

# CHANGELLENGE >> CUP RUSSIA 2024

*Команда “Way to Win”  
Трек “LAB Industries”*

**1-ЫЙ ЭТАП**

# OVERVIEW (EXECUTIVE SUMMARY)

## КОНТЕКСТ

Разработать стратегию запуска нового бренда LAB Industries в категориях средств для окрашивания, стайлинга или ухода за волосами на рынке одной из стран Центральной Азии — Азербайджана, Армении, Грузии, Казахстана, Киргизии, Таджикистана, Узбекистана, Туркменистана — со сроком реализации до 2026 года.

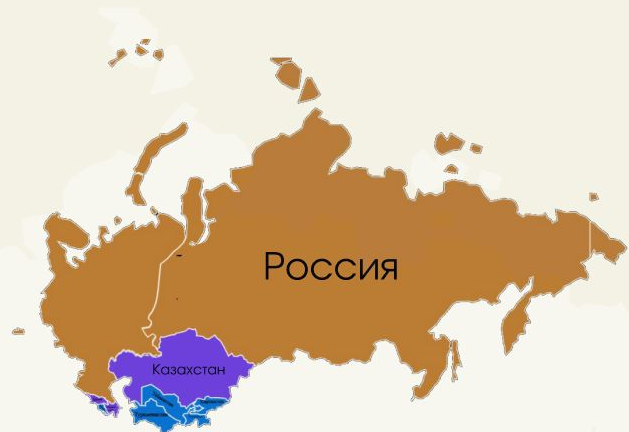
## РЕШЕНИЕ

1. Анализ стран
2. Анализ рынка
3. Анализ конкурентов
4. Выделение сегментов целевой аудитории
5. Ценностное предложение
6. Дорожная карта запуска продукта
7. Финансовая модель запуска продукта
8. Карта рисков

## РЕЗУЛЬТАТ

Вывод на рынок нового продукта в странах Центральной Азии

# АНАЛИЗ СТРАН И РЫНОК



Вопрос выхода на новый рынок заключается в первую очередь в выборе страны, а уже после в создании продукта. Среди всех стран Центральной Азии наиболее подходит для запуска рынок Казахстана.

Эта страна удобна с точки зрения логистики, каналов продаж (наличие крупных маркетплейсов), также жители Казахстана близки жителям РФ по культурному коду, что дает возможность лучше понимать их потребности и предоставлять наилучший продукт по самой привлекательной цене.

С более подробным анализом стран вы можете ознакомиться в таблице, расположенной по QR-коду



# КОНКУРЕНТЫ

НАИМЕНОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ	PROCTER&GAMBLE	L'OREAL	NATURA SIBERICA	БЕЛАЯ МАNUФАКТУРА	COLGATE PALMOLIVE	R&CO
Популярные продукты	1. Herbal Essences Шампунь "Глубокое восстановление" 2. Head&Shoulders шампунь основной уход	1. Garnier Fructis многофункциональный крем для волос 2. L'oreal Paris Elseve Длина мечты бальзам	1. Natura Siberica Облепиховый бальзам 2. Natura Siberica Защита и блеск шампунь 3. Natura Siberica IceProfessional спрей для сильно поврежденных волос	- Artisan Soaps - Organic Skincare Essentials - Pure Elements Haircare	- Colgate (зубные пасты и зубные щетки) - Palmolive (средства для ухода за волосами и телом) - Ajax (моющие и чистящие средства)	- R+Co Aircraft Pomade Mousse - R+Co Television Perfect Hair Shampoo - R+Co Badlands Dry Shampoo Paste
Цена на маркетплейсе	1800-2500 тенге (370 - 515 рублей)	1500-3000 тенге (300 - 650 рублей)	1400 - 3800 тенге (280 - 780 рублей)	- Artisan Soaps: 5000 тг - Organic Skincare Essentials: 8000 тг - Pure Elements Haircare: 6000 тг	- Зубная паста Colgate: 1800 тг - Шампунь Palmolive: 1300 тг - Моющее средство Ajax: 900 тг	- R+Co Aircraft Pomade Mousse: 8500 тг - R+Co Television Perfect Hair Shampoo: 6000 тг - R+Co Badlands Dry Shampoo Paste: 9500 тг
Популярность	Лидер рынка на данный момент	Пятерка самых популярных	Пятерка самых популярных	Пятерка популярных	Пятерка популярных	Пятерка популярных
ЦА	H&S - молодежь, чаще всего мужчины, средний возраст - 21 год; Herbal Essences - представительницы женского пола в возрасте от 20 до 40 лет	Garnier Fructis - энергичные молодые люди и девушки; L'oreal Paris - Женщины в возрасте 25-35 лет, которые активно интересуются темой красоты и ухода за собой	Женщины от 21 года до 75 лет с доходом средним и выше среднего	Женщины 25-55 лет, предпочитающие органическую и натуральную косметику - Специалисты по уходу за кожей и волосами	- Люди, предпочитающие качественные и доступные средства гигиены - Семьи, уделяющие важность уходу за домом и собственным телом	- Стильные молодые люди, следящие за последними тенденциями в уходе за волосами - Представители модной индустрии и искусства - Люди, ценящие качество и индивидуальность в уходе за волосами



