



ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ



ВЕХИ
СОЗДАНИЯ

Основатели

- Дмитрий Костыгин и Август Мейер (основатели и бывшие акционеры сети гипермаркетов Лента, а также акционеры компаний Юлмарт, Рив Гош, Улыбка Радуги и др.) развивают в России новый формат торговли Оптоclub® – аналог сети Costco в США

The logo for Yulmart, featuring a stylized red 'Y' icon followed by the word 'ЮЛМАРТ' in red uppercase letters.The logo for Ulybka Radugi, featuring the text 'УЛЫБКА РАДУГИ' in red uppercase letters with a horizontal line of multi-colored dashes below it.The logo for Riv Gos, featuring a colorful square icon followed by the text 'РИВ ГОШ' in blue uppercase letters and 'парфюмерия и косметика' in smaller blue lowercase letters below.The logo for Obuv.com, featuring the text 'obuv.com' in white lowercase letters inside an orange circle.

Планы

- За 3 года (в период с 2015 по 2017 г.) в Санкт-Петербурге и Москве планируется открыть 21 Оптоклуб® и выйти на объем продаж, как минимум, 2 млрд. долларов США в год, что позволит войти в топ 10 российских ритейлеров.





ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ

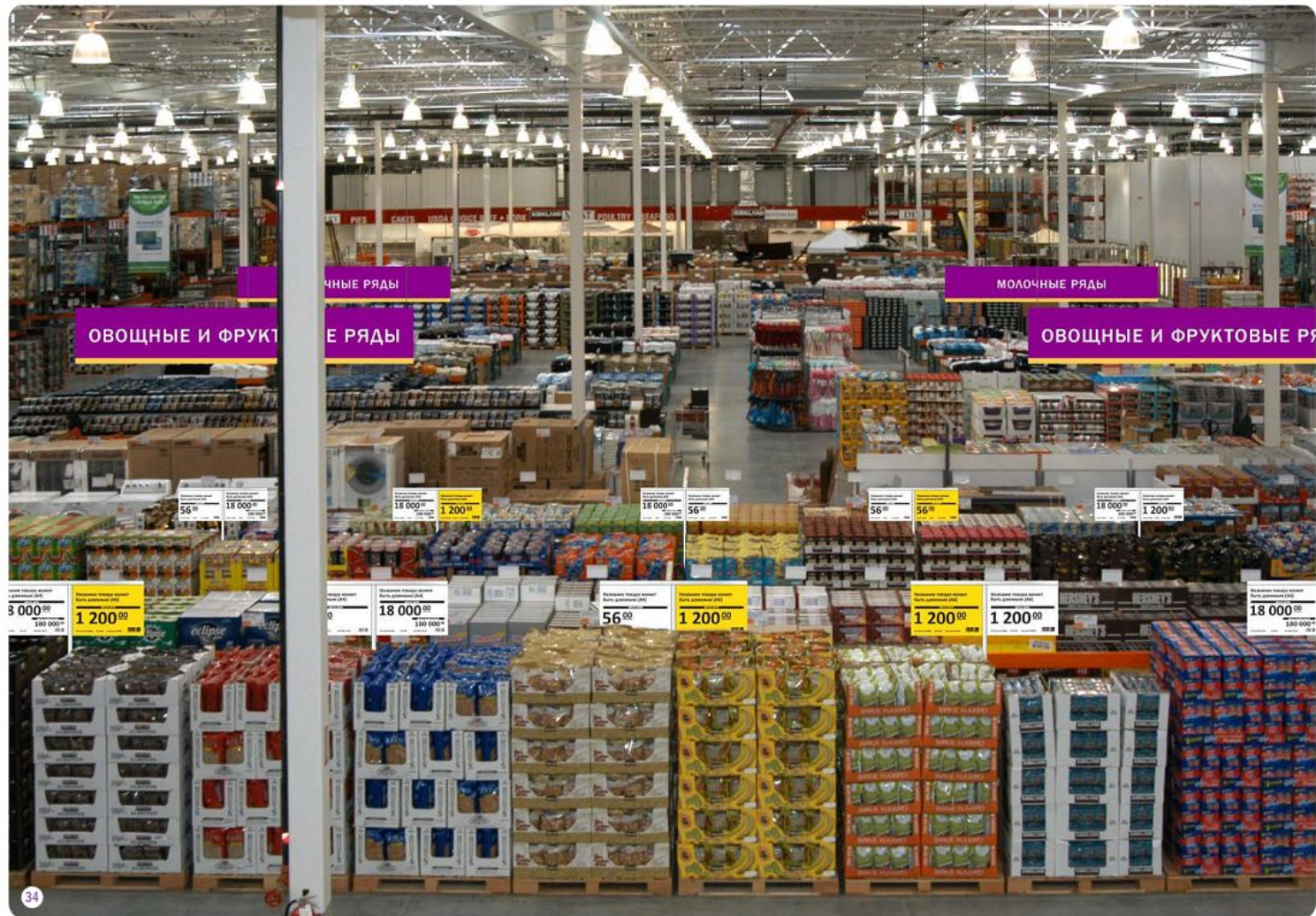


Формат

Оптоклуб® - это новый в России формат торговли, который обеспечит своим клиентам **СТАБИЛЬНО НИЗКИЕ ЦЕНЫ**, действуя по следующим правилам:

- Торговый комплекс самообслуживания с выкладкой на паллеты
- Широкий, но не глубокий ассортимент в 3500 – 4000 SKU
- Ценовая политика минимальных наценок
- Быстрое обслуживание на кассе
- Предоставление документов, необходимых для учета в бухгалтерии

