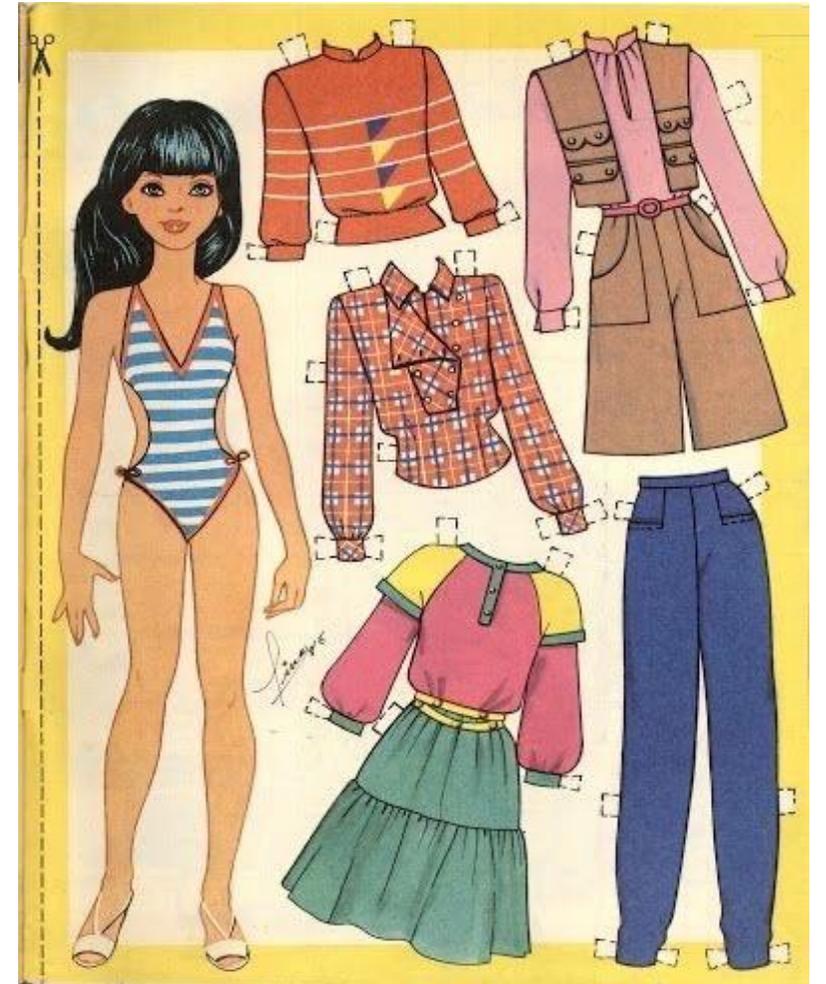


CHRONOTOPЕ

<< Здесь - и - сейчас >>

Легенда бренда:

Интерес к одежде стал проявляться с самого детства, тогда я любила выстригать картонных кукол и создавать им разные образы. Я родилась в небольшом городе, где был один маленький рынок с одеждой, потом построили два торговых центра, мне было трудно найти что-то интересное и удовлетворить собственные желания, всегда хотелось переделать вещь или чем то дополнить. Выразить свою индивидуальность, чтоб не быть как все. Со временем появилось изобилие в выборе товаров, но меня не покидала мысль шить одежду в первую очередь для себя, делать то, что нравится, и я создала первые изделия. Мои друзья стали спрашивать где я приобрела ту или иную вещь, так появились мои первые заказы и идея создать собственный бренд одежды.



Слоган:

Проявляйся <<здесь - и - сейчас>>

CHRONOTOPE — (от греч. Chronos- время и topos – место)- единство времени и пространства.

Формула хронотопа была сформулирована немецким философом Мартином Хайдеггером как: << здесь - и - сейчас>>

Данная формула определяет приоритетность настоящего и его ценность. Хронотоп способствует более глубокому постижению внутреннего мира людей.