Для понимания того, как наилучшим образом выпустить продукт, необходимо провести конкурентный анализ рынка. Нужно знать о том, какие компании присутствуют на рынке, какие продукты они предлагают, а также какая у них ценовая политика. С примером такой таблицы вы можете ознакомиться на слайде, а более подробная версия находится в файле по QR-коду

# СЕГМЕНТЫ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



## С ЗАБОТОЙ О СЕМЬЕ

- Большие семьи из более чем 4 человек
- Скорее расширенные семьи, состоящие из трех поколений
- Зарплата средняя или ниже среднего
- Ценят универсальность и возможность использования шампунем любого из членов семьи
- Предпочитают покупать большой объем средства
- Не имеют высоких ожиданий к качеству продукта



## "ЗЕЛЕННЫЕ" ПОТРЕБИТЕЛИ

- Молодые и более зрелые люди в возрасте 24-35 лет
- Часто более открыты к новым идеям, придают большее значение заботе об окружающей среде
- В большинстве своем имеют высшее образование
- Живут в больших городах
- Доход средний или выше среднего
- Большая часть группы - женщины
- Ценят хорошее качество и готовы платить за него



## "FRESHVIBE"

- Молодежь в возрасте 16-23 лет
- Являются школьниками и студентами
- Ориентированы на более бюджетные варианты продукции
- Ценят креативность и больше других сегментов обращают внимание на яркую упаковку
- Отдают предпочтение ароматизированным средствам
- Ценят натуральные ингредиенты в составе
- Приобретают средства с освежающими компонентами чаще других

# ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Создание ценностного предложения включает в себя много факторов, важных для запуска продукта и его успешного выхода на рынок. С ценностным предложением по нашему продукту вы можете ознакомиться ниже

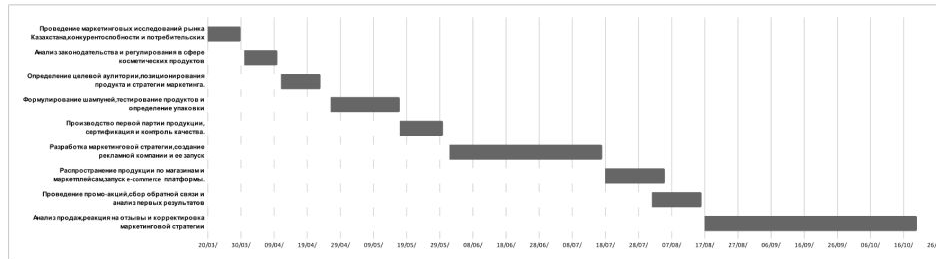




# ПРОДУКТ И ДОРОЖНАЯ КАРТА



Наша дорожная карта включает в себя все этапы, необходимые для запуска продукта на новый рынок, ниже вы можете увидеть вид дорожной карты, а подробнее можете ознакомиться, пройдя по QR-коду



## ТАКЖЕ МЫ РАДЫ ПРЕДСТАВИТЬ НАШ НОВЫЙ ПРОДУКТ:



#C9D476



#E2D0F0



#A291C6



#E8E586



#7D831F



GreenRoots

"С корней начинается природная красота твоих волос с GreenRoots!"

