка	0	538 110	602 083	628 053	700 619
600	Общие расходы на рекламу	0	295 893	314 021	36 900	63 005
601	Общие другие расходы на закупку	0	28 288	0	28 288	0
602	Общий налог	0	37 058	42 188	43 789	48 243
603	Общий маржа	0	-114 233	-65 259	92 080	134 789
604	Маржинальность		-21.23%	-10.97%	14.72%	19.24%



D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
Стоимость товара доллар	Стоимость товара евро	Навесное евро	Составные	Задания	Барьеры	Пакеты	Комиссия закупщиков	Работы по упаковке	Нурс.доллары	Стоимость доставки, шт	Стоимость доставки за ящик, шт	Вес товаров, кг	Доставка от завода до Москвы	Погрузка	Доставка от склада транспортной до fulfillmenta	Разгрузка	Премия, сортировка, порезки
\$ 8.50	р.536	р.7.0	р.10.0	р.8.0	р.2.0	р.10.0	р.67.3	р.10.0	р.63.0	\$ 7.50	\$ 0.10	р.0.6	р.263.3	р.3.5	р.4.2	р.3.5	р.10.0
\$ 6.00	р.378	р.7.0	р.10.0	р.8.0	р.2.0	р.10.0	р.41.5	р.10.0	р.63.0	\$ 3.50	\$ 0.10	р.0.6	р.136.1	р.3.5	р.4.2	р.3.5	р.10.0
\$ 9.50	р.599	р.7.0	р.10.0	р.8.0	р.2.0	р.10.0	р.63.6	р.10.0	р.63.0	\$ 3.50	\$ 0.10	р.1.2	р.272.2	р.3.5	р.4.2	р.3.5	р.10.0
\$ 10.00	р.630	р.7.0	р.10.0	р.8.0	р.2.0	р.10.0	р.66.7	р.10.0	р.63.0	\$ 3.50	\$ 0.10	р.0.2	р.45.4	р.1.2	р.1.4	р.1.2	р.10.0
р.0	р.0	р.7.0	р.10.0	р.8.0	р.2.0	р.10.0	р.3.7	р.10.0	р.63.0	\$ 3.50	\$ 0.10	р.4.6	р.1 031.9				

Юнит-экономика интегрирована в финансовую модель.

Изменение каждого расхода влияет на динамику товара. Динамика товара влияет на общую динамику бизнеса.


Мы можем понять, как отдельный товар повлияет на бизнес в перспективе 3, 5, 10 лет.

Таким образом, мы сможем быстро понять, какой фактор из внешней среды наиболее сильно влияет на прибыль, и фокусироваться на работу с ним

Бизнес в условиях кризиса

Чтобы проверить устойчивость бизнеса в разных условиях, мы создали финансовую модель, которая моделирует тысячи вариантов поведения рынка.

Для проверки работы в условиях кризиса мы смоделировали 5 неблагоприятных факторов, которые действуют одновременно. Даже в таких жестких условиях бизнес работает с маржинальностью не менее 20%.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Финмодель магазина WildBerries						
2		До запуска	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
3			6	7	8	9	10
4			1	2	3	4	5
5		0					
Боди 3							
572	Расчетные показатели						
573	Процент выкупа	30,00%					
576	Устойчивость системы						
577	Изменение себестоимости	1,00	1,00	1,00	1,20	1,20	1,20
578	Изменение стоимости рекламы	1,00	5,80	5,80	1,00	1,00	1,00
579	Закупка						
580	Поступление	1 287	0	0	1 043	0	1 363
581	Остаток	0	1 287	887	439	1 017	496
582	Коэффициент достаточного резерва	0,933	0,933	0,933	0,933	0,933	0,933
583	Сколько нужно остатков, чтобы не терять ранжирование	0	373	418	434	486	544
584	Итого на складе	1 287	1 287	887	1 482	1 017	1 859
585	Базовая себестоимость товара на складе ВВ	764	764	764	916	916	916
586	Итоговая себестоимость товара на складе ВВ	764	764	764	871	871	904
587	Выручка на ед. товара	1 345	1 345	1 345	1 345	1 345	1 345
588	Товар стартует?	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Нет
589	Базовая ставка рекламы	121	121	121	121	121	121
590	Итоговая ставка ежедневной рекламы	121	702	702	121	121	121
591	План по продажам	0	400	448	465	521	583
592	Оборачиваемость	#ДЕЛ/0!	97	59	28	59	26
593	Налог	7%	7%	7%	7%	7%	7%
594	Сумма налога	94,2	94,2	94,2	94,2	94,2	94,2
595							
596	Общие показатели						
597	Общая стоимость закупки	982 957	0	0	908 299	0	1 232 453
598	Общая себестоимость проданных товаров	0	305 494	342 153	405 117	453 731	527 537
599	Общая выручка	0	538 110	602 683	625 553	700 619	784 694
600	Общие расходы на рекламу	0	280 893	314 601	56 300	63 056	70 622
601	Общие другие расходы на запуск	0	28 288	0	28 288	0	0
602	Общий налог	0	37 668	42 188	43 789	49 043	54 929
603	Общая прибыль с карточки товара	0	-114 233	-86 258	82 060	134 789	131 606
604	Маржинальность		-21,23%	-15,97%	14,72%	19,24%	16,77%

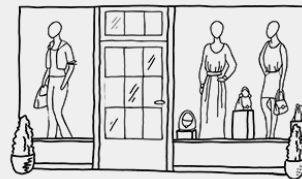
От заказа на производстве до товара на прилавке за 1 месяц



Конкуренция



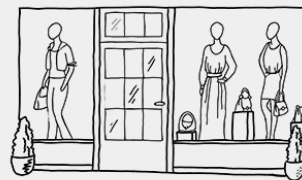
3 мес



Мы



1 мес



Доводим каждый показатель воронки продаж до ТОП значения


У фотографии на примере CTR 7,19%, это значит, что из 100 человек, кликнул 7.