Визуальный ряд



визуальный ряд



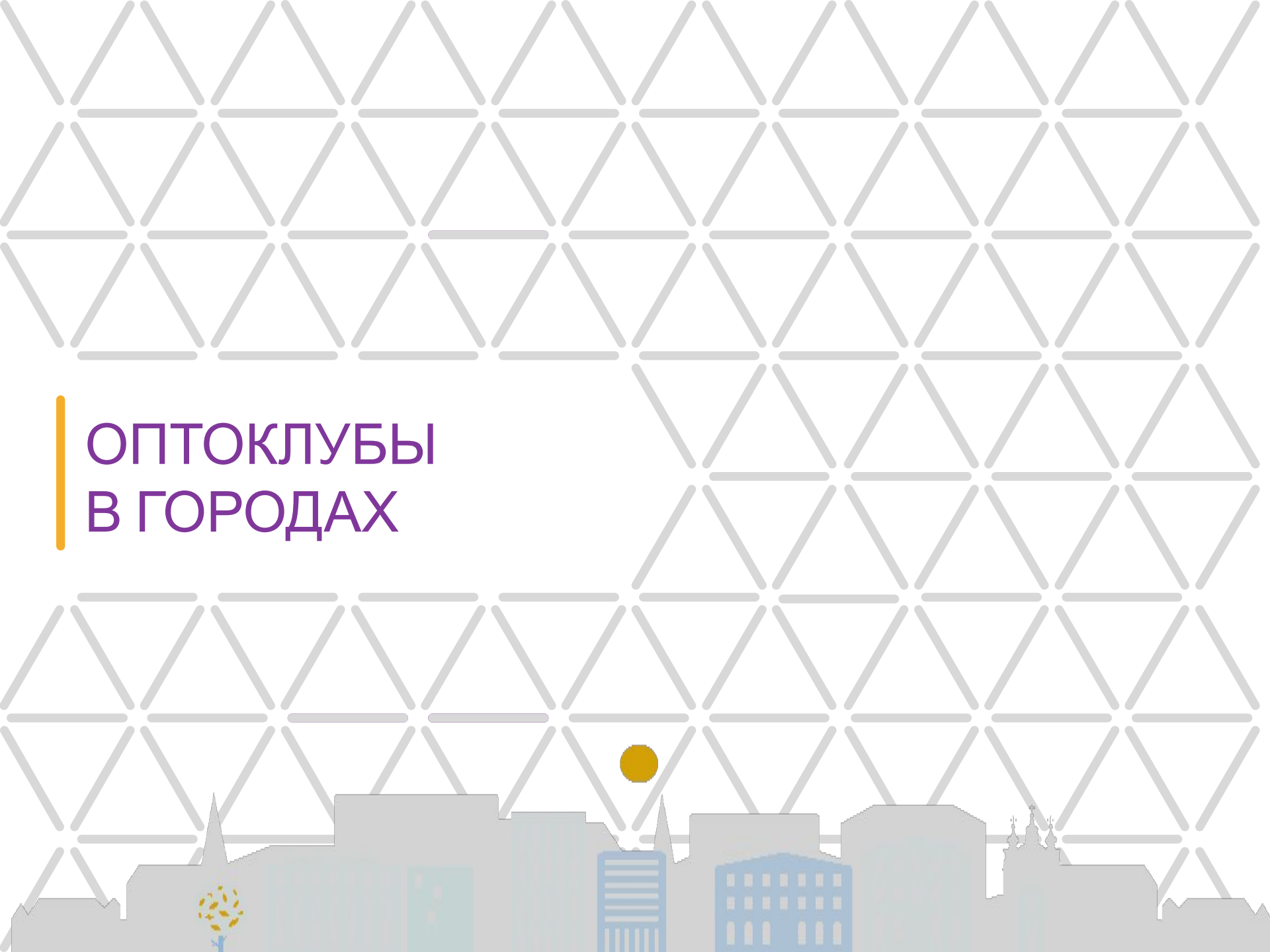
Аудитория

- Целевые клиенты Оптоклубов® в сегменте B2B являются:



Клуб

- Членами Оптоклуба® смогут стать как представители бизнеса, так и физические лица (B2B и B2C аудитория)
- Клубные карты будут платными и будут действовать в течение 12 месяцев с момента покупки. Размер годового клубного взноса будет зависеть от программы, которую выберет клиент
- Совершить покупку в торговом комплексе смогут как члены клуба, так и покупатели без клубных карт



ОПТОКЛУБЫ
В ГОРОДАХ



Расположение

- Оптоклубы® будут размещаться на пересечении кольцевых автодорог с основными трассами города
- Рядом с ними будут созданы удобные парковки
- Интерьеры торговых комплексов будет отличать дружелюбный дизайн
- В перспективе планируется открытие собственного Распределительного Центра

Санкт-Петербург



Москва





ПРОТОТИП
БИЗНЕСА

Costco

Американская сеть COSTCO основана в 1983 году и за чуть более 30 лет достигла оборота в \$105 млрд. и капитализации, превышающей \$55 млрд.

Ключевые параметры формата:

- Программа лояльности форвардного типа – стоимость годовой карты \$55-110 (выручка от членских взносов составляет 2.2% от общей выручки и 75% от операционной прибыли бизнеса)
- Минимальные цены (валовая рентабельность - 10.4%) и сфокусированный ассортимент (3700 SKU при средней площади магазина в 13 тыс.м²)
- Средняя выручка одного клуба - \$162 млн. в год, средняя выручка на м² - \$12 тыс. в год (2013)
- Около 80% площадей находятся в собственности компании
- Высокая лояльность покупателей (90% клиентов продлевают членство)

Около 30% выручки компания получает за пределами США (Канада, Мексика, Великобритания, Япония, Австралия, Корея), при этом, рентабельность иностранных бизнесов выше на 25% из-за более низкого уровня развития локальных рынков.

Компания исторически оценивается инвесторами с премией 20-30% по отношению к другим крупным игрокам сектора (Walmart, Target и др.)

В Канаде Costco является доминирующей в этом формате = 84 торговых комплекса на 34 млн. человек.

В Мексике лидерство в формате складских клубов захватила компания Sam's Clubs (подразделение компании Wal-Mart).

СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ

2015

