

---

# Развитие экононаправления бренда детской одежды Aueva и его масштабирование

Аюева Юлия Юрьевна



# Проблемы и тенденции модной индустрии

01

Загрязнения окружающей среды легкой промышленностью прогнозируется ростом на 33% к 2030г

02

Не этичные условия производства быстрой моды

03

Перепроизводство дешевых одноразовых вещей

04

Проблема утилизации и отходов

05

Выделение полимерных микроволокон после стирки, загрязняющих воду

06

Снижение тренда на экоустойчивость в связи с социальными и экономическими проблемами

01

Сформировалось устойчивое направление на сохранение экологии и заботу о будущем

02

Рост локальных производителей и спроса на такие бренды и уменьшение углеродного следа

03

Увеличение спроса на более качественные продукты с длительным сроком службы

04

Разработка технологий по производству устойчивых материалов, а так же переработке

05

С 2019г в 3 раза выросла поддержка покупателями экологичных брендов

06

Рост спроса на 50% вторичного использования вещей б/у, к 2029 году кратный рост рынка перепродажи Сервисов по аренде

# Принципы устойчивой моды для развития экологичного бренда

- Экологичность материалов по составу и использованию;
- Этичное отношение к справедливой оплате труда;
- Производство изделий без использования животных материалов;
- Стремление к "нулевым отходам";
- Прозрачность политики в отношении экологии;
- Поддержка эко-взглядов и обучение аудитории через сайт и соц.сети.



# Бренд AUEVA

- Зарегистрирован в 2022 как товарный знак, открыт с в 2019 ;
- Занимается созданием экологичной одежды и аксессуаров из льна для детей от 1-6 лет;
- В уникальном дизайне с принтами и вышивкой ручной работы;
- Производство на аутсорсе, все остальные задачи на собственнике;
- Каналы продаж и продвижения: маркетплейсы, соц. сети, партнерские магазины и собственный сайт;
- Эко направления: по созданию лекал, принцип безотходного производства, вещи в ограниченном тираже и под заказ;
- Бренд направлен на узкую целевую аудиторию и занимает около 1% среди локальных дизайнерских брендов детской одежды в “среднем плюс” сегменте , работая на российском рынке.



**AUEVA**

## Сильные стороны

- Возможность создавать индивидуальные заказы, высокое качество материалов и пошива
- Комфортные, стильные модели с трендовым дизайном
- Уникальность изделий за счет вышивки и принтов ручной работы
- Экологичность и безопасность продукции
- Существующая база клиентов, положительные отзывы покупателей
- Диверсифицированные каналы продвижения и сбыта
- Сотрудничество с модными магазинами в центре Москвы и СПб, увеличивающими узнаваемость бренда

## Слабые стороны

- Относительно высокая цена по сравнению с масс-маркет брендами
- Ограниченная доступность в розничных магазинах
- Недостаточная узнаваемость бренда
- Отсутствие собственного производства
- Не выстроенная маркетинговая стратегия
- Многие бизнес процессы завязаны на одном человеке-основателе бренда

