

The logo features the word "LAVRI" in a tall, white, serif font, with the word "kids" in a white, lowercase, cursive font to its right. A white line-art illustration of a laurel leaf with a small cluster of berries is positioned behind the text, extending from the bottom left towards the top right.

LAVRI *kids*

ДЛЯ САМЫХ ВАЖНЫХ

# Привет!

## Я Екатерина Лаврентьева

ОСНОВАТЕЛЬНИЦА БРЕНДА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ LAVRIKIDS

Мне 30 лет, проживаю в Московской области.

По образованию я инженер. После окончания университета искала себя в работе. Имею опыт работы технологом, конструктором и инженером-электроником в машиностроении.

Сейчас нахожусь декрете. Я мама трехгодовалой дочки и годовалого сына.

Увлекаюсь шитьем, закончила несколько оффлайн и онлайн курсов в этом направлении.

Шью, реализовываю свои идеи в ближайшем окружении.

Видя положительную обратную связь, наконец, выросла до того момента, когда все знания и результаты хочется объединить в одно большое дело - свой бренд детской одежды LAVRIkids.

Участие в конкурсе - возможность структурировать полученные знания и результаты в ШМБ. Грант поможет реализовать поставленную мной цель быстрее.

Планирую внести средства гранта на рекламу и, частично, на производство.



# Актуальность и своевременность проекта

Lavrikids - источник вдохновения и желания сделать мир мам и их детей красивым, уютным, родным.

Мы живем в мире социальных сетей и интернета, где делимся частью жизни в фотографиях и видео. Наш бренд- отражение современного времени. Эстетика внешнего вида, качество, удобство, спокойные оттенки, актуальность кроя, фотогеничность. Нашим основным желанием было и остается приблизить малышек к своим взрослым. Мы отдаем предпочтение пастельным цветам, минималистичному дизайну, передавая чувства легкости, уюта, заботы.

Мы создаем одежду, которая не отвлекает от главных героев, а дополняет их, развивает чувство стиля и комфорта, позволяет быстро собраться без лишних хлопот, и идти в ногу со временем с малых лет.

Наши изделия универсальны. Поход в гости, поездка в аэропорт или в спортивные секции - ребенок будет одет всегда уместно и со вкусом.

Мы отвечаем за качество. И будем стараться не подвести и не разочаровать в этом. Ведь мы создаем одежду **ДЛЯ САМЫХ ВАЖНЫХ.**



# Описание проекта

- Слоган - для самых важных.
- Цель - создать стильный бренд детской повседневной одежды. Запустить первую коллекцию костюмов из футера в шести цветоразмерах к 30 марта 2022. К концу апреля 2022 года дополнить линейку одежды футболками оверсайз и леггинсами в четырех цветоразмерах, проанализировать спрос на комбинезон из джинсы для девочек и брюк для мальчиков.
- Миссия проекта - мы за стиль, красоту, удобство, свободу, семейные ценности и, в первую очередь, за качество во всем. Мы подарим атмосферу, где каждый сможет почувствовать себя членом большой любящей семьи. Мы будем создавать традиции, общаться с нашими клиентами, слушать их, исполнять желания, дружить.
- Концепция позиционирования - бренд LAVRIkids позиционирует себя как компанию, основами которой являются высокое качество, стильный минимализм, дизайн, дружелюбный сервис, семейная атмосфера.
- Tone of voice - стильный, семейный, открытый, дружелюбный, современный, минималистичный, эмоциональный, заботливый, полезный, уважительный, отзывчивый.
- УТП - премиальные ткани, трикотаж с эффектом велюра с невероятно нежными тактильными ощущениями, высокое качество на всех этапах, дизайн, индивидуальный подход, создание совместных традиций с подписчиками в аккаунте инстаграма, дружелюбное общение, быстрые отклики, возможность заказать Family look, акцент на мальчиков. Запуск отдельной коллекции в стиле колор-блок с целью разумного потребления материалов.

# Описание проекта

- Социальная миссия проекта - развивать интерес к чтению у детей младшего и школьного возрастов.

*По результатам исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) «Отношение российских детей и подростков к чтению книг», которое проводилось 29 сентября – 8 октября 2021 года, выяснилось, что за последние 15 лет ситуация с детским чтением значительно ухудшилась.*

Мы уверены, что любовь к книгам можно и нужно развивать.

Я, как мама двоих детей с разными интересами, знаю лично, что правильный выбор литературы способен заинтересовать ребенка так, что маленький человек, который не любил книги, будет сам просить читать.

Ведь это полезно не только для малышей, но и для самих взрослых. Совместное времяпровождение за любимыми произведениями очень сближает, не говоря о той пользе, что приносят книги.

