

Бизнес-план Klammer

1. [Резюме](#)
2. [Описание предприятия и отрасли:](#)
 - a) [Анализ рынка. Макроэкономические показатели](#)
 - b) [Анализ рынка стиральных порошков Украины](#)
3. [Позиционирование и Целевая аудитория:](#)
 - a) Наш фокус –женщина
 - b) Стирка. Частота. Проблемы. Стереотипы.
 - c) Доверие
4. [Описание продукта. Кто мы есть? Модель бренда. Дизайн пачки.](#)
5. [Ценовое позиционирование.](#)
 - a) [Сравнение с основными конкурентами, стоимость 1 стирки, грн с НДС.](#)
 - b) [Наш основной конкурент на полке](#)
 - c) [Сравнение выгоды на 1-й стирке при разных объёмах упаковки с основными конкурентами, грн с НДС.](#)
 - d) [Сравнение стоимости 1 стирки с конкурентами:](#)
 - сравнении база к базе
 - (база+бустер) к обычному порошку
 - e) [Ценообразование порошок \(База\) Klammer](#)
 - f) [Ценообразование порошок \(Бустер\)](#)
6. [Логистика](#)
7. [Продажи – модель покрытия.](#)
8. [Маркетинг и сбыт](#)
 - a) Trade marketing
 - b) Digital-marketing
9. [Финансовый план](#)
 - a) [структура продаж](#)
 - b) [структура затрат](#)
 - c) [отчет о прибыли и убытках \(P&L\) свод](#)
 - d) [Отчет о прибыли и убытках \(P&L\) по месяцам](#)
 - e) [CashFlow](#)
 - f) [Баланс](#)
 - g) [Потребность в финансировании](#)
 - h) [Погашение](#)
 - i) [Оценка эффективности проекта](#)

1. Резюме

Стратегическая цель данного проекта – занять **10%-ю долю рынка** стиральных порошков Украины до конца 2018 года – **350 млн грн. в год.**

Тактическая цель – встать на полки в **20 тыс. Торговых Точек**, из которых 50% (10 тыс. ТТ – Розница)

Основные игроки на рынке:

- Procter&Gamble (Гала, Tide, Ariel) – 35,4%
- Невская косметика – 14,1%
- Henkel – 21,2%
- Fikosota – 3,2%
- Другие – 26,2%

Для реализации данного проекта необходимы инвестиции в размере **338 000\$** [Начало](#)

2. Описание предприятия и отрасли

Основные направления деятельности компании «А» на территории Украины:

Дистрибуция

- предметов гигиены, средств по уходу за лицом и телом,
- лекарственных препаратов, предметов медицинского назначения, биологически активных добавок,
- продуктов питания,
- ингредиентов для пищевой и непищевой промышленности.

Логистика

- складской сервис на всей территории Украины,
- таможенно-брокерские услуги,
- интермодальные перевозки «от двери до двери» с привлечением морского, автомобильного и железнодорожного транспорта.

Управление и развитие проектов в сфере недвижимости

- подготовка и реализация бизнес-проектов развития компаний и отдельных направлений бизнеса.
- проектный менеджмент, консалтинговые услуги в сфере недвижимости.

Дистрибуция

Дистрибуторский бизнес группы компаний «А» представлен следующими компаниями:

Компания 1 — дистрибуция лекарственных препаратов, лечебной косметики, предметов медицинского назначения и биологически-активных добавок.

Компания 2 — дистрибуция бытовой химии, средств гигиены, косметики и парфюмерии, бытовой техники.

Подразделение Компании 3 — дистрибуция ингредиентов для пищевой (кондитерской, молочной, масложировой) и непищевой (строительной) промышленности.

Компания 2

Компания неоднократно была названа «Лучшим дистрибутором года», заняла 4-е место среди дистрибуторов стран Восточной Европы по запуску ТМ Londa и 3-е место на конкурсе «Лучший поставщик Procter&Gamble в Восточной Европе, победитель по результатам конкурса от P&G Дистрибутор года 2014/2015. Компания 2 входит в число 500 лучших компаний Украины «Гвардия-500».

Присутствие на рынке

Работа в 7 регионах Украины — Одесской, Херсонской, Николаевской, Черкасской, Винницкой и Кировоградской областях, в АР Крым.

Потенциальная база клиентов — 8065.

Количество наработанных розничных точек —12400.

В июле 2015 было принято решение продать дистрибуционный бизнес P&G с целью запуска собственных торговых марок.

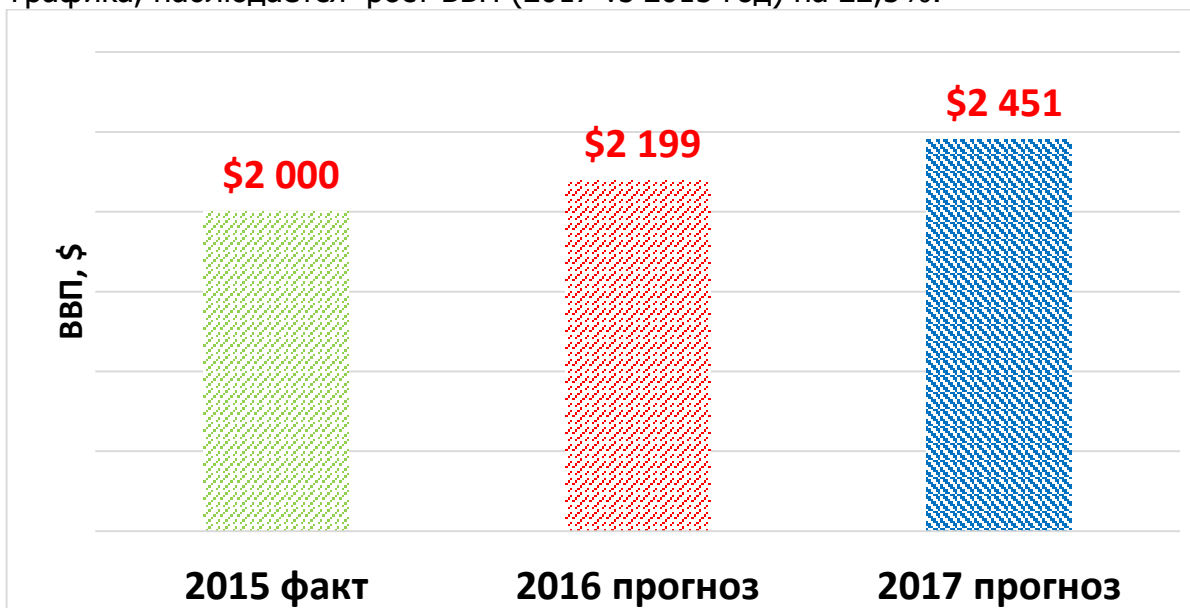
На сегодняшний день в компании работает ТОП состав и разрабатывает собственные ТМ.

[**Начало**](#)

а) Анализ рынка. Макроэкономические показатели.

1. ВВП на душу населения Украины, доллары.

Как видно из графика, наблюдается рост ВВП (2017 vs 2015 год) на 22,5%.



2. Структура расходов 1 украинца 2014-2015 года, грн.



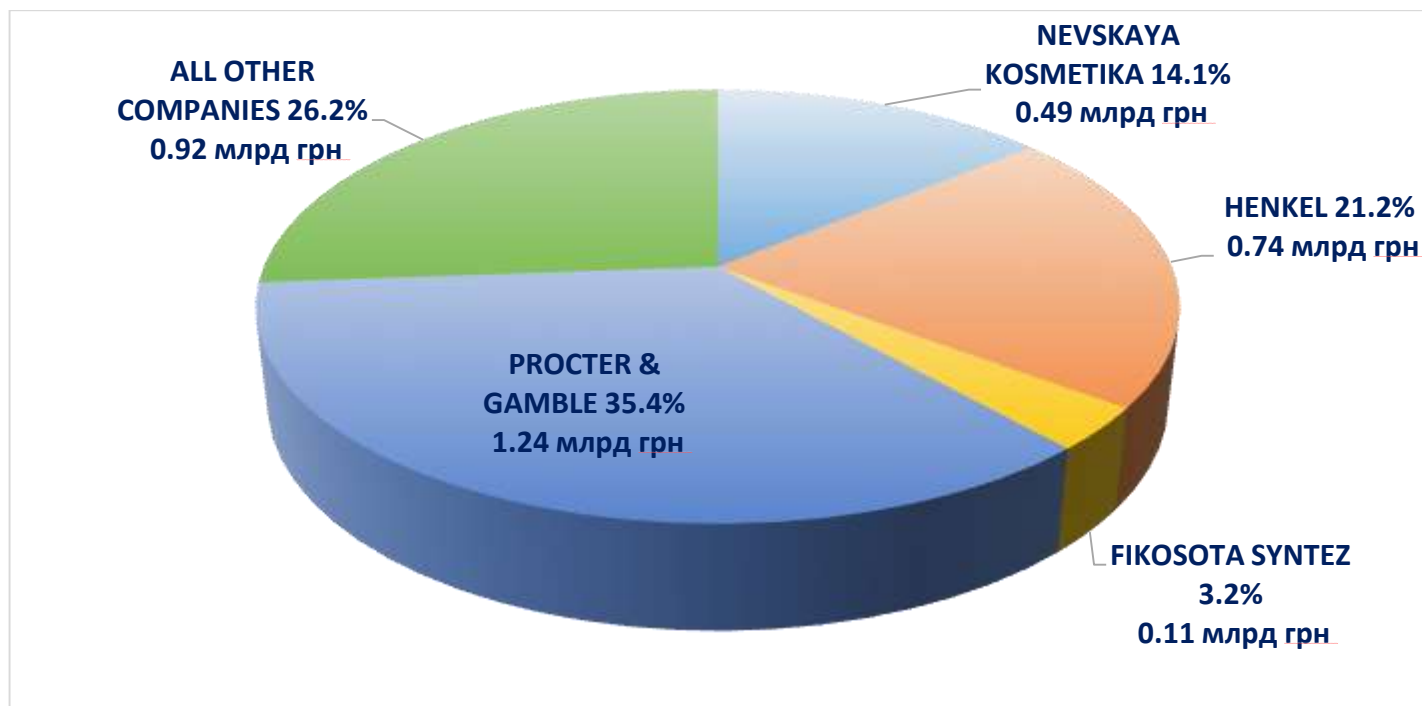
3. Рынок FMCG в 2015 году в грн падает **(-25%)**

б) Анализ рынка Украины. Стиральные порошки.

1. Уровень потребления моющих средств в Украине - **5 кг в год на человека**, в Европе - 12-16 кг в год на человека.
2. В Украине 14 млн домохозяйств и на рынке стиральных порошков очень высокая конкуренция (лидеры и новые агрессивные игроки)
3. Общая оценочная емкость рынка Украины стиральных порошков - **3,5 млрд грн/год**
4. Сухим порошком пользуются **81%** домохозяйств.

[Начало](#)

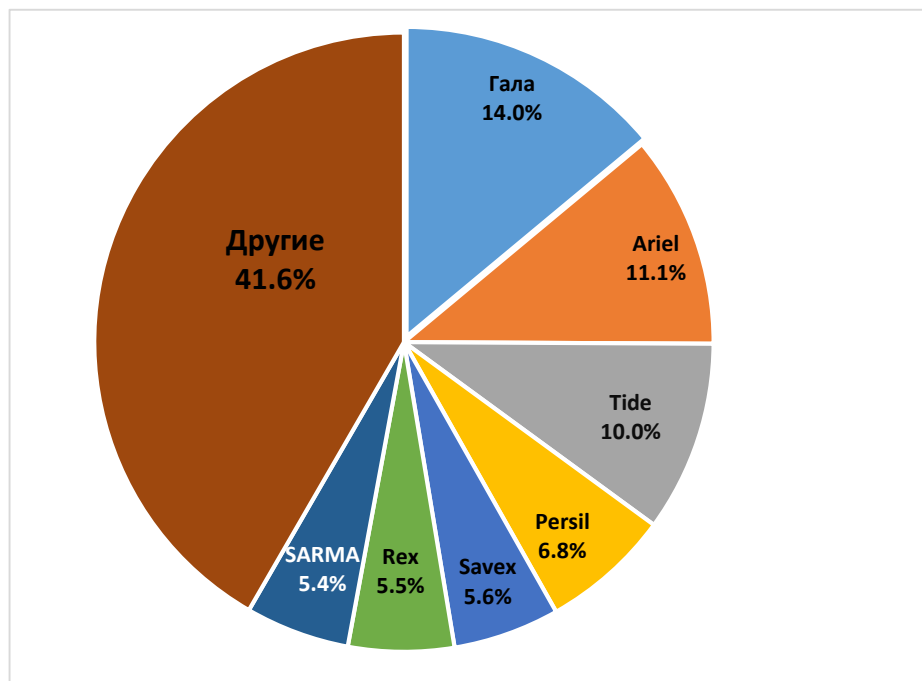
Стиральные порошки Украины (доля % и млрд. грн)



Источник : Nielsen/данные сентябрь-октябрь15

Основные игроки – P&G, Henkel и NEVSKAYA KOSMETIKA с общей долей – около 70,7% (2,47 млрд. грн).

Доля полки стиральных порошков Украины (все каналы продаж)

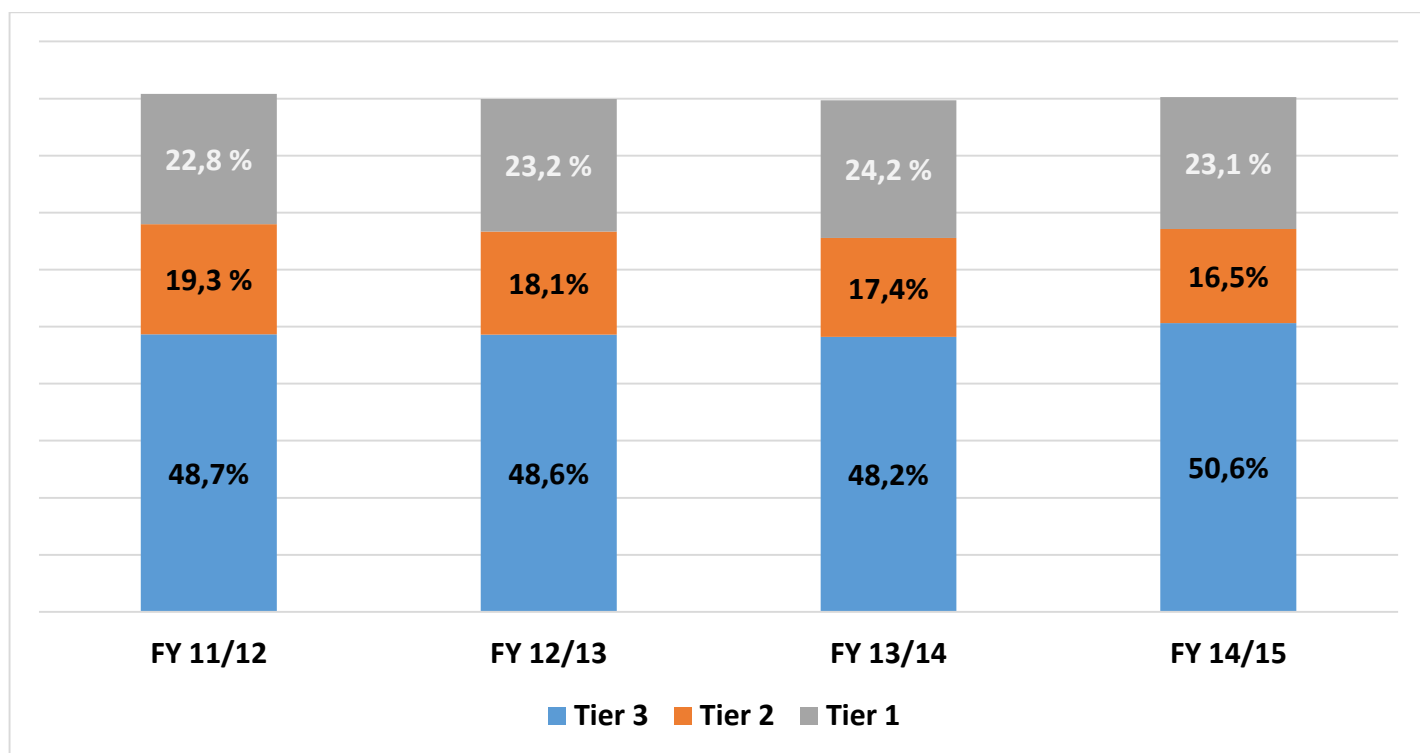


В категории «Другие» сидят:
- бренды-однодневки
- порошки плохого качества
- контрабанда

