

КАЛУТВА

ПРОИЗВОДИТСЯ В РОССИИ

ВЧЕРА
СЕГОДНЯ
ЗАВТРА

БЫЛО: Стратегия 2020, принятая в январе 2020

Где мы сейчас:

1. Игрок № 3 на переполненном и сжимающемся рынке алюминиевой посуды (данные 2018)
2. Производитель традиционных категорий алюминиевой посуды: накат и матовая
3. Основной объем реализации – через традиционный канал продаж (дистрибуция/опт)
4. Соотношение АПП/матовая в 2019: 20/80%

Мы хотим быть:

Уверенный игрок с фокусом на сегментах средний/средний+, ориентированный на маргинальные нишевые продукты

Как мы хотим туда попасть: Через

- системообразующие действия (организация, процессинг и администрирование)
- направленное и сегментированное предложение (широкий, но целевой ассортимент)
- выход на новые каналы продаж (современная торговля)

Что нас удерживает:

1. Производство
2. Снабжение/закупки
3. Логистика
4. Система продаж

План 2020:

1. Объем продаж категории: 3 100 тонн
напыление : 30,729 т (1%): + 5%
накат: 643,58 т (21%): + 5%
матовая: 2235,050 т (72%): + 2.6%
фляги 190,712 т (6%): +1.9%
1. Соотношение АПП/матовой:
БП: 22%/78%
Сети: 70% АПП/30% матовая
3. Соотношение каналов продаж (сети/дистрибьюторы): 11%/89%

Факт 2020:

1. Объем продаж по категории: **3 418,86** тонн (+14% к 2019)
напыление : **22,521** т (<1%): -25%
накат: **811,731** т (24%): + 24%
матовая: **2 414,321** т (71%): + 8%
фляги **170,283** т (5%): -6%
2. Соотношение АПП/матовой: 25%/75%
сети: 79% АПП/21% матовая
3. Соотношение каналов продаж (сети/дистрибьюторы): 16%/84%

Сетевой канал: Прорыв в за счет начала продаж в сеть Светофор. Открытие онлайн канала

2019

- постоянные и разовые поставки в Магнит, ПЦС, Дикси и несколько региональных сетей

2020

- сокращение объемов поставки в федеральные и региональные сети
- начало поставок в Светофор с июня
- начало отгрузок в онлайн канал

2021

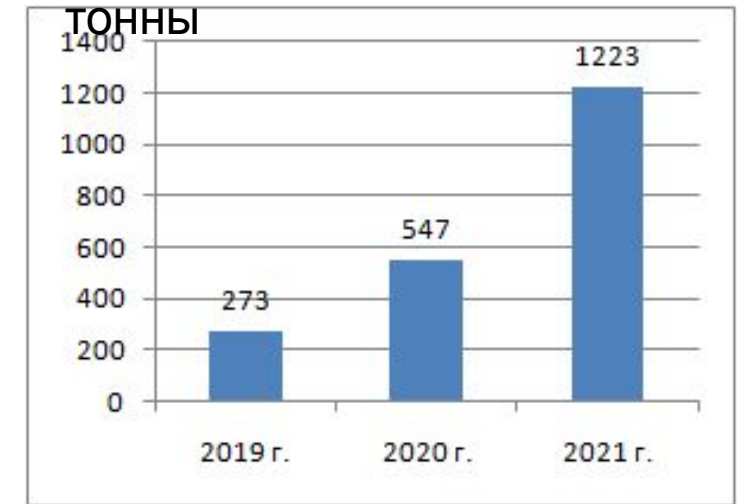
- фокус на поставки в сеть Светофор, как наиболее динамичного представителя формата Дискаунтеров
- расширение присутствия в онлайн канале (Утконос, Ситилинк и пр.)

!!!

