

x

MADE IN  
RUSSIA

x



**your super drops**

Vegan

Non-GMO

Bioactive

Gluten-Free

# Содержание презентации:

---

- проблема, которую мы решаем
- описание проекта
- векторы развития
- наши инициативы
- наши преимущества
- дорожная карта
- команда проекта
- контакты



**your super drops**

# Проблема, которую мы решаем



S<sub>1</sub> T<sub>1</sub> R<sub>1</sub> E<sub>1</sub> S<sub>1</sub> S<sub>1</sub>

## Скорость современной жизни,

несбалансированная диета, недосып, психо-эмоциональная нагрузка, плохая экология и вредные привычки создают оксидативный стресс - состояние, при котором в организме повышается количество свободных радикалов, что создает условия для разрушения здоровья на клеточном уровне.

## Отсутствие

правильной культуры здорового образа жизни и дисциплины в нем приводят к росту количества заболеваний и медикаментозному лечению симптомов. Нет комплексных продуктов по решению тех или иных задач (много баночек, капсул, таблеток, не ясно сочетаются ли они друг с другом, что работает, а что нет).





# your super drops



## **Функциональная пищевая добавка в виде концентрата из трав.**

Каждый флакон направлен на решение определенной проблемы современного человека.

---

Подходит диабетикам, сочетается между собой, жидкая форма удобна в использовании.

---

Разработано на Алтае совместно с производством, которое 30 лет занимается разработкой ПД и БАДов на основе трав, с применением современных технологий.

---

**Экологически чистый продукт с сертификатом качества.**

# Векторы развития:

1. Расширение линейки продуктов пищевых добавок на травах в жидкой форме из локального сырья под брендом [yoursuperdrops.ru](https://yoursuperdrops.ru), сейчас ведется разработка функциональных концентратов для:

## снижение симптомов предменструального синдрома

95% женщин имеют предменструальный синдром; 73% оценивают эти изменения как расстройство или болезнь.

Источник: Логинова К.Б., Дюкова Г.М., Доброхотова Ю.Э. Предменструальный синдром в популяции женщин Российской Федерации (эпидемиологическое исследование). Проблемы репродукции. 2019;25(1):34-40

## снижение симптомов климактерического периода

Средний возраст наступления менопаузы в РФ колеблется от 49 до 51 года. 99 % женщин испытывают синдромы быстрой утомляемости и снижение работоспособности, 72 % женщин отмечают дисгормональную гиперплазию молочных желез, боли в мышцах и суставах, генитоуринарный и нейровегетативные синдромы.

Источник: Кострома Я.В., Беляева Е.Н., Хазова Е.Л., и др. Оценка выраженности климактерического синдрома и особенности психосоматического статуса // Журнал акушерства и женских болезней. – 2019. – Т. 68. – No 1. – С. 13-20.

## снижение синдрома алкогольного отравления организма

Пандемия и изоляция способствовали росту потребления алкоголя в России на 2–3%, в 2020 году от причин, связанных с алкоголем, умерли 50 435 человек.

Источник:  
<https://rosstat.gov.ru/>



# Векторы развития:

2. Формирование образовательного контента в социальные сети для молодого поколения (дети и подростки), популяризация здоровья в формате, который потребляет поколение Z. Привлечение экспертов в сфере медицины, генетики, травоведения для создания научно-популярного контента и охвата большего количества аудитории. С возможностью проведение офлайн мероприятий по РФ, в коллаборациях с разными проектами.

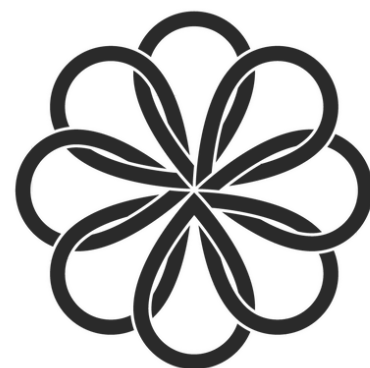
2020 год показал роста рынка онлайн-образования по России на 30-35% в сравнении с доковидным периодом. Среди трендов 2021 года наблюдается рост сегмента мобильного обучения, более глубокое внедрение технологий искусственного интеллекта для персонализации обучения и формата blended learning, когда часть программы проходит в онлайн, а часть - в офлайн.