Долю в 10% от рынка можно занять в категории «Другие» и частично попробовать откусить потребителей у «монстров»

Источник: сторчеки Компания 2 сентябрь-октябрь15

[Начало](#)



Источник: Nielsen

Основные выводы

1. Традиционная розница занимает самую большую долю в дистрибуции стиральных порошков - 1,84 млрд грн/год (свыше 50% рынка)
2. Основные игроки рынка - P&G, Henkel и Невская Косметика с общей долей около 70%, но доли стремительно падают (-6,1 % к прошлому году)
3. Брендзависимость потребителей имеет тенденцию к снижению (ограничения по семейному бюджету, более легкое переключение на новые марки)
4. В третьем (самом низком ценовом диапазоне) работает большинство производителей -1,8 млрд грн/год
5. 3й ценовой тир за последний год вырос за счет 1-го и 2-го.
6. Потребитель ищет более дешевый продукт

3. Позиционирование и Целевая аудитория

а) Наш фокус –женщина

ПРОФИЛЬ:

Пол: женщина

Возраст: 25-45 лет

Доход: «средний», «средний - » (2 000 - 2 500 грн/чел в семье)

Социальный статус: замужем

Дети (до 18 лет): 1-2

Род деятельности: служащая (бюджетник)

Место жительства: город (50 000 +)

Хобби: чтение, рукоделие, приусадебное хозяйство, просмотр

ТВ-шоу, журналы, интернет, общение в соц-сетях

Ведет домашнее хозяйство, ответственная за семейный

бюджет

б) Стирка. Частота. Проблемы. Стереотипы.

Большая семейная стирка: **1 раз в неделю**

Ручная экспресс-стирка в тазике (быстрое решение проблемы без запуска стиральной машины, а также как экономия порошка/электричества)

Пятновыводителем пользуется не регулярно (дорого)

Постель меняют 2 раза в месяц

Сушат белье на балконе (веревки вдоль всего балкона, раскладная сушка)

Проблемы, связанные со стиркой

Линяет белье, борьба с запахом (муж), борьба с пятнами (дети), использует ручную стирку (быстро постирать носки, трусы, мелочь, блузки на работу)

Стереотипы, связанные со стиркой

Ваниш-дорогой, не действует

Раньше порошки были лучше по качеству

Ариэль – раньше чешский был, а сейчас непонятный, плохо отстирывает или застирывает

Детский порошок отстирывает лучше (борьба с трудновыводимыми пятнами трава, пыль, варенье и пр)

с) Доверие

Кому верит

- доверяют мнениям либо старшим, либо своим сверстникам

- врачам, докторам (Комаровский)

- отдельным экспертам-телеведущим (Фреймут)

специалистам чистоты и стерильности (профессионалам, поварам, стюардессам, медикам)

Чему поверит

- покупая наш порошок вы будете меньше тратить денег на одежду, покупать ее реже

- мы предлагаем порошок более дорогого качества по низкой цене

- с нашим порошком белое – становится белым

- мы выпускаем наш порошок в Чехии на заводе, принадлежащем немецкой фирме

СТИРАЛЬНЫЙ ПОРОШОК ДОЛЖЕН:

- хорошо отстирывать белье (эффективная база)

- решать проблему с трудновыводимыми пятнами (добавки)

- быть прост в использовании (удобная упаковка, дозировка)

[Начало](#)

- оптимален по цене (по моему кошельку)
- обладать приятным запахом

КЛЮЧЕВЫЕ ИНСАЙТЫ:

- Все обманывают – монополия больших корпораций
- Детское лучше отстирывает (трудно выводимые пятна)
- Я не хочу переплачивать за то, что мне не нужно
- Я готова покупать порошок по справедливой цене (они не тратят
- Деньги на рекламу/маркетинг и продвижение по ТВ)

Кто она? Она - специалист в домашних делах



Она хочет видеть реальный эффект от стирки



Она доверяет рекомендациям профессионалов



Она готова к экспериментам



Белое должно быть белым, а цветное - цветным



Профессионалы знают секреты



Экспериментирует

[Начало](#)

4. Описание продукта. Кто мы есть?

Инновационный стиральный порошок, меняющий представление о мире!

Мы - переворот в технологии домашней стирки!

Мы - переворот в порошках!

Мы - это базовый порошок для всего +бустеры для специализированной стирки!



Новый
профессиональный

п
о



Технология
заимствована у
швейцарских клиник



Экономия ресурсов
(вода,
электричество, порошок)

«Klammer» - будь как профи!

KLAMMER – инновационная система призванная совершить переворот в области домашней стирки. Основа – смесь на основе профессиональной формулы базового порошка, которую успешно используют в прачечных Швейцарии. В зависимости от сложности загрязнений, к «базовой основе» добавляются бустеры – узкопрофильные усилители эффекта от стирки. KLAMMER – базовый порошок и соответствующий бустер – инновация, способная превратить домохозяйку в настоящий профи стирального дела

Благодаря новинке, потребитель получает намного качественный результат стирки и заметно экономит!

Переплачивать за посредственный результат стирки – до сегодняшнего дня таковой была реальность миллионов украинских домохозяек. Но в глубине души каждая из них верила: это не может продолжаться вечно! Каждая ждала революции в домашней стирке, и с приходом KLAMMER революция совершилась!

Система стирки KLAMMER – это беспрецедентная новинка на украинском рынке – безфосфатный базовый стиральный порошок с профессиональной формулой, адаптированный для домашней стирки. Базовый порошок KLAMMER создан на основе средств,использующихся в прачечных Швейцарии. Его формула содержит отбеливатели на основе кислорода и ферменты, которые борются с загрязнениями намного эффективнее чем дорогие универсальные стиральные порошки.

Система стирки KLAMMER – это инновационный подход к самому процессу стирки. Для обычных потребностей вполне достаточно использовать базовый порошок. В случае, если вещам необходимо особое внимание или интенсивное очищение, к базовому порошку прибавляют узкоспециализированные бустеры. Всего их семь: для ухода за белыми, черными,

[Начало](#)

цветным вещами, для деликатных тканей, для ручной стирки, бустер антибактериального действия и для сложных загрязнений. Таким образом, хозяйки самостоятельно управляют процессом стирки, получая именно тот результат, который нужен, именно тогда, когда он нужен.

Система стирки KLAMMER – это абсолютная экономия. Благодаря тому что базовый порошок высокоэффективен а бустеры используются для особенных случаев, больше не нужно переплачивать за “универсальность” средства. При этом, KLAMMER на 25% экономный, чем универсальные порошки. Если дозировка обычного порошка составляет 120-150 граммов на одну стирку, Klammer справляется при дозировке в 90 граммов и прекрасно стирает при низких температурах. Это приводит к сокращению количества стирок и, как следствие, экономии воды, электроэнергии, ресурса стиральной машины.

KLAMMER – первая, на украинском рынке, система стирки, адаптированная для домашних условий. Она позволяет управлять стиркой самостоятельно, получать намного лучший результат и при этом экономить.

Именно так работают настоящие профи.

Дизайн пачки.



[Начало](#)

Целевая аудитория

- Женщина, 25-45 лет, доход «средний», «средний - »,
- замужем, 1-2 детей, служащая (бюджетник), городская жительница (50000+)
- любит чтение, рукоделие, приусадебное хозяйство, просмотр ТВ-шоу, журналы, ведет домашнее хозяйство
- ответственная за семейный бюджет

Рациональные характеристики

- Новая, революционная технология стирки, заимствованная у швейцарских клиник, в корне меняющая подход к домашней стирке
- Инновационная формула порошка база+7 бустеров-присадок)
- Экономия ресурсов (отстирывает в холодной воде, требуется меньшее количество порошка)

Эмоциональные характеристики

- Я знаю секрет идеальной стирки
- Я сама решаю как и чем мне стирать
- Я хочу самое лучшее по оптимальной цене

РЕВОЛЮЦИЯ

Идентификация, коммуникация

- Мини-презентации новых продуктов типа «Apple»
- Стилистика упаковки продукта должна быть псевдо- профессиональная (лаконично-сдержанно-инновационная), чтобы не отпугнуть покупателя

5. Ценовое позиционирование.

а) Сравнение с основными конкурентами, стоимость 1 стирки, грн с НДС.

Порошок										
Торговая марка	Sama	Калинка	Sarma	Klammer	МАКС	Satin	Onyx	Rex	УШАСТЫЙ НЯНЬ	Klammer+бустер
Вес (г.)	400	400	400	400	350	400	750	450	400	400
Цена на полке	13.6	13.0	14.0	15.0	9.1	16.3	21.0	17.5	14.6	15 грн+4.5 грн
Цена стирки	2.4	3.3	3.5	3.7	3.9	4.1	4.1	5.3	5.5	6.9
Характеристики	Хорошо стирает, не дорогой	Не дорогой, качество среднее	Хорошо отстирывает, недорогой, не оставляет запаха	Хорошо стирает, не дорогой	Хорошо отстирывает, приятный запах	Хорошо пахнет, хорошее качество	Хорошо отстирывает пятна, приятный аромат	Не дорогой и качественный, плохо справляется с сильно загрязненными вещами	Хорошо отстирывает, недорогой	Профессиональная стирка, узконаправленная

Порошок									
Торговая марка	Stark	Quick Star	Persil	GALA	Losk	Tide	Ariel	Best For You	Torsan
Вес (г.)	400	600	450	400	450	450	450	400	400
Цена на полке	14.0	24.0	22.9	16.5	24.9	25.9	31.9	23.0	22.5
Цена стирки	7.0	7.2	7.6	8.3	8.3	8.6	10.6	10.6	11.3
Характеристики	Отстирывает несложные пятна	Хорошо стирает, не портит вещи	Отлично отстирывает, сохраняет цвет и мягкость после стирки, дорогая	Для сложных загрязнений не подходит	Хорошо справляется с сильно загрязненной одеждой, приятно пахнет.	Не все пятна отстирывает	Хорошо справляется с загрязнениями, дорогой, плохо выполаскивается	Хороший дизайн, не плохо стирает	Стирает не плохо

Источник: Компания2 /декабрь15

[Начало](#)

б) Наш основной конкурент на полке

[Начало](#)

с) Сравнение выгоды на 1-й стирке при разных объемах упаковки с основными конкурентами, грн с НДС.

Вес (г.)	SARMA		REX		Klammer				PERSIL		GALA		LOSK		TIDE		ARIEL	
	Цена стирки, грн с НДС	Выгода,%	Цена стирки, грн с НДС	Выгода,%	Цена стирки без бустера, грн	Выгода без бустера,%	Цена стирки с бустером, грн	Выгода с бустером,%	Цена стирки, грн с НДС	Выгода, %	Цена стирки, грн с НДС	Выгода, %	Цена стирки, грн с НДС	Выгода, %	Цена стирки, грн с НДС	Выгода, %	Цена стирки, грн с НДС	Выгода, %
400-450	3.5		5.4		3.7		6.9		7.5		8.3		8.3		8.6		10.6	
800-1500	3.4	-4%	4.4	-18.2%	3.0	-20%	6.4	-7%	10.6	42%	6.4	-23%	8.5	2%	8.5	-2%	10.5	-1%
2400-3000	3.1	-11%	4.4	-19.1%	2.8	-24%	6.3	-9%	9.4	25%	5.8	-30%	8.0	-4%	8.0	-7%	10.0	-6%
4 500	2.9	-17%	-		2.6	-32%	6.1	-11%	6.6	-11%	4.8	-41%	6.0	-28%	7.7	-11%	9.6	-10%
6 000	2.8	-19%	-		2.3	-40%	5.9	-14%	8.5	14%	6.0	-28%	-		7.4	-15%	9.2	-13%
9 000	2.7	-24%	3.4	-36.3%	2.1	-45%	5.8	-16%	8.2	9%	5.6	-32%	-		7.2	-17%	8.7	-18%

**акционные
цены**

Цена стирки грн с НДС - Стоимость стирки для конечного потребителя, с учетом рекомендаций

дозировки 1 стирки от производителя

Выгода,% - Экономия на 1 стирке для потребителя, при покупке бóльшего объема упаковки

d) Таблица сравнения стоимости 1 стирки с конкурентами при сравнении база к базе/ база+бустер к обычному порошку

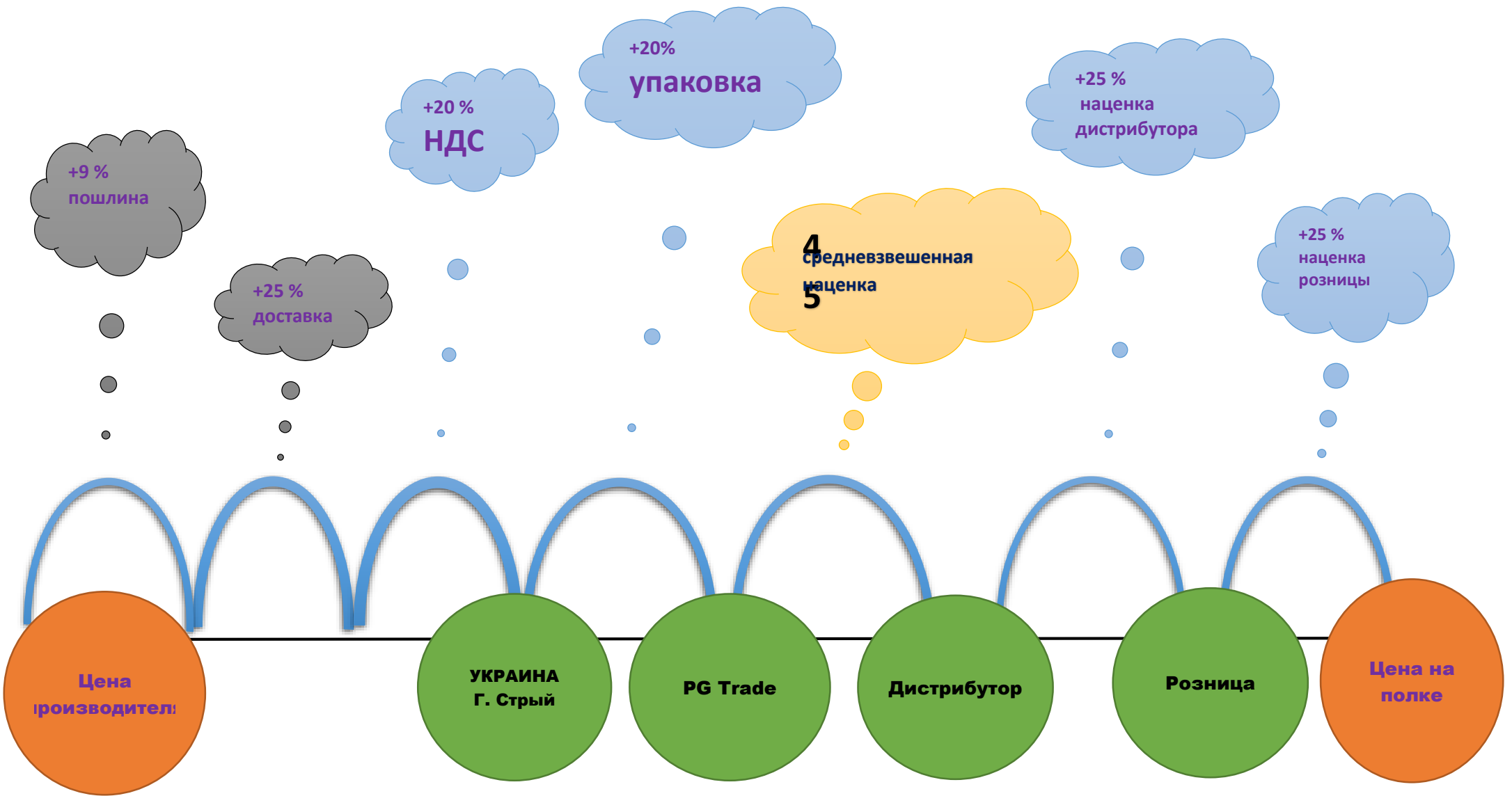
Стоимость 1 стирки с упаковки	SARMA		REX		PERSIL		GALA		LOSK		TIDE		ARIEL	
	База	База+бустер	База	База+бустер	База	База+бустер	База	База+бустер	База	База+бустер	База	База+бустер	База	База+бустер
400-450 грамм	6%	49%	-44%	22%	-100%	-8%	-121%	-20%	-122%	-20%	-131%	-25%	-184%	-54%
0.8-1.5 кг	-12%	47%	-47%	31%	-252%	-65%	-113%	0%	-181%	-32%	-181%	-32%	-249%	-64%
2.4-3 кг	-10%	50%	-54%	31%	-230%	-48%	-105%	8%	-182%	-27%	-182%	-27%	-253%	-59%
4.5 кг	-13%	53%			-160%	-8%	-90%	21%	-135%	2%	-200%	-25%	-275%	-57%
6 кг	-26%	52%			-277%	-43%	-165%	-1%			-228%	-25%	-310%	-56%
9 кг	-30%	54%	-67%	41%	-297%	-41%	-173%	3%			-250%	-24%	-325%	-51%

Цена за 1 стирку порошка «Klammer» выше конкурента

Цена за 1 стирку порошка «Klammer» ниже конкурента

[Начало](#)

е) Ценообразование порошок (База)



[Начало](#)

f) Ценообразование порошок (Бустер)

[Начало](#)

г) Прайс.

Фасовка кг	Продукт	Название	Цена производителя (EURO)	Пошлина, в ГРН	М\я доставка, в грн	Упаковка, грн без НДС	С\с ГРН без НДС	Наценка наша, %	Закупочная Цена для дистрибьютора без НДС	Закупочная Цена для дистрибьютора с НДС	Наценка дистрибьютора, %	Закупочная цена для розницы (БАЗА), грн с НДС	Наценка розницы, %	Цена на полке, грн с НДС
		КУРС	28.0	9.0%	25.0%									
0.4	Порошок	KLAMMER 400	0.07 €	0.2 UAH	0.5 UAH	3.1 UAH	5.9 UAH	36%	8.0 UAH	9.6 UAH	25%	12 UAH	25%	15 UAH
1.5	Порошок	KLAMMER 1500	0.28 €	0.7 UAH	1.9 UAH	3.6 UAH	14.0 UAH	71%	24.0 UAH	28.8 UAH	25%	36 UAH	25%	45 UAH
3	Порошок	KLAMMER 3000	0.56 €	1.4 UAH	3.9 UAH	5.9 UAH	26.7 UAH	70%	45.3 UAH	54.4 UAH	25%	68 UAH	25%	85 UAH
4.5	Порошок	KLAMMER 4500	0.83 €	2.1 UAH	5.8 UAH	7.2 UAH	38.4 UAH	60%	61.3 UAH	73.6 UAH	25%	92 UAH	25%	115 UAH
6	Порошок	KLAMMER 6000	1.11 €	2.8 UAH	7.8 UAH	10.8 UAH	52.4 UAH	37%	72.0 UAH	86.4 UAH	25%	108 UAH	25%	135 UAH
9	Порошок	KLAMMER 9000	1.67 €	4.2 UAH	11.7 UAH	13.5 UAH	76.0 UAH	30%	98.7 UAH	118.4 UAH	25%	148 UAH	25%	185 UAH

Фасовка	Продукт	Название	Цена производителя (USD)	Пошлина, в ГРН	М\я доставка, в грн	Упаковка	С\с ГРН без НДС	Наценка наша, %	Закупочная Цена для дистрибьютора без НДС	Закупочная Цена для дистрибьютора с НДС	Наценка дистрибьютора, %	Закупочная цена для розницы (БАЗА), грн с НДС	Наценка розницы, %	Цена на полке, грн с НДС
		КУРС	25.0											
0.02	Усилитель	KLAMMER BOOSTER Цветн	0.05 USD				1.3 UAH	87%	2.4 UAH	2.9 UAH	25%	3.6 UAH	25%	4.5 UAH
0.02	Усилитель	KLAMMER BOOSTER белый	0.05 USD				1.3 UAH	87%	2.4 UAH	2.9 UAH	25%	3.6 UAH	25%	4.5 UAH
0.02	Усилитель	KLAMMER BOOSTER Ручной	0.05 USD				1.3 UAH	87%	2.4 UAH	2.9 UAH	25%	3.6 UAH	25%	4.5 UAH
0.04	Усилитель	KLAMMER BOOSTER сильно за	0.09 USD				2.2 UAH	10%	2.4 UAH	2.9 UAH	25%	3.6 UAH	25%	4.5 UAH
0.04	Усилитель	KLAMMER BOOSTER антижир	0.09 USD				2.2 UAH	10%	2.4 UAH	2.9 UAH	25%	3.6 UAH	25%	4.5 UAH

Источник: FinPlan_Klammer 2016-2017/Ценообразование

[Начало](#)

Основные выводы:

1. Покупая только базу «Klammer», мы предлагаем одну из самых дешевых цен за 1 стирку на рынке, при чем с ростом объема упаковки растет и экономия (от 20% до 45% в сравнении за 1 стирку к пачке Klammer 400 грамм)

Таб. Сравнение выгоды на 1-й стирке при разных объёмах упаковки с основными конкурентами, грн с НДС.

2. Если нужна специализированная стирка, то покупая бустера, экономия еще больше :
Во-первых, расходы «базы» на 1 стирку Klammer уменьшается со 100 грамм до 65 грамм, т.е кол-во стирок с пачки увеличивается (4 стирки->6 стирок (35%))
Во-вторых, стоимость стирки «базы+бустер» Klammer (специализированная стирка) – выходит дешевле, чем обычные порошки. Это обуславливается тем, что используя «базу+бустер», потребителю не нужно совершать повторную стирку обычным порошком, или покупать специализированные средства типа Vanish. Мы ему уже предлагаем систему стирки.
3. От сложившихся условий на рынке, а так же от данных, которыми мы располагали на момент формирования бизнес-плана, цена на полке « Базы » Klammer, была посчитана, так, что бы на полке цена любого веса упаковки Klammer заканчивалась на **5**. А цена бустера была 4,5 грн на полке.

4. Логика формирования прайса следующая:

Исходные данные:

- Цена за 1 тонну от производителя 185 €
- Курс расчета 28 грн за 1 €
- Международная доставка 25%
- Упаковка «База»
 - 400 грамм – 3,1 грн без НДС
 - 1,5 кг – 3,6 грн без НДС
 - 3 кг – 5,9 грн без НДС
 - 4,5 кг – 7,2 грн без НДС
 - 6 кг – 10,8 грн без НДС
 - 9 кг – 13,5 грн без НДС
- Бустеры (Курс расчета 25 грн за 1 \$)
 - KLAMMER BOOSTER Цветн (20 грамм) – 0,05 \$
 - KLAMMER BOOSTER белый (20 грамм) – 0,05 \$
 - KLAMMER BOOSTER Ручной (20 грамм) – 0,05 \$
 - KLAMMER BOOSTER сильно загрязненные (40 грамм) – 0,09 \$
 - KLAMMER BOOSTER антижир (40 грамм) – 0,09 \$

[Начало](#)

6. Логистика



[Начало](#)

7. Продажи – модель покрытия.