Продукт, ассортимент:

- Женские жакеты свободного силуэта, с нанесением рисунка от локальных художников
- Изделия бренда изготавливаются преимущественно из костюмной ткани
- В состав ткани входит 75 % шерсть и добавка из синтетических составляющих 25 % полиэстер. Данный состав позволит долгие годы носить выбранный жакет ,поражая своими образами окружающих.
- Цветовая палитра – базовые цвета (черный, серый, белый)
- Размеры one size, s-m, m-l, свободный крой
- Стоимость изделий 14 590 – 16 990 т.р, высокий middle
- Упаковка – стильный пакет, можно дарить изделия не задумываясь об упаковке, в комплекте идет чехол ,вешалка



Платформа бренда:

- **Концепция** - бренд работающий над созданием одежды в сотрудничестве с локальными художниками и формирующий вокруг себя комьюнити
- **Суть, сущность** - возможность высказаться, не говоря ни слова
- **ДНК** - жакеты свободного силуэта, базовых расцветок от черного, серого до белого, с ручным нанесением рисунка
- **Миссия** - сформировать среду, в которой внутренний мир человека свободно открывается через искусство
- **Ценности** - обеспечивать качество изделий, сохранять индивидуальность, оставаться искренними, честными, быть свободными, ценить настоящее, важность момента здесь и сейчас , менять мир к лучшему
- **Принципы** - бренд не приемлет плохое качество изделий, грубость в общении, навязчивость
- **Позиционирование** - бренд одежды, который дает возможность купить не просто вещь, а стать обладателем арт - объекта
- **УТП** - выбери жакет со своим смыслом
- **АРХЕТИП** - искатель, творец

Атрибуты бренда:

CHRONOTOPE



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БРЕНДА:

Девушки, 27-35 лет, поколение миллениалов, проживают в Москве, СПб, и других крупных городах, замужние и не замужние, без детей или с 1-2 детьми, есть домашние животные, девушки имеют высшее образование, чаще всего занимаются развитием своего дела, фрилансеры, стилисты, уровень дохода 80-120 000 т.руб, они любят путешествовать, ходить с друзьями в кафе, гулять в парке, выходы в свет на различные выставки, увлекаются модой, спортом, следят за своим здоровьем и правильным питанием. Ценят качество и практичность. Они постоянно развиваются, для них важна самореализация. Наслаждаются жизнью и ценят «здесь и сейчас» Знают, что хотят и всегда следуют своей мечте.

Информацию чаще получают из Instagram, Telegram, YouTube, любят читать книги.

Покупки чаще совершают онлайн, но так же любят и офлайн шопинг. WB, Lamoda, локальные бренды.

Частота покупок примерно 2 раза в месяц. Бюджет на Fashion покупки в месяц 15-25 т.руб. Отношение к локальным брендам очень хорошее. Они относятся скорее к раннему большинству. Совершают покупки в зависимости от настроения, они бывают, как спонтанные когда товар сильно зацепил, но чаще изучают рынок и собирают информацию. Опираются на свое мнение и советы стилистов.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БРЕНДА:

Ценят качественные вещи , любят чувствовать себя комфортно, считают, что одежда отражает личность и помогает им самовыражаться. Нравится одеваться стильно и со вкусом.

Потребность в подобных изделиях на каждый день

Ожидания клиента, что вещь прослужит долго

Функциональные выгоды – жакеты удобные, легко собрать интересный образ, в них очень комфортно

Эмоциональные выгоды – клиент получает множество комплиментов, ловит на себе восхищенные взгляды

Возможные возражения – дорого, неизвестный бренд

Параметры подталкивающие клиента к совершению покупки: возможность проявить себя, интересный дизайн, стильная упаковка

АВАТАР КЛИЕНТА:

- **Аватар 1:**

Юлия, 34 года, замужем, дочь 3 года, любит рано вставать по утрам, чтоб посвятить время себе, сделать зарядку и позавтракать с семьей, работает менеджером по развитию в большой строительной компании, в одежде на работе соблюдает дресс-код, в свободное от работы время предпочитает более расслабленный стиль. Юля занимается фотографией и любит разнообразить свои образы, в ее гардеробе много интересных вещей. Так же Юля часто ищет необычные стилевые решения для фотосессий, чтоб образы клиентов были яркими и запоминающимися. Выходные проводит время с семьей или встречается с подругами в кафе.