- натуральная отдушка
- упаковка из биоразлагаемого пластика, а у твердого шампуня - бумажная
- продукт в двух версиях - покупатель может пользоваться жидким или твердым шампунем на выбор
- в состав будут входить смягчающие компоненты и масла для блеска волос

# ФИНАНСЫ

Показатель	Ед. измерения	Значение	2026 план	2027 план	2028 план	2029 план	2030 план
Финансовые показатели							
NPV	тыс. руб.	16% ставка	11 600				
IRR	%		219%				
ROI	%		-7%	118%	154%	199%	256%
PP	лет		3				

Выпуск нового продукта интересен в первую очередь с финансовой точки зрения. Мы провели полный расчет затрат на запуск продукта, рентабельности, а также учли затраты на рекламу и логистику. С основными метриками вы можете ознакомиться в таблице сверху, а с полной информацией о финансовой модели вы можете ознакомиться по QR-коду справа.

В предложенной таблице содержится вся информация как по данным 2020-2022 годов, так и расчеты для годов запуска продукта.



# ФИНАНСЫ





**ЕЛИЗАВЕТА ХАЙМАТОВА**

Высшая школа экономики-Пермь '24  
Управление бизнесом.

- HQA 25% Cup Moscow (секция high level) 2022  
- HQA 15% Cup Russia (секция high level) 2023  
- Победитель "Я профессионал", Opencads  
по менеджменту

Дополнительные факты :  
Организатор мероприятий Волонтерского  
центра НИУ ВШЭ-Пермь  
Финалист хакатона hack and change 2022  
Ассистент дисциплины в НИУ ВШЭ-Пермь  
"Анализ данных в бизнесе " 2023-2024

t.me/anika0901  
khaymatova@list.ru



**ИРИНА МАКСИМОВА**

НИУ ВШЭ, 3 курс, Управление бизнесом  
Финалист "Я профессионал" по устойчивому  
развитию

t.me/iamaksimova



**ОКСАНА ИГНАТОВА**

Финансовый университет при  
правительстве РФ  
Налог, аудит и бизнес-анализ

t.me/oks\_ignat



**АРТИКОВ АРТУР**

МАДИ, Прикладная математика 2-ой курс  
Data Scientist | Data Analyst

-IT Purple Hack. Кейс Альфа-банка. Решение  
бизнес-задач, связанных с CLTV. 6-е место в  
командном зачете  
-Axenix Business Cup 2024. Полуфиналист.  
Команда Dependonyou  
-Changellenge Cup II 2024. Анализ данных  
(P&G). HQA 25%  
-Олимпиада для первых. Мегафон x СПбГУ.  
Полуфиналист

t.me/ArturArtikov  
artikovartur@internet.ru



**СТОЕВА ИРИНА**

РЭУ им. Плеханова  
Факультет бизнеса "Капитаны"  
Менеджмент

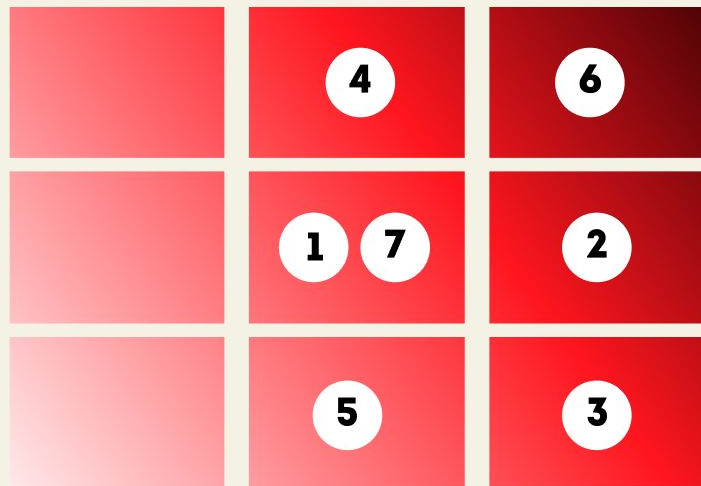
- Всероссийский кейс-чемпионат школьников  
по экономике и предпринимательству  
- Программа развития молодежного  
предпринимательства «Я в деле»  
- «Лига инноваций» – первый в России  
вузовский преакселератор инноваций

t.me/stoarti

# ПРИЛОЖЕНИЕ

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ

СИЛА ВЛИЯНИЯ



ВЕРОЯТНОСТЬ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

1. Кадровые риски
2. Экономические риски
3. Инвестиционные риски
4. Правовые риски
5. Отраслевые риски
6. Репутационные риски
7. Политические риски

Полный анализ карты рисков  
можно просмотреть по  
ссылке в QR-коде:

