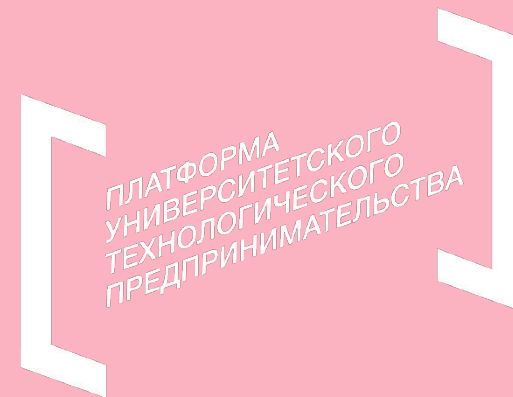



# Проект «Бренд одежды «ССРwear»»


Исполнители: Кетова Дарья,  
Капустина Алёна, Санталова  
Анастасия, Никулин Александр



ГИЛЬДИЯ  
СТУДЕНЧЕСКОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА


1. Проблема проявления индивидуальности с помощью одежды, в связи с отсутствием уникальных товаров на рынке (тип потребителей — молодые люди 19-27 лет, которые разбираются в трендах, следят за новинками мира моды и любят выделяться из толпы)
  2. Проблема привлечения новой аудитории (в социальных сетях) из-за однотипного контента, который можно «разбавить» яркими оригинальными образами и лайфхаками их стилизации (тип — инфлюенсеры)
  3. Проблема отсутствия идей вдохновения для творческой реализации (тип — работники креативной индустрии: фотографы, стилисты, креативные агентства и др.)
- 

## БАЗОВАЯ БИЗНЕС-ИДЕЯ



Создание Пермского бренда одежды «ССРwear», который позволит людям по-новому взглянуть на классические образы, используя оригинальные и яркие элементы одежды.

Идея: производства мерча бренда «ССРwear», отличительная черта которого заключается в использовании трендовой ткани неоновых расцветок в стиле эпохи 1990-х годов.



# Описание продукта



## Уникальное ценностное предложение

Основной продукт бренда — Боди-пуховик: уникальный и первый в своем роде продукт на рынке верхней одежды.

- Привлекает внимание яркими расцветками в стиле 90-х и актуальными моделями
- Соединяет в себе 2 базовых и практичных элемента гардероба
- Хорошая терморегуляция пуховика
- Более эффективно сохраняет тепло тела при погоде до - 30 градусов Цельсия благодаря удобной застежке-боди

Другие товары: брендовые футболки и толстовки-худи

# Описание рынка

## ПРОФИЛЬ СЕГМЕНТА РЫНКА: B2C

	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
<b>Представители</b>	Молодые люди 19-27 лет, которые разбираются в трендах и следят за новинками в сфере моды, любят выделяться из толпы. Ведут активный социальный образ жизни.	Инфлюэнсеры, которые приобретают яркие вещи, чтобы использовать в их контенте в социальных сетях	Креативные агентства, фотографы, которым важно иметь креативные вещи для их работы, например, съёмок.
<b>Мотивация к совершению покупки</b>	Любят носить уникальные трендовые вещи, привлекающие внимание	Приобретение ярких вещей для контента в социальных сетях	Приобретение ярких вещей для профессиональной деятельности, крутых фотосъёмок

# Описание рынка

Мы изучаем рынок верхней одежды в Перми. Наша ниша рынка — это онлайн сервисы и пермские магазины одежды

	TAM	SAM	SOM
<b>Сверху-вниз</b>	<p>Рынок fashion-сегмента составляет в России на 2022 год 1,8 трлн рублей. Это цифра рынка в целом, включающего все возможные эксклюзивные брендовые вещи.</p> <p>Делаем предположение, что не все готовы и финансово обеспечены для покупки эксклюзивной одежды, допустим 15%.</p> <p><b>TAM = 1,8 x 0.15 = 273 млрд.</b></p>	<p>Теперь нужно отсечь ту часть рынка, которая может попасть в наш карман. В Пермском крае уровень продаж непродовольственных товаров составил 273 млрд. Примерно 5% от продаж составляет эксклюзивная одежда.</p> <p><b>SAM = 0,05 x 273 млрд = 13,7 млрд (в ПК)</b></p>	<p>Дальше надо понять, какую часть этого рынка сможем взять мы. В Перми существует 3 локальный эксклюзивных бренда верхней одежды + добавляем российский бренды покупаемые в Перми и Пермском крае - 10. Итого 13 брендов. Делим SAM на 13 компаний на рынке: получаем</p> <p><b>SOM = 1,05 млрд</b></p>
<b>Снизу-вверх</b>	<p>В России 67% населения имеют доход от 27 до 100 тысяч рублей. Из них только 26% - молодые люди от 18 до 35 лет. В итоге 21 млн потенциальных пользователей. Это все, кто потенциально могут пользоваться нашим продуктом.</p> <p><b>TAM = 15000 x 21 млн = 315 млрд рублей</b></p>	<p>Доля жителей Перми в России - 0,007%. Доля женщин в Перми - 56% Итого потенциальная выручка, если каждая молодая жительница Перми купит наш пуховик</p> <p><b>SAM = 315 млрд x 0,007 x 0,56 = 1,2 млрд</b></p>	<p>Средний ценник за боди-пуховик — 15000 рублей. Мы сможем использовать примерную базу пользователей (15 000 человек).</p> <p><b>SOM = 15000 x 15000 = 225 млн</b></p>



## Основные конкуренты

Molotov (ИП Ермолин Иван Юрьевич)

Molodost (ИП Бобкова Елизавета Михайловна)

Anteater (ИП Яруцкая Ольга Николаевна)