Мы будем вкладывать в заказы подарки в виде закладок для книг с напоминанием "Читаем вместе с LAVRIkids", а также список книг по возрасту, с которыми с большой вероятностью ребенок полюбит читать.

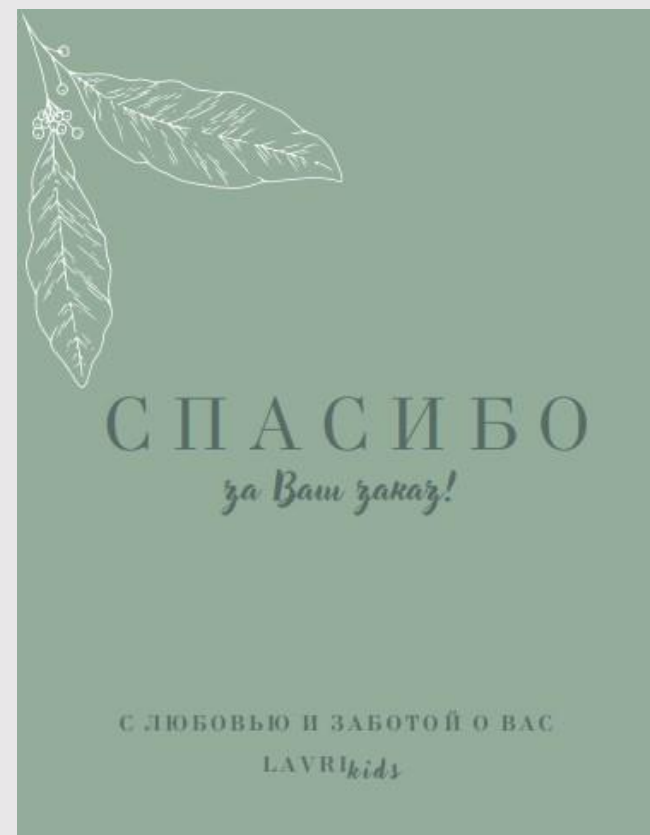
На нашей странице в Instagram проводить опросы о любимых книгах и героях, конкурсы с поощрениями от нашего бренда.



# Атрибуты бренда

## Упаковка:

- самосборный короб;
- бумага тишью
- белая;
- двусторонняя атласная лента 9 мм;
- наклейка с логотипом бренда диаметром 5 мм;
- карточка с рекомендациями по уходу.



# Описание продукции

## Костюм

Худи большого объема, прямого силуэта с капюшоном. Капюшон обработан подкладкой, один край расположен внахлест относительно другого. Деталь переда имеет вертикальные фигурные подрезы, содержащие карманы в швах. Линия плеча спущенная. Рукав рубашечного кроя содержит два декоративных шва. Манжеты и пояс выполнены из каршкосе. По швам рукава, плечевому шву и верхней части оката рукава проложены декоративные строчки. Длина худи ниже линии бедер.

Брюки прямого силуэта, большого объема. Верхний край притачного пояса находится на естественной линии талии. В пояс вставлена эластичная тесьма (резинка), проложены два ряда отделочных строчек, образующие кулиску. Через обметанные прорезные петли в кулиску продета киперная лента. Брюки имеют две пары карманов - боковые в швах и накладные на уровне колен. Накладные карманы прямоугольной формы, со скошенной линией входа в карман. Длина до щиколоток, в припуск на обработку низа вставлена эластичная тесьма (резинка).

*Материалы - футер трехниточный с начесом с велюр эффектом качества Компакт Пенье, каршкосе с велюр эффектом качества Компакт Пенье.*

*Шесть цветов: космическое небо, банановый пудинг, фисташковое мороженое, кокосовое молоко, миндальный персик, черный.*



# Описание продукции

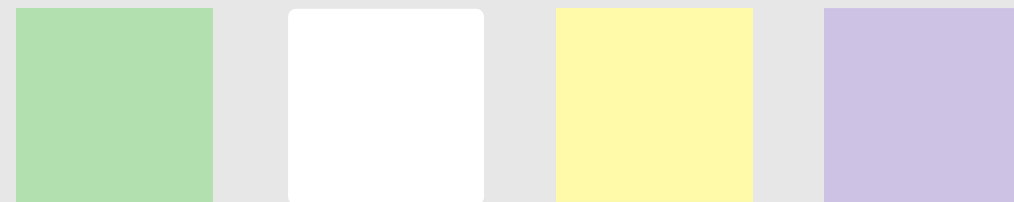
## Футболка и леггинсы

Футболка большого объема, прямого силуэта, с ассиметричной фигурной линией низа - со стороны спинки немного длиннее. Рукав длинный, рубашечного покроя, со спущенной линией плеча. Округлый вырез горловины обработан притачной бейкой с необработанным срезом. Длина футболки до середины бедра.