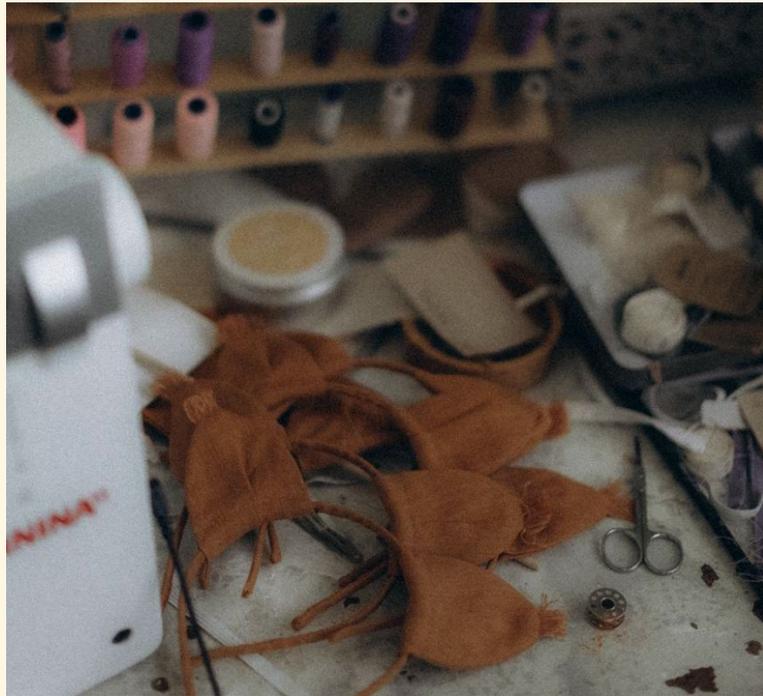
## Возможности

- Расширение ассортимента продукции
- Растущий спрос на экологичные бренды
- Развитие существующих и новых каналов продвижения
- Коллаборации с другими экологичными брендами
- Выход на новые рынки
- Участие в экологических конкурсах и премиях
- Печать в популярных среди ЦА изданиях

## Угрозы

- Увеличение конкуренции
- Изменение потребительских предпочтений в сторону более доступной одежды;
- Экономические спады, которые могут привести к снижению платежеспособной аудитории ориентированной на экологичные бренды;
- Дефицит кадров и срывы сроков производства;
- Проблемы с поставщиками материалов и оборудования,
- Увеличение налогов и процентных ставок в банках;

# 3 направления для развития



## Улучшение продукта и качества производства:

Создание собственного экспериментального цеха для улучшения качества и скорости производства;

Развитие направления индивидуализации и кастоматизации продукта, сделать акцент на уникальности



## Введение эко практик:

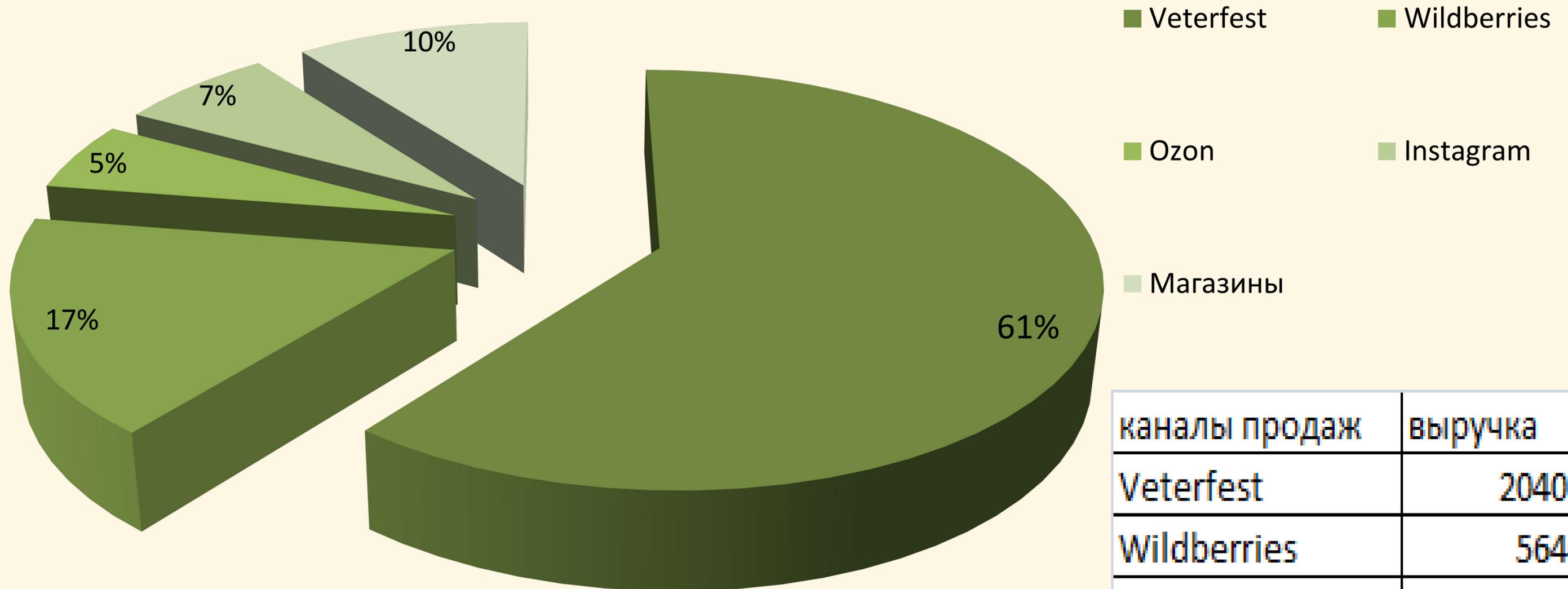
- Безотходное производство
- Система приема и вторичного использования вещей



## Развитие маркетинга компании:

- Постороение мркетингового плана экобренда в соответствии с 4P
- Реклама и PR в соц сетях
- Публикации в печатных изданиях
- Привлечение целевой аудитории на сайт с новых каналов трафика

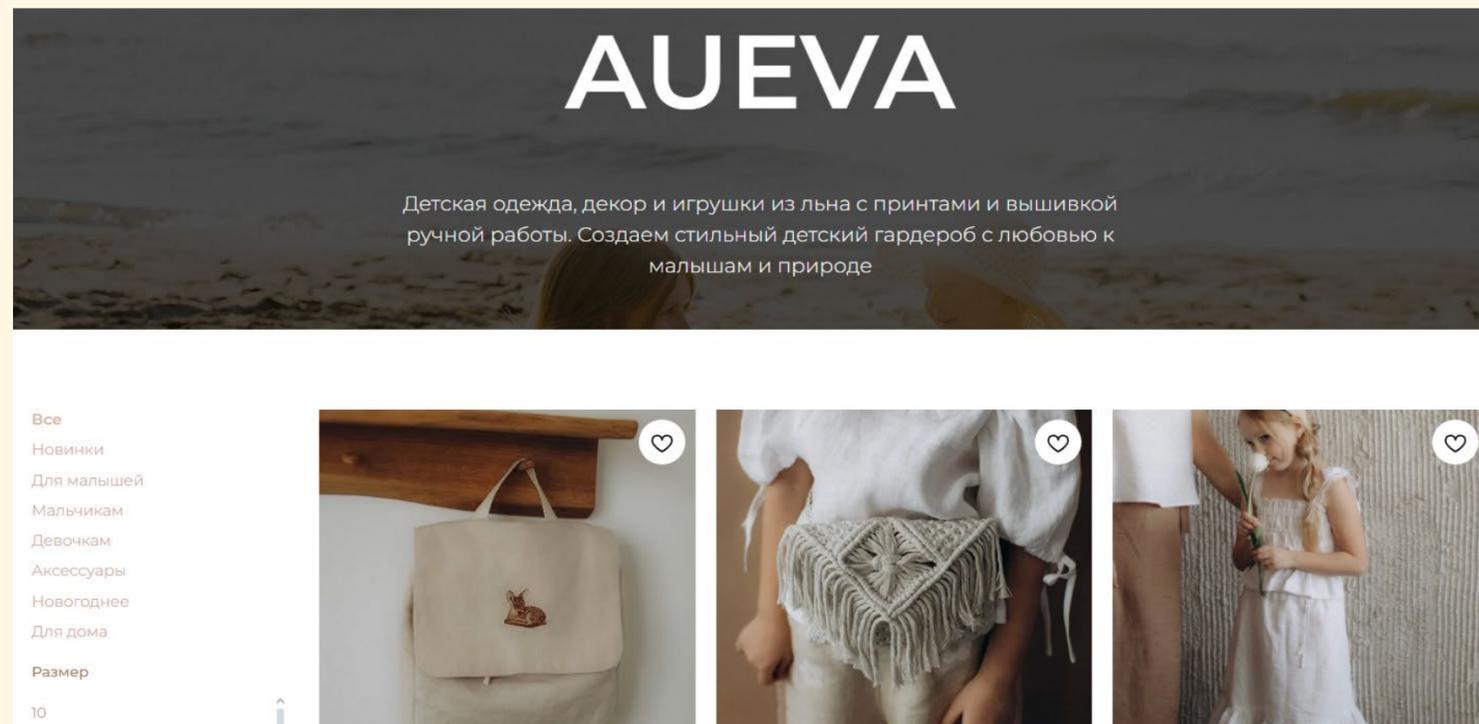
# Доля выручки по каналам продаж за май 2024