## Анализ конкурентов

Бренды, основанные около 10 лет назад

Популярные и устойчивые на рынке

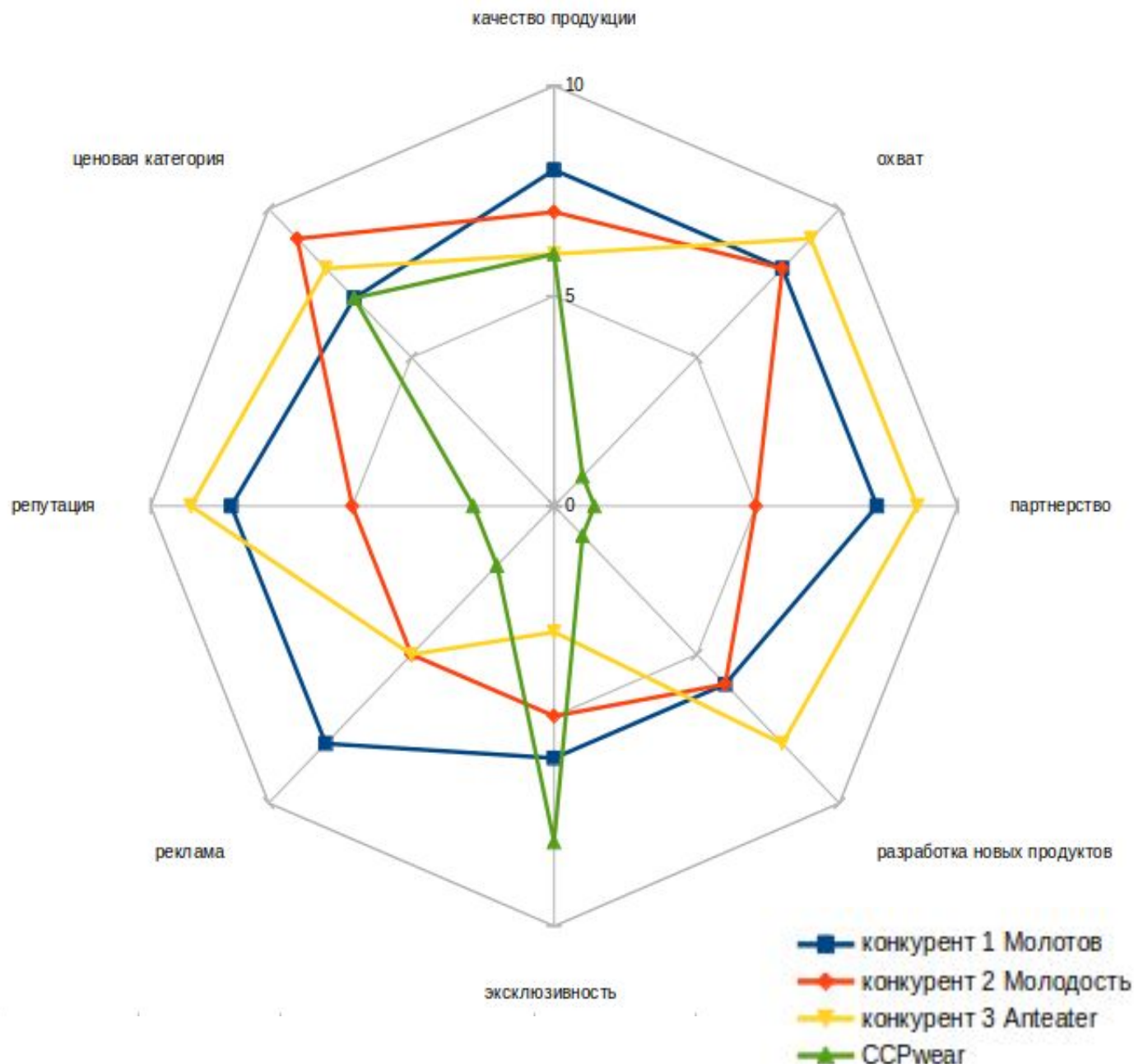
Коллаборации с другими брендами

Онлайн и оффлайн ассортимент

Доступный контент и ценовой сегмент

## Конкурентные преимущества

- Уникальность продукта
- Хорошее качество продукта
- Актуальность среди молодёжи
- Необычные дизайнерские решения
- Доступная ценовая категория







**Доходы:** 13 395 000

**Расходы:** 9 005 000, в том числе текущие - 8 155 700,  
капитальные - 850 000

**Чистая прибыль:** 3 585 600

**Срок окупаемости:** 0,24

## ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА

### Лидер стартап-проекта:

Кетова Дарья Александровна

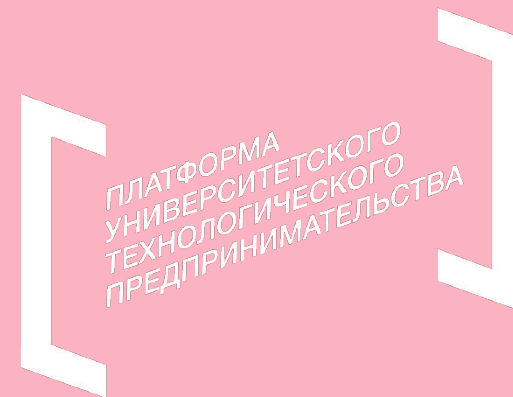


### Команда стартап-проекта:

Кетова Дарья Александровна, руководитель  
Капустина Алёна Евгеньевна, инженер  
Никулин Александр Валерьевича, коммуникатор  
Санталова Анастасия Дмитриевна, маркетолог



Спасибо!



ГИЛЬДИЯ  
СТУДЕНЧЕСКОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