Леггинсы на притачном поясе малого объема из трикотажного полотна. Боковой шов отсутствует, низ обработан на плоскошовной машине или строчкой зигзаг.

*Материалы - кулирка с эффектом велюра, каршкосе с эффектом велюра качества Компакт Пенье.*

*Четыре цвета: фисташковое мороженое, кокосовое молоко, банановый пудинг, космическое небо.*





# Целевая аудитория

Женщина 25-38 лет.  
Покупает вещи, когда видит красивый визуал. Привлекают качественные материалы, подача, стильные, удобные вещи. Следует моде, отдает предпочтение в выборе детских вещей "взрослому" стилю. Получает удовольствие от покупки, радость, чувствует гордость за ребенка, уникальность.  
Делится с окружающими эмоциями и фотографиями.



Покупает, в основном, в Instagram и онлайн-магазинах. Ценит качество и сервис. Поддается эмоциональным покупкам. Активная. Водит ребенка по различным секциям, кружкам. Путешествует. Доход средний и выше.

# Маркетинг

Каналы сбыта



Март 2022 года - Instagram



Май 2022 года - web-сайт



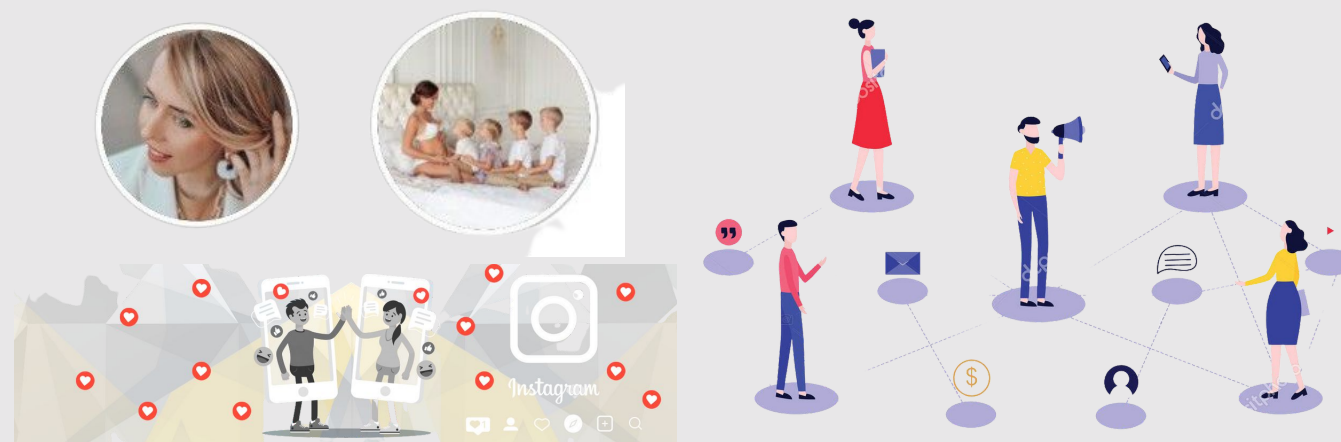
Ноября 2022 года - маркетплейс Ozon

## Инструменты продвижения

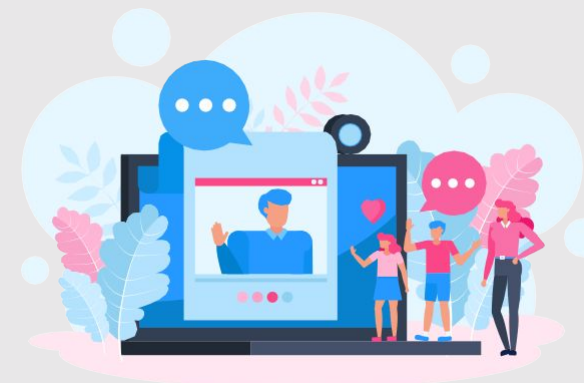
Конкурсы  
в Instagram-магазине



Реклама "Сарафанное" радио  
у Instagram-блогеров



"Мамские" чаты  
в WhatsApp, Telegram



Таргетированная  
реклама в Instagram



# Ключевые конкуренты и преимущества перед ними



*Сильные стороны*

Широкая аудитория, продажи в инстаграм, сайте, маркетплейсах, широкий ассортимент, собственное производство, реклама, качество, цена.

Сильный визуал, "дорогая" картинка, интересные платья премиум-сегмента (не на каждый день), "фэшн"-стиль.

Красивая подача, визуальный контент, реклама у блоггеров, семейные луки.

*Слабые стороны*

Производственные мощности не справляются со спросом.

Одежда только для девочек, нет диалога с клиентами.