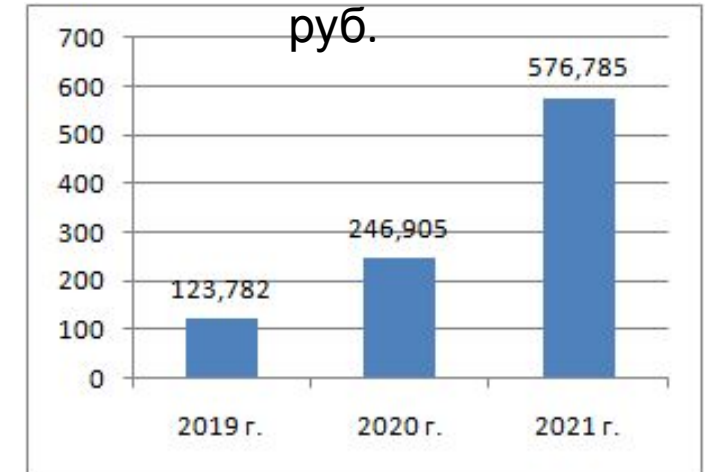
Объем сетевых поставок мог бы быть больше при наличии товара (накат)

Потенциал роста по накату в 2022	шт	т
Дискаунтеры (фикс прайс, доброцен и др.)	2 700 000	540
Федеральные и региональные Сети	2 000 000	400
Интернет площадки (магазины и маркетплейсы)	180 000	60
Развитее Казахстан	31 691	11
Развитие Узбекистан	46 131	15
Заготовки Украина	980 190	237
Всего накат	5 938 012	1 263

Продажи сетевой канал,



Млн.
руб.



Светофор: основной драйвер роста 2020 и 2021

!!!

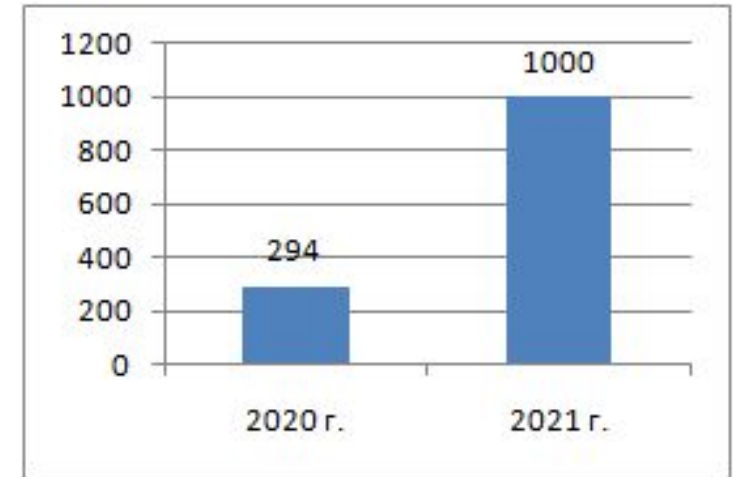
- На данный момент поставляется 10 артикулов.
- Поставки в 5 регионов из 13
- Накат: линейки Хит, Кружево

!!!

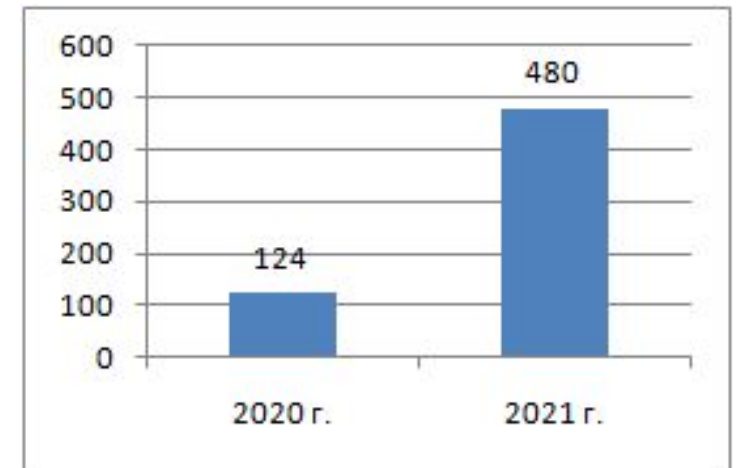
- 2021 – объемы 70-80 тонн наката при производстве 120-130 тонн в месяц
- Количество покрываемых регионов не увеличится
- Прорабатывается возможность ввода матовой посуды во 2 полугодии 2021