- **Аватар 2:**

Ирина, 33 года, не замужем, детей нет, владелица студии массажа, ведет активный образ жизни, очень много времени проводит в разъездах, много путешествует, часто посещает новые места, ходит на выставки, в кафе с друзьями, спортзал. Любит стильно одеваться, предпочитает онлайн шоппинг, для нее важно чтоб из минимального количества вещей можно было быстро создать множество образов, любит быть яркой, ценит качество и свое время.

Аватар клиента:

- Аватар 3:

Маруся, 27 лет, не замужем, детей нет, любит просыпаться примерно в 9-10 часов утра, готовить себе вкусный завтрак, делать зарядку, просматривать ленту инстаграм, смотреть красивые вдохновляющие паблики, страницы о стиле, моде. Маруся стилист, любит приобретать вещи которые можно легко миксовать между собой, очень ценит качество и комфорт. В ее гардеробе можно найти, как базовые вещи так и много эксклюзивных изделий. Считает, что через одежду можно многое понять о человеке. Часто проводит время за компьютером, делая разборы гардероба для клиентов. Ее приглашают стилизовать коммерческие съемки для брендов одежды. Обедать и ужинать предпочитает вне дома. Два раза в неделю ходит на йогу, в выходные встречается с друзьями. Любит посещать выставки. Много читает.



КОНКУРЕНТЫ: NN2SISTERS

Покупатели , девушки, 27-37 лет, доход от 70 -120 т.руб, бренд производит различные категории товаров , что позволяет создавать total – look, приемлемый ценовой сегмент, жакеты от 15 900 – 18 500 т.р, актуальное попадание в мировые тренды и авторский дизайн, стиль и качественные ткани, по большей части натуральные, считают, что одежда - это отражение нас самих, производят новые коллекции к каждому сезону, размерный ряд от s-m, есть сайт, на котором можно найти подробное описание товара, его состав и уход за изделием, легко сделать заказ, все просто и понятно, есть несколько способов доставки: (самовывоз, курьером или в пункт выдачи), доставка осуществляется бесплатно ,примерка и частичный выкуп не предусмотрен, легкая процедура возврата, программа лояльности у бренда не предусмотрена, каналы продаж Instagram, сайт, 5 офлайн магазинов.



КОНКУРЕНТЫ: 2MOOD

Покупатели ,девушки, 26-36, доход от 100 т.р, творческие натуры, 2MOOD - стиль, создающий настроение быть собой. Бренд для тех, кто любит наслаждаться жизнью, живет в потоке вдохновения, любит свободу. Большинство моделей имеет три размера xs,s,m, жакеты от 14 980 – 21 980 т.р, товары можно заказать на сайте, приобрести в офлайн магазинах г. Москва, шоурум в Санкт - Петербурге, на Lamoda. 2MOOD производят одежду, обувь и аксессуары и делают ставку на капсульные коллекции, все элементы которых идеально подходят друг другу. Считают, что стиль – это отражение внутреннего состояния. А жизнь – бесконечное творческое путешествие.



О НАС CHRONOTOPЕ

Наш бренд производит стильные жакеты оверсайз, стоимость от 14 590 – 16 990 т.р ,из тканей высокого качества, с ручным нанесением рисунка от локальных художников. Прежде чем запустить продукт мы тестируем его на себе, носим месяц, смотрим как ведет себя вещь, если необходимо вносим корректировки и только потом открываем продажу. Изделия отшиваются из высококачественных материалов и фурнитуры, что позволяет вещи долго сохранять свой первоначальный вид. Костюмная ткань держит форму, она прочная, воздухопроницаемая, что является важным параметром, так как в одежде человек находится большую часть дня, эстетична, отсутствует появление катышков. Качественная окраска и нанесение рисунка. Даже после нескольких химчисток жакет сохраняет насыщенный цвет. Наши швеи имеют огромный стаж и опыт работы. Жакеты Chronotope будут изюминкой в вашем гардеробе, в них можно пойти куда угодно: на прогулку, в кафе с друзьями, на выставку, а если добавить правильные аксессуары можно сделать образ более праздничным, в любом случае вы будете выглядеть эффектно и ловить на себе восхищенные взгляды. Наши изделия наполнены смыслом, мы верим в то, что каждая девушка сможет выбрать жакет который откликается именно ей.