Ограниченная линейка одежды.

*Возможности*

Сильный конкурент - пример, к чему стремиться. Искать, чем выделиться. Учиться вести блог также. Показывать процессы, быть ближе к своей аудитории.

Делать красивый визуал похожего стиля. Упор на мальчиков.

Похожая концепция. Минимализм, нюдовые оттенки, забота и любовь мамы и тп.

*Угрозы*

Популярный бренд, со своим производством и большой аудиторией, сложно конкурировать, как новичку.

Не вижу угроз (другой ценовой сегмент рынка).

Реклама у блоггеров, широкий охват аудитории.

## Преимущества

### **LAVRIkids**

Выше ценовой сегмент, возможность шить семейный лук.

Цены ниже, унисекс, шире цветовая палитра.

Ткань с эффектом велюра, сложнее крой, глубже и шире цветовая палитра.

# Unit-экономика

## Костюм



- Количество товара - 30 шт;
  - Переменные расходы - 46 000 р  
материал - 44 000 р;  
фурнитура - 2 000 р.
  - Производство - 0\* р;
  - Маркетинг - 20 000 р;
- Стоимость проекта - 66 000 р.

- Себестоимость - 1 550 р/шт;
  - Розничная стоимость - 4 500 р/шт;
- Доход, с учетом налога 4% - 129 600 р/30 шт.

- Наценка - 190%
- Маржа - 66%



\* Стартовая  
коллекция  
отшивается лично



## Футболки

- Количество товара - 20 шт;
  - Переменные расходы - 18 000 р  
материал - 16 000 р;  
фурнитура - 2 000 р.
  - Производство - 0\* р;
  - Маркетинг - 4 000 р;
- Стоимость проекта - 22 000 р.

- Себестоимость - 690 р/шт;
  - Розничная стоимость 1 800 р;
- Доход, с учетом налога 4% - 34 560 р/20 шт.

- Наценка - 161%
- Маржа - 62%

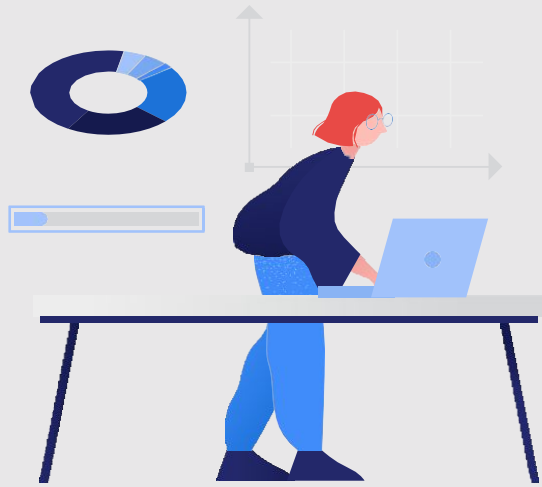
## Леггинсы

- Количество товара - 20 шт;
  - Переменные расходы - 12 000 р  
материал - 10 000 р;  
фурнитура - 2 000 р.
  - Производство - 0\* р;
  - Маркетинг - 3 000 р;
- Стоимость проекта - 15 000 р.

- Себестоимость - 730 р/шт;
  - Розничная стоимость - 1 800 р;
- Доход, с учетом налога 4% - 34 560 р/20 шт.

- Наценка 147%
- Маржа 59%

# Организационная структура



0-3 месяца

- Старт
- Тест спроса
- Личное управление организацией



3-6 месяцев

- Таргетолог Менеджер
- Instagram



6-12 месяцев

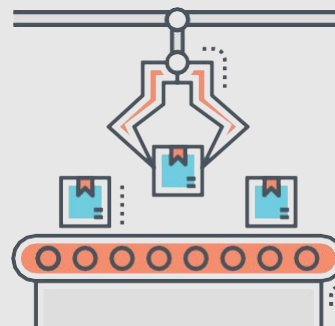
- Руководитель SMM команды
- Копирайтер
- Таргетолог
- Менеджер Instagram
- Менеджер по продажам
- Специалист по прогревам
- Сториз мейкер

# Перспективы развития



0-3 месяца

- Старт
- Анализ спроса
- Продажа первой партии:  
костюмы - 30 шт;  
футболки - 20 шт;
- леггинсы - 20 шт.  
Разработка новой  
коллекции



3-6 месяцев

- Открытие ИП
- Расширение размерной  
линейки
- Отшив второй партии  
в цеху:  
костюмы - 125 шт;  
футболки - 100 шт;
- леггинсы - 100 шт.  
Разработка новой  
коллекции



6-24 месяцев

- Расширение  
ассортимента
- Выход на маркетплейс  
Ozon



24-36 месяцев

- Открытие своего  
производственного  
цеха