Светофор	ШТ	Т
План продаж 2021	3 412 000	898
Текущая потребность	8 472 000	1 892
Возможный доп.объем	5 060 000	994

Продажи светофор, тонны



млн.руб.



Оптовый сегмент (внутренний рынок): рост канала +36 тонн в основном за счет матовой посуды

2020

Напыление:

Падение продаж в связи с присутствием на рынке более привлекательных предложений литой/напыление посуды конкурентов по привлекательной цене.

Фляги: продолжение снижения спроса ввиду сужения их области применения. Причина наличие более дешевых субститутов.

Комментарии роста 2020 к 2019г.

Накат: в связи с поставками в Светофор, спрос дистрибьюторского канала в полной мере удовлетворен не был

Матовая: +75 тонн в связи с увеличением спроса (в т.ч. 16 тонн для Коломенского молока)

2021

Статус:

- Постоянный мониторинг цен
- Жесткая конкуренция со Scovo, Ландскроной в эконом сегменте
- Передел рынка, сокращение дистрибьюторского канала и смещение объемов продаж в сторону сетевого канала и интернет площадок.
- Продолжение падения продаж продукции линии фляг и напыления

Цели 2021:

- удержать достигнутые в 2019 – 2020г объемы продаж с расширением ассортимента , представленного нашими дистрибьюторами в розничных каналах (собственные магазины, торговые сети, интернет каналы).

СНГ: Результаты 2020 и прогноз 2021

• Казахстан: падение продаж

- длительный и жесткий карантин
- перераспределение каналов продаж (часть клиентов и Узбекистана и Киргизии грузилась через Казахстан)

• Узбекистан: рост продаж

- Экспансия на рынке
- Перераспределение дистрибуции в регионе
- Перебои с поставками сырья у местных производителей

• Украина: на прежнем уровне

- В конце 2020 появился клиент, готовый поставлять в сети

• Белоруссия: резкий спад

- длительный карантин
- политическая ситуация
- сеть гипермаркетов Евроопт меняет формат магазинов, за счет сокращения категорий товаров Нон-фуд

• Ю.Осетия: рост продаж

- Новый партнер, поставляющий в сети ДНР и ЛНР

• Киргизия: начало постоянных прямых отгрузок

Продажи

Страна	Вес, тн.			Выручка, без НДС руб.		
	2019	2020	20vs.19	2019	2020	20vs.19
Казахстан	361	323	90%	124 076 923	117 303 269	95%
Узбекистан	78	206	264%	27 478 314	74 521 911	271%
Азербайджан	131	124	95%	32 004 190	40 637 043	127%
Украина	102	102	100%	36 369 433	35 278 222	97%
Беларусь	23	15	65%	12 569 634	8 102 737	64%
Армения	7	5	70%	2 682 375	1 795 084	67%
Грузия	24	20	85%	8 196 290	6 519 304	80%
Ю.Осетия	4	11	315%	1 624 816	5 481 343	337%
Киргизия	0	26			8 822 007	
Всего СНГ	730	833	114%	245 001 974	298 460 921	122%
Всего продажи	3 006	3 419	114%	1 345 305 180	1 537 924 827	114%