- Veterfest
- Wildberries
- Ozon
- Instagram
- Магазины

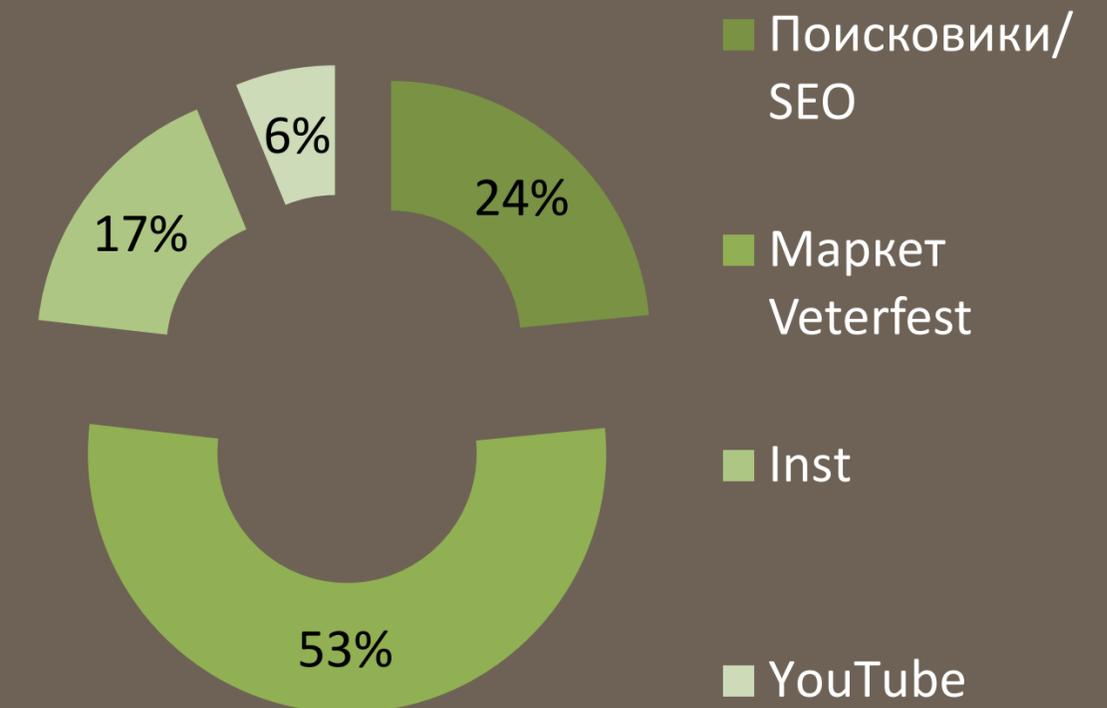
каналы продаж	выручка
Veterfest	204000
Wildberries	56400
Ozon	18200
Instagram	22900
Магазины	34600

# Сайт бренда



Основное направление сейчас на генерацию продаж, а также формирование лояльности к бренду через различные виды коммуникации и обучающие статьи, ролики по экологии и детскому стилю будут развиваться через собственный сайт AUEVA.ru

## Основные источники трафика



Коммуникация через:

- Рекламу: в соц. сетях, таргетированную в ВК и на маркетплейсах;
- PR: через участие в модных показах;
- Личные продажи: участие в маркетах и фестивалях;
- Прямой маркетинг: через мессенджеры;
- Стимулирование сбыта: акции скидки, премии и подарки.

# Маркетинговый план



01

## Анализ

- ЦА
- Конкурентов
- Каналов продаж
- Точки А бренда

02

## Постановка целей

- Узнаваемость бренда
- Увеличение каналов продаж
- Рост чека
- Рост прибыли

03

## План действий:

- Улучшение продукции
- Создание вирального и полезного контента для развития в соц.сетях
- Публикации в СМИ
- Работа с клиентской базой

# Организационный план

Календарный план по формированию команды и финансовым показателям сформирован на 5 лет

Средняя численность персонала по годам, чел.					
Должность или подразделение	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Директор	1	1	1	1	1
Ассистент	1	1	1	1	1
Конструктор- портной	1	1	1	1	1
Швея-закройщица	0	1	2	2	2
Маркетолог СММ специалист	0	1	1	1	1
Вышивальщица	0	1	1	1	1
<b>Всего</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

Штат сотрудников. На начальном уровне будут наниматься многопрофильные специалисты, способные закрывать несколько задач на небольшом объеме.