ПРОИЗВОДСТВО :

- На начальном этапе все изделия создаются своими силами, без привлечения сторонних дизайнеров
- Первые изделия женские жакеты с рисунками от локальных художников , стоимость 14 590 т.р – 16 990 т.р
- Масштабы : мелкосерийное производство
- Производство: аутсорс, экспериментальный цех



Образцы:



Каналы продаж:

- Официальный сайт (на этапе разработки)
- Социальные сети: в ВК, Instagram

ВК – создание сообщества, запуск таргетированной рекламы, разработка контент плана

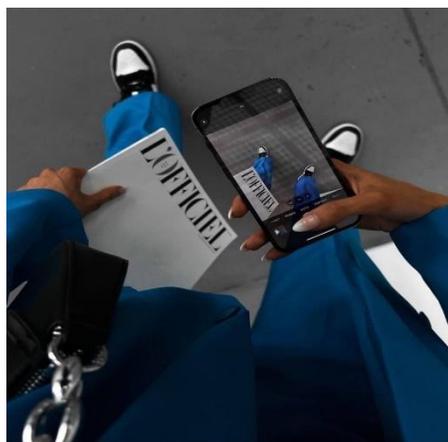
Instagram – создание страницы, Reels, реклама у блогеров, коллаборации со стилистами

- Публикация в ТГ каналах
- Размещение банера на Авито
- Офлайн-шоурум – выслать коммерческое предложение, ОП в первое время подразумевает сдачу товара с оплатой после реализации
- Локальные печатные СМИ (журнал Собака)
- Локация – внутренний рынок

Tone of voice: дружелюбный, глубокий, открытый, модный, оптимистичный

ФОТО И ВИДЕОСЪЁМКИ:

- Фото в стиле lifestyle
- Собственные ресурсы



Команда:

- Руководитель (собственник)
- Конструктор
- Швей 3 человека
- Специалист по ведению соц.сетей

В перспективе :

- директор
- Менеджер по работе с клиентами
- Маркетолог
- Дизайнер
- Упаковщик
- 7 швей

Финансовая модель бизнеса на 1 год

1. При производстве коллекции из **80** единиц изделий, себестоимость партии составит **416 000 руб.**, при средней с/ст изделия **5 200 руб.**
2. При коэффициенте наценки **3**, средняя розничная цена изделия будет составлять **15 600 руб.**
3. Операционные расходы в месяц составляют **160 518 р** . Исходя из этого точка безубыточности в единицах продукции составляет **15 шт** - это то минимальное количество изделий которое необходимо реализовать, для покрытия всех постоянных расходов.
4. При первоначальной партии в **80** единиц изделий , и ее реализации выручка составляет **1 248 000 тр**

Финансовая модель бизнеса на 1 год

6. При ежеквартальном увеличении объема продаж на 25% мы имеем следующие показатели:

2 квартал 100 шт - выручка 1 560 000 руб

3 квартал 125 шт - выручка 1 950 000 руб

4 квартал 156 шт - выручка 2 433 600 руб

Таким образом объём продаж в год составляет **461** изделие, что принесет нам годовую выручку в размере **7 191 600 руб**

7. Средний показатель рентабельности продаж по году составляет **17%**.

Это говорит о том, что 17 копеек чистой прибыли с каждого рубля выручки является реальным заработком компании и может быть вложен в развитие или инвестиции Бренда.

Можно сделать вывод, что при ср. рентабельности продаж = **17%** бизнес будет среднерентабельный.

План развития на ближайшие 6 месяцев

- Увеличение товарной матрицы
- Расширение команды, поиск новых сотрудников
- Использование новых каналов продаж (шоурум)
- Участие в маркетах
- Запуск таргетированной рекламы в Яндекс Директ
- Создание чат - бота для обработки заказов
- Регистрация товарного знака