При стоимости вещи 3 740 руб. и рекламе по запросу «свитер» с частотностью 400 000 тыс. запросов в месяц – это показатель на уровне ТОП продавцов.

Также CTR влияет на ранжирование в органической выдаче.

Как меняется ежемесячный рекламный бюджет в зависимости от CTR:

- 7% - 30 тыс. руб;
- 5% - 61 тыс. руб;
- 3% - 92 тыс. руб;
- 1% - 123 тыс. руб.

Фото	Название товара	Частота	Показы	Клики	CTR, %
	Всего по кампании	1.00	63582	4571	7.19
	52786726,	1.00	63582	4571	7.19

Разрабатываем систему управления рекламой и продажами

Чтобы сотруднику принять решение о том запускать рекламу или нет (по одному товару), нужно проанализировать **14 050** ячеек.

Мы работаем над системой, которая структурирует информацию и выводит **10 показателей**, по которым легко принять решение.

Дата	01.янв	02.янв	03.янв	04.янв	05.янв	Среднее	Динамика	06.янв	07.янв	08.янв	09.янв	10.янв	Среднее	Динамика	11.янв	12.янв						
44	Итого																					
45	Сумма налога																					
46	7,00%																					
47	117,6																					
48	25	25	26	27	31	26,4	26,4	31	32	29	14	24	24	-6,00%	32	32						
49	152	127	100	911	290	196	196	274	245	219	194	169	210,2	12,25%	171	171						
50	2100	2100	2100	1596	1596	1898,4	1898,4	1596	1596	1596	2100	2100	1797,6	-5,31%	2100	2100						
51																						
52																						
53	20	20	20	0	0	12	12	0	0	0	20	20	8	-33,33%	8	8						
54	1680	1680	1680	1743	1743	1703,2	1703,2	1743	1743	1743	1680	1680	1717,8	0,74%	1717,8	1717,8						
55																						
56																						
57																						
58																						
59																						
60																						
61	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0,00%	2	2						
62	33	36	28	32	35	32,8	32,8	35	36	35	36	38	36	9,76%	36	36						
63	1181,6	1181,6	1181,6	1244,6	1244,6	1206,8	1206,8	1244,6	1244,6	1244,6	1181,6	1181,6	1219,4	1,04%	1219,4	1219,4						
64	664	664	664	727	727	689,2	689,2	727	727	727	664	664	701,8	1,83%	701,8	701,8						
65	56,19%	56,19%	56,19%	58,41%	58,41%	0,570819204	0,570819204	58,41%	58,41%	58,41%	56,19%	56,19%	0,5792524	0,78%	203,81%	203,81%						
66																						
67																						
68	Линия Чарингов																					
69						Среднее	Динамика						Среднее	Динамика								
70																						
71																						
72						43	37	46	5	91	43,2	43,2	63	66	66	63	64	64,4	-42,48%	99	99	
73						1568	1121	2151	2141	1693,25	2741	272	2742	2727	2967	2293,8	-35,31%	4899	4899	4899	4899	
74						27	3	3	3	59	23	23	42	46	44	41	44	43,4	-88,70%	66	66	
75																						
76																						
77																						
78																						
79						21	23	23	23	21	24	25	31	27	29	27,2	-20,52%	30	30	30	30	
80						888	658	564	526	225	572,2	572,2	548	735	767	527	644,23	-12,99%	184	184	184	184
81						848	722	684	307	640,25	714	714	997	671	794	794	-24,01%	202	202	202	202	
82										226	226	226	872	970	801	849	621	-175,66%	197	197	197	197
83																						
84																						
85						2	5	3	3	2	3	0	0	1	3	0	0,00%	0	0	0	0	
86																						
87						60	70	200	3	3	0	0	0	0	0	0	66,67%	0	0	0	0	
88						177	155	155	155	177	177	177	177	177	177	177	100,00%	177	177	177	177	
89																						

МАСШТАБИРОВАНИЕ

01

2024

Выручка: 126 млн. руб.

03

2068

Выручка: 20 трлн. руб.

02

2046

Выручка: 154 млрд. руб.

Инвест-предложение

Реалистичный вариант.

Сумма инвестиций: 11 000 000

Доходность инвестора

Выплата первый год: 3 178 000

0% годовых (возврат тела инвестиций 28,8%)

Выплата второй год: 11 700 000

6% годовых (возврат тела инвестиций 71,2% + доходность)

Выплата третий год: 37 200 000

338% годовых

Выплата четвертый год: 68 320 000

621% годовых

Выплата пятый год: 103 380 000

939% годовых

Пессимистичный вариант.

Сумма инвестиций: 11 000 000

Доходность инвестора

Выплата первый год: 731 000

0% годовых (возврат тела инвестиций 6,6%)

Выплата второй год: 3 885 000

0% годовых (возврат тела инвестиций 35,3% + доходность)

Выплата третий год: 15 966 000

103% годовых (возврат тела инвестиций 58,1% + доходность)

Вход от 1 000 000.