С основной фиксированной зарплатой и премией за выполнение планов и дополнительных задач

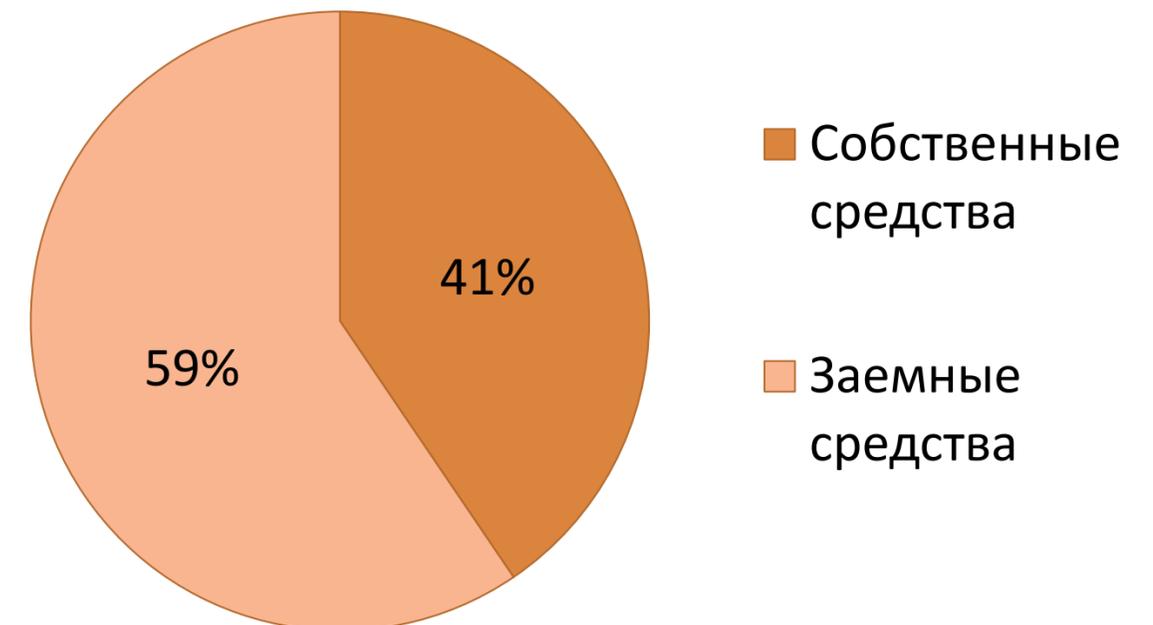


# Финансовый план

## Статьи расходов, требующие финансирования

Наименование статей затрат	Стоимость	Источник финансирования		Проверка	Амортизация	
		Собственные средства	Заемные средства		СПИ, мес.	руб./мес.
<b>Оборудование</b>	<b>503 700</b>	<b>0</b>	<b>503 700</b>	<b>0</b>	<b>х</b>	<b>4 307</b>
Швейная машинка прямострочная	37 000	0	37 000	0	120	308
Швейная машинка прямострочная	37 000	0	37 000	0	120	308
Оверлок	47 000	0	47 000	0	120	392
Вышивальная швейная машинка	250 000	0	250 000	0	120	2 083
Стол с парогенератором	90 000	0	90 000	0	120	750
Нож дисковый раскройный	9 900	0	9 900	0	36	275
Раскройный стол	10 000	0	10 000	0	120	83
Прочее оборудование и комплектующие	10 000	0	10 000	0	0	0
Осветительные приборы	12 800	0	12 800	0	120	107
<b>Ремонт</b>	<b>0</b>	<b>10 000</b>	<b>0</b>	<b>-10 000</b>	<b>х</b>	<b>0</b>
Швейного оборудования	0	10 000	0	-10 000	24	0
<b>Прочие расходы</b>	<b>0</b>	<b>333 000</b>	<b>0</b>	<b>-333 000</b>	<b>х</b>	<b>0</b>
Реклама и продвижение	0	120 000	0	-120 000	12	0
Аренда		84 000	0	-84 000	12	0
Сопроводительная документация		120 000	0	-120 000	36	0
Сайты	0	9 000	0	-9 000	12	0
<b>Итого</b>	<b>503 700</b>	<b>343 000</b>	<b>503 700</b>	<b>-343 000</b>	<b>х</b>	<b>4 307</b>

### Источники финансирования



Финансовый план реализации проекта предусматривает: приобретение оборудования и обустройства цеха в размере 503,7 тыс. р.

Инициатор проекта вкладывает в организацию проекта собственный капитал на все прочие расходы.