Прогноз

2021

Страна	Вес, тн.			Выручка, без НДС руб.		
	2020	2021	21vs.20	2020	2021	21vs.20
Казахстан	323	361	112%	117 303 269	140 000 000	119%
Узбекистан	206	206	100%	74 521 911	82 000 000	110%
Азербайджан	124	135	109%	40 637 043	55 000 000	135%
Украина	102	140	137%	35 278 222	59 000 000	167%
Беларусь	15	20	131%	8 102 737	12 000 000	148%
Армения	5	10	203%	1 795 084	3 900 000	217%
Грузия	20	30	148%	6 519 304	11 000 000	169%
Ю.Осетия	11	12	108%	5 481 343	6 000 000	109%
Киргизия	26	32	123%	8 822 007	12 000 000	136%
Всего СНГ	833	946	114%	298 460 921	380 900 000	128%
Всего продажи	3 419	3 850		1 537 924 827	1 734 899 350	113%

Склад МСК: итоги работы за 6 месяцев

Итоги:

- Запущен необходимый для оптимального функционирования комплекс услуг в сжатые сроки,
 - Автоматизирован документооборот;
 - Начаты поставки товаров в ведущие маркетплейсы (OZON, Wildberries, Яндекс. Маркет) и в другие интернет-площадки;
 - Ведется отгрузка ряду второстепенных дистрибьюторов
-
- По результатам на конец 2020, московский склад имеет положительный показатель финансовый результат операционной деятельности (704 161 руб.)



Оснастка для ТНП

- В 2020 году заключены договора с 3 подрядными организациями на поставку оснастки
- В настоящий момент все 3 поставщика получили ТЗ от производства.

Диверсификация комплектующих для ТНП, поставки из КНР

- Проработаны альтернативные поставщики *(Турция, Китай, Корея, Италия)
- Налажены поставки стеклянных крышек всего ассортимента по цене ниже текущих поставщиков

2021

- Закрытие текущей необходимости в штампах для новых изделий

С помощью 3х сторон

- Начало поставок ручек, первая поставка (март 2021)



В течение года проводились активности как для партнеров, так и для конечных потребителей

Маркетинговые активности 2020

! Контекстная реклама.

Посетители сайта за год:
Яндекс: 53 939, ср. время на сайте 2:16 мин.
Google: 52 772, ср время на сайте 2:09 мин.

Контекстная реклама

! Продвижение в Instagram

Охват: 3 203 174 аккаунтов
Показы рекламы: 16 411 232 раз
Частота: 5,12 раз на каждого пользователя.
Общее кол-во кликов: 10 542 раз.
Ср.цена взаимодействия 5,5 руб.

Продвижение аккаунта в Instagram

! Ведение аккаунта Instagram

372 публикации;
Кол-во подписчиков: 7 474 чел. (с 3 013)
Визиты в профиль: 57 550 (с 10 012)
Охваты: 13 335 921 (с 76 166 в 2019 году)
Показы: 18 814 740 (с 208 265 в 2019)

Ведение аккаунтов в соц сетях (Instagram, Facebook, Youtube)

! Сотрудничество с блогерами

3 волны (04/03-22/03, 04/08-25/09, 31/10-6/12)
8 блогеров; 30 постов + 30 сториз
Стоимость 100 показов: 247,19 руб
Доп.подписки на аккаунт: 4 190 чел
Переходы по ссылкам: 21 172

Сотрудничество с блогерами Instagram

! В оптовом и розничном сегментах

ИП Рыгалов: 7 акций (опт), 2 (розница)
Спецторг: 1 (опт)
Универсал: 1 (опт), 1(розница)

Активности с дистрибьюторами

! Стенды (ДСП и металлические) Штендеры, Каталоги

Рекламные материалы

! Активности в магазинах БК

17.02 – 9.03: 3 магазина
Продано 58% от отгруженного
01.10 – 18.10: 7 магазинов
Продан 81% от отгруженного