Недостатки:

- Необходимо отдать часть наценки дистрибутору
- Нет возможности контролировать структуру расходов
- Высокая цена на полке

Преимущества:

- Нет необходимости содержать структуру

[Начало](#)

8. Маркетинг и сбыт

а) Trade marketing

Для стимулирования первых закупок в ТТ.

Учасники: Рынки, Розница, Сети

Условия: Купить рекомендованный ассортимент, согласно каналу продаж.

Бонус для ТТ: 20% скидка на первый заказ/или бесплатный продукт на сумму скидки

Важное условие: только для первых закупок!

Плановый период проведения **март16-июнь 16**

Для стимулирования продаж с полки ТТ

Цель: узнаваемость бренда Klammer+увеличение оттока с полки

Учасники: Рынки, Розница

Условия: Продать min 1 комплект База+бустер Klammer.

Бонус для реализатора: 5 грн за каждый проданный комплект База+бустер

Важное условие: бонус, только за продажу комплекта

Плановый период проведения **июль16-сентябрь 16**

Мотивация Торговой команды дистрибутора

Цель: Качественная дистрибуция в ТТ

Учасники: торговые представители

Условия: Продать рекомендованный ассортимент, согласно каналу продаж

Бонус для реализатора: 15 грн за каждую уникальную*ТТ

Плановый период проведения **июль16-сентябрь16**

б) Digital-marketing

Ведение страничек в соц сетях, на форумах

Цель: информационная поддержка о стирке, обратная связь с покупателями

Механика: специалист по продвижению в социальных сетях (Контакт, Фейсбук, форумы) создаёт интересные посты о стирке, получает обратную связь, рассказывает о нашей концепции стирки

Период: **февраль16 и постоянно**

Листовки, буклеты, инструкции

Цель: Рассказать о концепции стирки нашей целевой аудитории

Механика: листовки/буклеты раздавать в ТТ, вместе с

Период: листовки/буклеты – **с началом запуска продукта (март16)**

Маркетинг в цифрах.

[Начало](#)

Описание	Кол-во участников ТТ	Сумма	
		маркетинга 2016	маркетинга 2017
Trade marketing (Рынки)	7 982	\$ 23 736	\$ 21 193
Trade marketing (Розница)	3 096	\$ 13 942	\$ 12 448
Trade marketing (Сети)	1 579	\$ 11 701	\$ 10 448
Trade marketing (Реализаторы)	11 078	\$ 138 160	\$ 123 358
Мотивация для ТТ	11 078	\$ 36 161	\$ 26 352
Digital-marketing (Информационный)		\$ 7 000	\$ 7 000
Digital-marketing (Форумы, соц. сети)		\$ 1 980	\$ 1 768
		\$ 232 681	\$ 200 798
Плановый оборот		2 525 237	3 346 265
% от оборота		9.2%	6.0%

Источник: FinPlan_Klammer 2016-2017 Маркетинг

9. Финансовый план

Расчет всех доходов и расходов посчитан исходя из курса

в 2016 году **25 грн за 1\$**

в 2017 году – **28 грн за 1 \$**

а) Структура продаж ТМ Klammer.

Показатели	2016	2017
Объем продаж, т	3 989	5 910
Объем продаж, \$	2 525 237	3 346 265
Объем продаж с/с, \$	1 601 054	2 120 101
Валовый доход, \$	924 183	1 226 164
Маржа, %	37%	37%

Период	2016					2017				
	Объем продаж, т	Объем продаж, \$	Объем продаж с/с, \$	Валовый доход, \$	Маржа, %	Объем продаж, т	Объем продаж, \$	Объем продаж с/с, \$	Валовый доход, \$	Маржа, %
Одесская	340	215 102	136 392	78 709	37%	503	284 733	180 399	104 334	37%
Николаевская	172	108 902	69 048	39 854	37%	254	143 800	91 108	52 692	37%
Херсонская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Винницкая	94	59 685	37 844	21 841	37%	139	78 746	49 891	28 855	37%
Волынская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Днепропетровская	340	215 102	136 392	78 709	37%	503	284 733	180 399	104 334	37%
Житомирская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Закарпатская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Запорожская	172	108 902	69 048	39 854	37%	254	143 800	91 108	52 692	37%
Ивано-Франковская	172	108 902	69 048	39 854	37%	254	143 800	91 108	52 692	37%
Киевская	340	215 102	136 392	78 709	37%	503	284 733	180 399	104 334	37%
Кировоградская	166	104 877	66 529	38 348	37%	244	138 205	87 563	50 642	37%
Полтавская	172	108 902	69 048	39 854	37%	254	143 800	91 108	52 692	37%
Ровенская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Сумская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Тернопольская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Харьковская	340	215 102	136 392	78 709	37%	503	284 733	180 399	104 334	37%
Хмельницкая	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Черкасская	130	82 320	52 207	30 113	37%	191	108 423	68 694	39 729	37%
Черниговская	122	77 409	49 066	28 343	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Черновицкая	118	74 547	47 253	27 294	37%	181	102 203	64 753	37 450	37%
Львовская	334	211 115	133 867	77 249	37%	503	284 733	180 399	104 334	37%
ВСЕГО	3 989	2 525 237	1 601 054	924 183	37%	6 414	3 346 265	2 120 101	1 226 164	37%

Источник: FinPlan_Klammer 2016-2017 Структура продаж

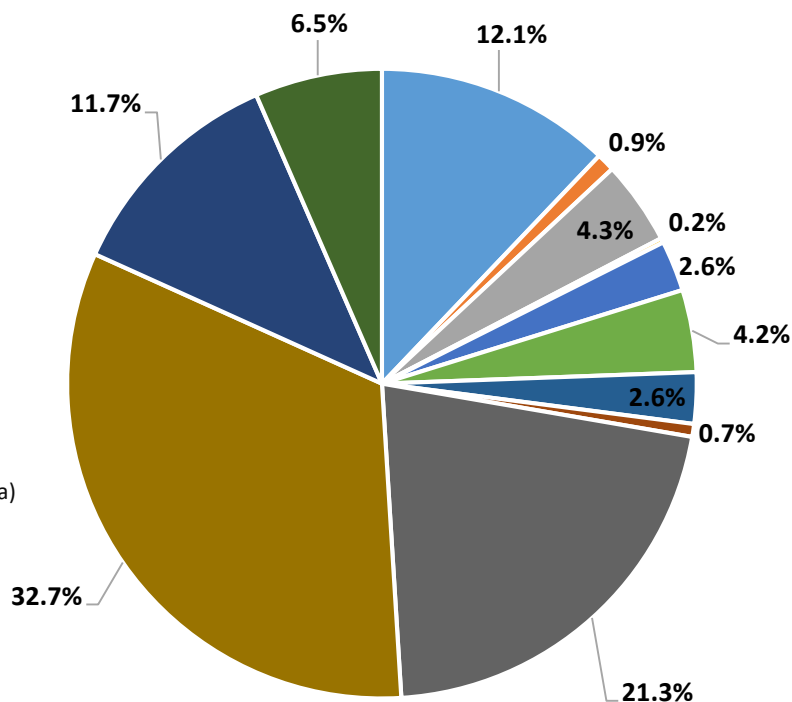
б) Структура затрат

Статья	2016	2017
Расходы на оплату труда административно-управленческого персонала	\$ 86 176	\$ 119 460
Аренда офиса	\$ 6 653	\$ 5 940
Амортизация ОС	\$ 30 594	\$ 27 316
Коммунальные расходы офиса	\$ 1 663	\$ 1 485
Транспортные расходы административно-управленческого персонала	\$ 18 493	\$ 24 484
Прочие административные расходы	\$ 30 000	\$ 24 000
Аренда склада	\$ 18 720	\$ 19 286
Коммунальные расходы склада	\$ 4 680	\$ 4 821
Транспортные расходы на доставку (Украина)	\$ 151 514	\$ 184 045
Маркетинговые расходы	\$ 232 681	\$ 200 798
Прочие операционные затраты	\$ 83 300	\$ 68 700
Затраты Финансовой деятельности	\$ 46 481	\$ 8 632
ИТОГО расходы	\$ 710 955	\$ 688 967

Начало

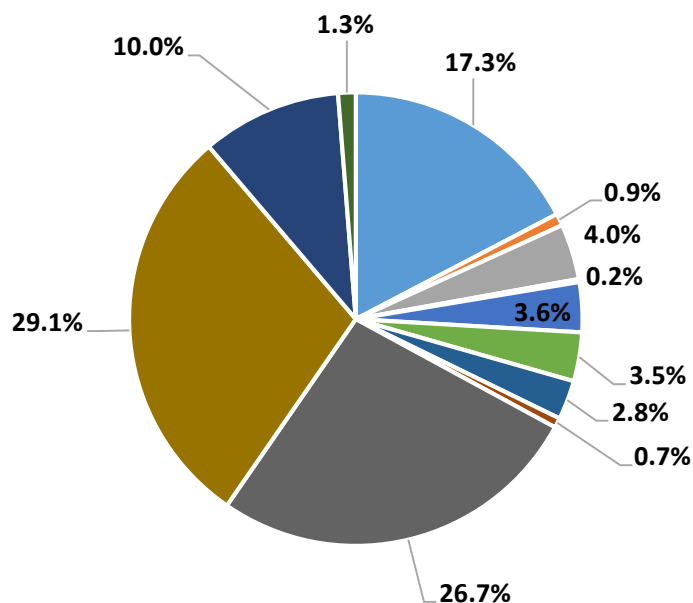
Структура затрат 2016

- Расходы на оплату труда административно-управленческого персонала
- Аренда офиса
- Амортизация ОС
- Коммунальные расходы офиса
- Транспортные расходы административно-управленческого персонала
- Прочие административные расходы
- Аренда склада
- Коммунальные расходы склада
- Транспортные расходы на доставку (Украина)
- Маркетинговые расходы
- Прочие операционные затраты
- Затраты Финансовой деятельности



Структура затрат 2017

- Расходы на оплату труда административно-управленческого персонала
- Аренда офиса
- Амортизация ОС
- Коммунальные расходы офиса
- Транспортные расходы административно-управленческого персонала
- Прочие административные расходы
- Аренда склада
- Коммунальные расходы склада
- Транспортные расходы на доставку (Украина)
- Маркетинговые расходы
- Прочие операционные затраты
- Затраты Финансовой деятельности



с) Отчет о прибыли и убытках (P&L) сводный

Показатель	2016	2017
Объём продаж	\$2 525 237	\$3 346 265
Себестоимость	-\$1 601 054	-\$2 120 101
Валовая прибыль	\$924 183	\$1 226 164
Рентабельность	36.6%	36.6%
Операционные затраты	-\$633 880	-\$653 019
ЕВИТДА	\$290 303	\$573 145
ЕВИТДА,%	11.5%	17.1%
Амортизация	-\$30 594	-\$27 316
ЕВИТ	\$259 708	\$545 828
ЕВИТ,%	10.3%	16.3%
%-ты по кредиту	-\$46 481	-\$8 632
ЕВТ	\$213 227	\$537 196
ЕВТ,%	8.4%	16.1%
Налог на прибыль (18%)	-\$46 859	-\$96 695
Чистая прибыль	\$166 368	\$440 501
Чистая прибыль,%	6.6%	13.2%

Источник: FinPlan_Klammer 2016-2017P&L

[Начало](#)

d) Отчет о прибыли и убытках (P&L) по месяцам

	январь.16	февр.16	мар.16	апр.16	май.16	июнь.16	июль.16	авг.16	сен.16	окт.16	ноя.16	дек.16	2 016
Чистые продажи	\$ -	\$ -	\$ 31 693	\$ 106 560	\$ 216 142	\$ 296 933	\$ 312 318	\$ 312 318	\$ 312 318	\$ 312 318	\$ 312 318	\$ 312 318	\$ 2 525 237
Себестоимость (-)	\$ -	\$ -	-\$ 20 307	-\$ 67 831	-\$ 137 418	-\$ 188 242	-\$ 197 876	-\$ 197 876	-\$ 197 876	-\$ 197 876	-\$ 197 876	-\$ 197 876	-\$ 1 601 054
Валовая прибыль	\$ -	\$ -	\$ 11 387	\$ 38 730	\$ 78 724	\$ 108 691	\$ 114 442	\$ 114 442	\$ 114 442	\$ 114 442	\$ 114 442	\$ 114 442	\$ 924 183
Расходы (-)	-\$ 14 972	-\$ 14 972	-\$ 19 794	-\$ 31 184	-\$ 47 856	-\$ 60 148	-\$ 70 876	-\$ 70 876	-\$ 70 876	-\$ 70 876	-\$ 70 876	-\$ 90 576	-\$ 633 880
ЕБИТДА	-\$ 14 972	-\$ 14 972	-\$ 8 407	\$ 7 545	\$ 30 867	\$ 48 543	\$ 43 566	\$ 43 566	\$ 43 566	\$ 43 566	\$ 43 566	\$ 23 866	\$ 290 303
Амортизация (-)	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 2 550	-\$ 30 594
ЕБИТ	-\$ 17 521	-\$ 17 521	-\$ 10 957	\$ 4 996	\$ 28 318	\$ 45 994	\$ 41 017	\$ 41 017	\$ 41 017	\$ 41 017	\$ 41 017	\$ 21 317	\$ 259 708
Проценты (25%) (-)	\$ -	-\$ 365	-\$ 738	-\$ 1 811	-\$ 3 665	-\$ 5 945	-\$ 7 040	-\$ 6 612	-\$ 5 984	-\$ 5 386	-\$ 4 777	-\$ 4 158	-\$ 46 481
ЕВТ	-\$ 17 521	-\$ 17 887	-\$ 11 694	\$ 3 185	\$ 24 653	\$ 40 049	\$ 33 977	\$ 34 404	\$ 35 032	\$ 35 631	\$ 36 240	\$ 17 159	\$ 213 227
Налог на прибыль (18%) (-)	\$ -	\$ -	\$ -	-\$ 573	-\$ 4 438	-\$ 7 209	-\$ 6 116	-\$ 6 193	-\$ 6 306	-\$ 6 414	-\$ 6 523	-\$ 3 089	-\$ 46 859
Чистая прибыль	-\$ 17 521	-\$ 17 887	-\$ 11 694	\$ 2 612	\$ 20 216	\$ 32 840	\$ 27 861	\$ 28 212	\$ 28 727	\$ 29 217	\$ 29 716	\$ 14 070	\$ 166 368

	январь.17	февр.17	мар.17	апр.17	май.17	июнь.17	июль.17	авг.17	сен.17	окт.17	ноя.17	дек.17	2 017
Чистые продажи	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 278 855	\$ 3 346 265
Себестоимость (-)	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 176 675	-\$ 2 120 101
Валовая прибыль	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 102 180	\$ 1 226 164
Расходы (-)	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 53 587	-\$ 52 424	-\$ 64 724	-\$ 653 019
ЕБИТДА	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 48 593	\$ 49 756	\$ 37 456	\$ 573 145
Амортизация (-)	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 2 276	-\$ 27 316
ЕБИТ	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 47 480	\$ 35 180	\$ 545 828
Проценты (25%) (-)	-\$ 3 865	-\$ 2 266	-\$ 1 602	-\$ 838	-\$ 61	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	-\$ 8 632
ЕВТ	\$ 42 452	\$ 44 051	\$ 44 715	\$ 45 479	\$ 46 256	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 46 317	\$ 47 480	\$ 35 180	\$ 537 196
Налог на прибыль (18%) (-)	-\$ 7 641	-\$ 7 929	-\$ 8 049	-\$ 8 186	-\$ 8 326	-\$ 8 337	-\$ 8 337	-\$ 8 337	-\$ 8 337	-\$ 8 337	-\$ 8 546	-\$ 6 332	-\$ 96 695
Чистая прибыль	\$ 34 810	\$ 36 122	\$ 36 666	\$ 37 293	\$ 37 930	\$ 37 980	\$ 37 980	\$ 37 980	\$ 37 980	\$ 37 980	\$ 38 933	\$ 28 847	\$ 440 501

[Начало](#)

Источник: FinPlan_Klammer 2016-2017/Баланс

f) CashFlow

2016 год	янв.16	фев.16	мар.16	апр.16	май.16	июн.16	июл.16	авг.16	сен.16	окт.16	ноя.16	дек.16
Закупка Товара	\$ -	\$ -	\$ 40 614	\$ 115 355	\$ 207 005	\$ 239 066	\$ 207 510	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876
Оплата поставщикам	\$ -	\$ -	\$ 69 043	\$ 185 949	\$ 317 993	\$ 337 703	\$ 258 647	\$ 237 451	\$ 237 451	\$ 237 451	\$ 237 451	\$ 237 451
Возврат ДЗ	\$ -	\$ -	\$ 76 064	\$ 217 713	\$ 390 867	\$ 453 269	\$ 393 244	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782

2017 год	янв.17	фев.17	мар.17	апр.17	май.17	июн.17	июл.17	авг.17	сен.17	окт.17	ноя.17	дек.17
Закупка Товара	\$155 474	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675	\$176 675
Оплата поставщикам	\$165 368	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010	\$212 010
Возврат ДЗ	\$294 471	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627	\$334 627

Расчет производился исходя из данных по оборачиваемости:

Товар – 30 календарных дней

Дебеторка – 30 календарных дней

Кредиторка – 30 календарных дней

[Начало](#)

г) Баланс

	янв.16	фев.16	мар.16	апр.16	май.16	июн.16	июл.16	авг.16	сен.16	окт.16	ноя.16	дек.16	на 31 декабря 2016
Денежные средства	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Запасы готовой продукции	\$ -	\$ -	\$ 20 307	\$ 67 831	\$ 137 418	\$ 188 242	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876
Торговая дебиторка	\$ -	\$ -	\$ 38 032	\$ 127 872	\$ 259 370	\$ 356 320	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782	\$ 374 782
Всего активов	\$ -	\$ -	\$ 58 339	\$ 195 703	\$ 396 788	\$ 544 562	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658
Краткосрочные кредиты	\$ 17 521	\$ 35 408	\$ 86 919	\$ 175 906	\$ 285 361	\$ 337 897	\$ 317 394	\$ 287 256	\$ 258 529	\$ 229 312	\$ 199 596	\$ 185 525	\$ 185 525
Торговая кредиторка	\$ -	\$ -	\$ 20 307	\$ 67 831	\$ 137 418	\$ 188 242	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876	\$ 197 876
Прочая кредиторка (НДС)	\$ -	\$ -	-\$ 1 784	-\$ 3 543	-\$ 1 716	\$ 9 858	\$ 20 962	\$ 22 888	\$ 22 888	\$ 22 888	\$ 22 888	\$ 22 888	\$ 22 888
Нераспределенная прибыль	-\$ 17 521	-\$ 35 408	-\$ 47 102	-\$ 44 491	-\$ 24 275	\$ 8 565	\$ 36 426	\$ 64 638	\$ 93 364	\$ 122 581	\$ 152 298	\$ 166 368	\$ 166 368
Всего обязательств	\$ -	\$ -	\$ 58 339	\$ 195 703	\$ 396 788	\$ 544 562	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658	\$ 572 658

	янв.17	фев.17	мар.17	апр.17	май.17	июн.17	июл.17	авг.17	сен.17	окт.17	ноя.17	дек.17	на 31 декабря 2017
Денежные средства	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 34 998	\$ 72 978	\$ 110 958	\$ 148 938	\$ 186 918	\$ 224 898	\$ 263 831	\$ 292 678	\$ 292 678
Запасы готовой продукции	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675
Торговая дебиторка	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627	\$ 334 627
Всего активов	\$ 511 302	\$ 511 302	\$ 511 302	\$ 511 302	\$ 546 300	\$ 584 280	\$ 622 260	\$ 660 240	\$ 698 220	\$ 736 199	\$ 775 133	\$ 803 980	\$ 803 980
Краткосрочные кредиты	\$ 108 772	\$ 76 890	\$ 40 224	\$ 2 931	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Торговая кредиторка	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675	\$ 176 675
Прочая кредиторка (НДС)	\$ 24 676	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436	\$ 20 436
Нераспределенная прибыль	\$ 201 178	\$ 237 300	\$ 273 966	\$ 311 259	\$ 349 189	\$ 387 169	\$ 425 149	\$ 463 128	\$ 501 108	\$ 539 088	\$ 578 022	\$ 606 869	\$ 606 869
Всего обязательств	\$ 511 302	\$ 511 302	\$ 511 302	\$ 511 302	\$ 546 300	\$ 584 280	\$ 622 260	\$ 660 240	\$ 698 220	\$ 736 199	\$ 775 133	\$ 803 980	\$ 803 980

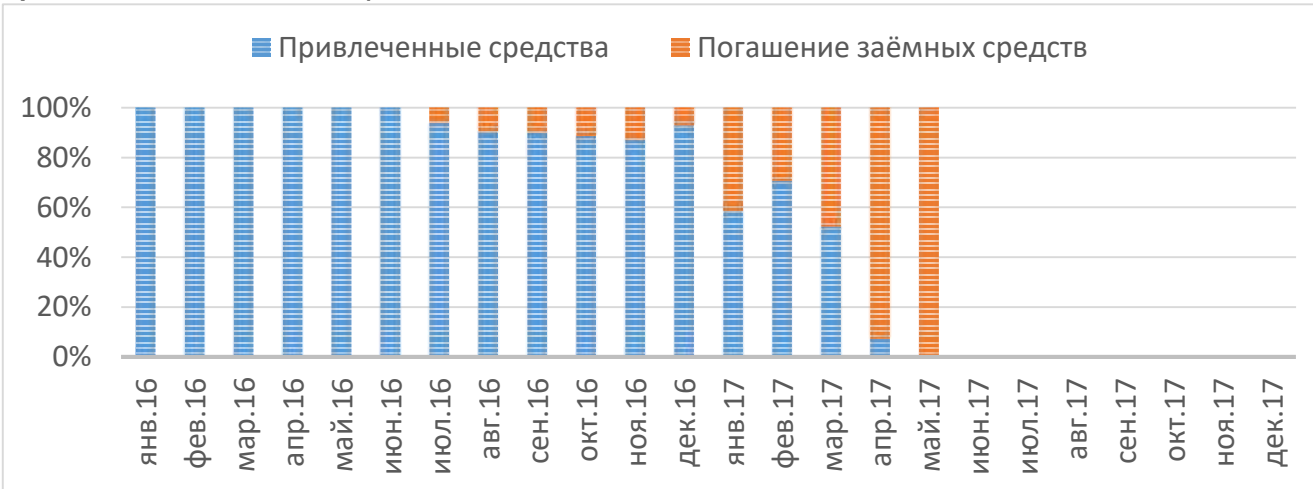
Источник: FinPlan_Klammer 2016-2017/Баланс

[Начало](#)

h) Потребность в финансировании



3) Погашение заёмных средств



Как видно из графика, в июне 17 года, накопленного капитала будет достаточно для поддержания проекта.

Источник: FinPlan_Klammer 2016-2017/Баланс

[Начало](#)

i) Оценка эффективности проекта

USD	2016	2017
Revenue	\$2 525 237	\$3 346 265
Cost of sales	\$1 601 054	\$2 120 101
Gross profit	\$ 924 183	\$1 226 164
Gross margin	37%	37%
Administrative costs	\$ 226 285	\$ 244 069
Selling costs	\$ 407 595	\$ 408 950
Depreciation	\$ 30 594	\$ 27 316
EBIT	\$ 290 303	\$ 573 145
EBIT margin	11%	17%
Tax rate	\$ 46 859	\$ 96 695
Financial expenses	\$ 46 481	\$ 8 632
Net profit	\$ 166 368	\$ 440 501
CFO	\$ 196 962	\$ 467 817
CapEx		
Change in working capital	\$ 346 462	-\$ 346 462
FCF	-\$ 149 500	\$ 814 279
Discount factor	0.83	0.68
DFCF	-\$ 123 554	\$ 556 164
Sum of DFCF		432 610
IRR		93.0%

[Начало](#)