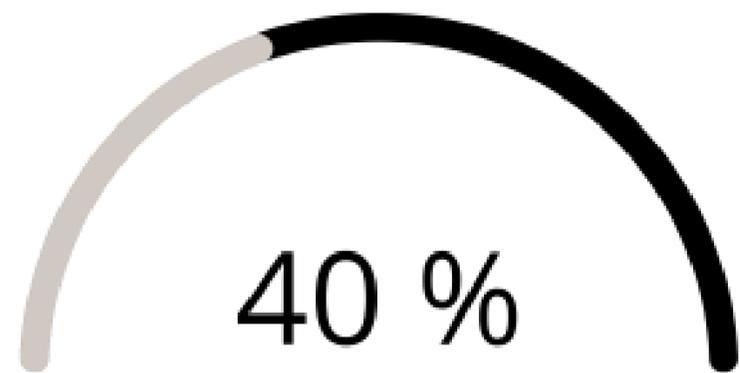
Возврат инвестиций под 20% годовых в течении 2х лет.

# Показатели экономической эффективности

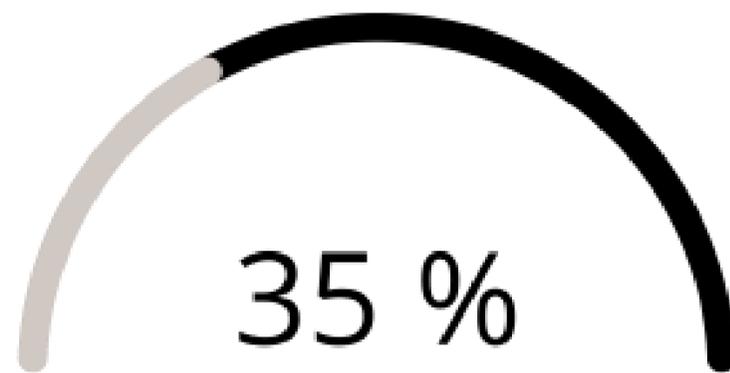
<b>Показатели экономической эффективности проекта за 5 лет</b>				
<b>Показатель</b>	<b>Значение</b>	<b>Ед. изм.</b>	<b>Значение</b>	<b>Ед. изм.</b>
Выручка	75 744 000	руб.	75,7	млн. руб.
Чистая прибыль	42 306 493	руб.	42,3	млн. руб.
Чистая рентабельность проекта	55,9%	%	55,9%	%
Ставка дисконтирования, %	22%	%	22%	%
NPV (чистая приведенная стоимость) проекта	21 567 301	руб.	21,6	млн. руб.
PI проекта (рентабельность инвестиций)	43,8	ед.	43,8	ед.
IRR (внутренняя норма доходности) проекта	368,0%	%	368,0%	%
IRR с учетом процентов по займу	354,8%	%	354,8%	%
Срок окупаемости	3,9	мес.	0,3	лет
Дисконтированный срок окупаемости	4,1	мес.	0,3	лет

# Меры для минимизирования рисков

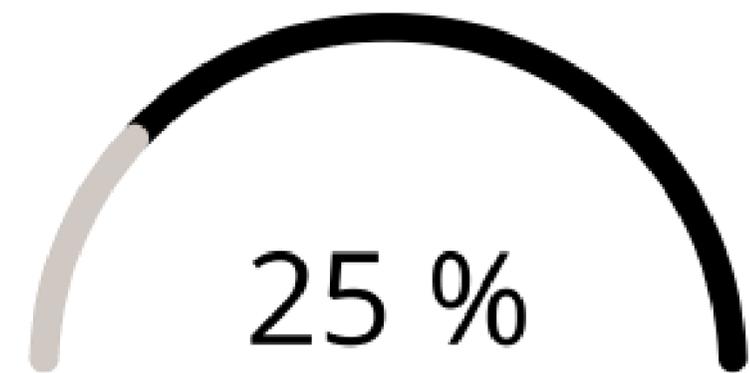
Какие действия сократят вероятность катастрофических ущербов в долгосрочной перспективе:



**Страхование**



**Диверсификация**



**Регулярная внешняя  
и внутренняя аналитика,  
гибкая стратегия развития**



“

...Мы не унаследовали  
Землю, мы взяли ее в  
долг у наших детей...

”

Философия бренда и одна из важнейших причин  
для реализации проекта

AUEVA