Активности в домашнем регионе

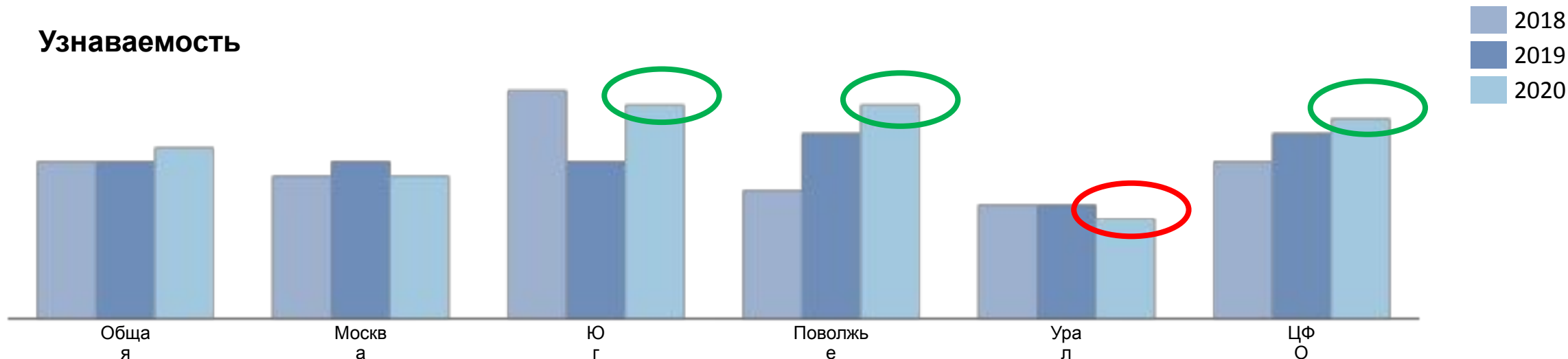
Активности на интернет-площадках

! Активности с 4 интернет-площадками:

Wildberries: 2 акции / Яндекс.Покупки: 3 акции
Mamsy.ru: 2 акции / Онлайнтрейд: 3 акции
В периоды активностей продажи увеличивались в 2-4 раза по сравнению с периодами до и после акций.

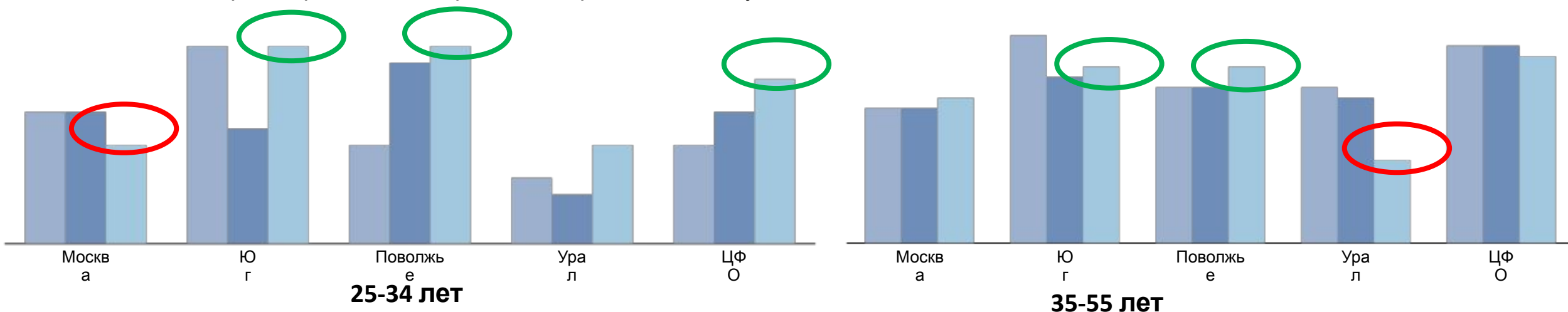
В 2020 восстановлена узнаваемость марки в домашнем регионе

Узнаваемость



! Узнаваемость по всем регионам выше у возрастной группы потребителей 35-55 лет, нежели у более молодой группы 25-34 лет, но динамика лучше у более молодой группы (реклама в соц.сетях работает!)

! Рост узнаваемости среди всех возрастных групп на Юге и в Поволжье, а также среди молодой группы на Урале и в ЦФО (без Москвы), что говорит о правильно выбранном направлении коммуникации



**Стратегия посудного бизнеса
2021: укрепить позиции в накате и
матовой посуде.
Напыление: производство только
востребованных покупателями
линеек**

Цели маркетинга 2021

1. Узнаваемость марки по РФ: +2%

Юг : 18%: + 3%

Москва: 12%: + 2%

Поволжье: +18%: + 3%

2. Instagram подписчиков до конца года: 15 000 (сейчас 7 400)

3. Общее количество контактов через маркетинговые активности (онлайн продвижение +) - 25 млн.
человек (охват онлайн активностей 2020 – 7,5 млн человек)

4. Выпуск запланированных новинок (согласно плану запуска)

накат: 3 новые линейки + 3 расширение (Violet, Sandy, Dream набор повторение)

матовая: 1 линейка (тур.посуда) + утолщенная мантоварка + кружка 0,25

Планируемые Маркетинговые активности 2021

Каналы поддержки

Контекстная реклама

Продвижение аккаунта в Instagram

Сотрудничество с блоггерами Instagram

Рекламные материалы

Партнерское мероприятие (?)

Активности в сетях

Активности на интернет-площадках

Активности в домашнем регионе

Активности с дистрибьюторами

Ведение аккаунтов в соц сетях (Instagram, Facebook, Youtube)

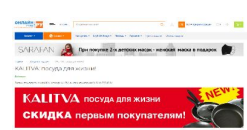
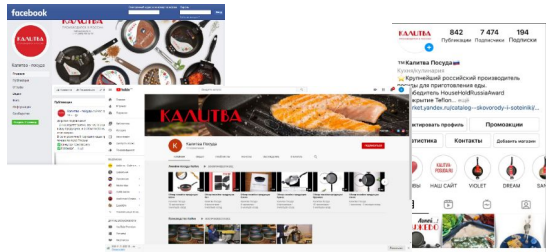
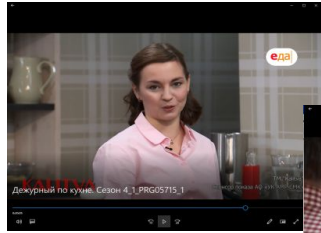
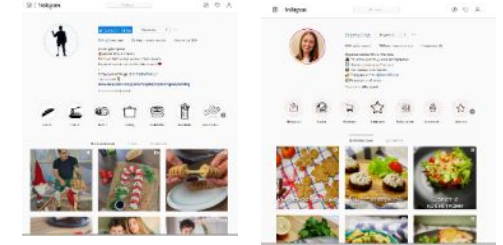
ТВ Еда (спонсорство)

Партнерство (ПМК, Гильдия Пекарей)



Категория	Наименование	Сумма	Единица измерения
...

Категория	Наименование	Сумма	Единица измерения
...



Текущие проблемы, сдерживающие развитие

Производство:

- Недостаток производственных мощностей на линии наката

Новинки:

- В текущей ситуации дефицита производственных мощностей нет возможности испытывать ни новые штампы, ни новые покрытия на линии наката

Процессинг:

- Отсутствие ответственного сотрудника, оперативно решающего вопрос посудного бизнеса в области бух.учета

Необходимые действия

Накат:

- Увеличение мощностей текущей линии за счет закрытия существующих «узких» мест (клепка, укладчик)
- Изготовления посуды для индукционных плит для линии наката и напыления
- Закупка дополнительного модуля – нанесение покрытия «каменная крошка» для линии наката

!!!

Закупка 2й линии наката

???

- Закупка мини-станции для тестирования покрытий

Процессинг:

- Предложение: найм сотрудника, который будет заниматься непосредственно посудным бизнесом