# Векторы развития:

---

3. Выставка и попу- лаборатория, на государственной площадке с целью расширить знания детей и взрослых о травах регионов России и их влиянии на здоровье человека. Выставка включает в себя образовательную программу, привлечение экспертов из сферы: ботаники, медицины, генетики. Планируем начать с Москвы, далее провести выставку в городах-миллионниках в разных регионах РФ.

---



# Почему это важно?

## Проблемы, которые надо решать:

1

Конечный потребитель не понимает взаимосвязь между добавками и решением конкретной проблемы (хроническая усталость, недосыпы, частые простуды, хронический кашель). У него недостаточно знаний и мало времени.

2

Нет комплексного решения в одном продукте или в линейке продуктов. Потребитель покупает большое количество добавок и забывает вовремя принимать. Следствие: теряется результативность и вера в продукт.

3

Импортозависимость российского рынка пищевых добавок и БАД делает их недоступными для широкого круга потребителей.

4

Российский рынок предлагает устаревший подход к функциональному дизайну и позиционированию продуктов. Поколение Y (1981 по 1996 год рождения) и поколение Z (1997 по 2012 год рождения) теряют доверие к локальным продуктам и нуждаются в новом подходе к созданию, продукта, его концепции и методам продвижения.

5

Добавки используются для лечения, а не для превенции заболеваний. Недостаток правильно представленной широкому пользователю информации о здоровом образе жизни также сказывается на статистических показателях здоровья населения РФ всех возрастов.

6

Крупные бренды не работают над образованием и культурным просвещением населения в сфере здорового образа жизни, не уделяют должного внимания этой миссии бизнеса, не связанной с маркетинговыми показателями.



# Как наши инициативы могут помочь?

## Решение 1

Образование комьюнити:  
- видео и текстовый контент через социальные сети, лидеров мнений;  
- коллаборация с идеологическими партнерами;  
- спортивные мероприятия.

## Решение 2

Создание нескольких линеек для комплексного решения одной конкретной задачи. Большое количество точек сбыта позволит влиять на широкие массы людей разных возрастов.

## Решение 3

Локальное сырье и производство с 30-летним стажем работы в сфере создания БАДов и пищевых добавок позволили нам предложить доступную цену для потребителя.

## Решение 4

Современный функциональный дизайн и позиционирование продукта в РФ, по конкурентоспособности не уступающее рынкам Европы и США.

## Решение 5

Современный подход к образованию аудитории и маркетингу локальных продуктов с натуральным составом позволит выработать привычки здорового образа жизни, работа с видимыми симптомами до наступления момента X (осложнения, переход в хроническую стадию заболеваний) позволит сократить расходы государственных и негосударственных служб общественного здравоохранения.

## Решение 6

Выставки и попп лаборатория в разных регионах России как часть научно-просветительской деятельности с привлечением экспертов из сферы ботаники, медицины, генетики.

# Наши преимущества:



[Смотреть видео](#)

- Локальный продукт. Разработано на Алтае совместно с производством, которое 30 лет занимается травами.
- Экологически чистый продукт.
- Концентрат трав (всего 5-8 нажатий 1 раз в день).
- Удобная жидкая форма, быстро усваивается.
- Капли можно сочетать между собой.
- Эко, веган, глютен фри.
- Одобрение врача и его исследовательской команды .
- Сертификат качества.
- Забота о себе, близких и коллегах (хороший подарок).
- Простая инвестиция в здоровье (легко и быстро принимать, никакой химии и гор таблеток).
- Это натуральный источник энергии, силы, классный сон и хорошее самочувствие зимой/весной несмотря на погоду.

# Дорожная карта проекта

3 квартал 2022

- разработка 3 новых продуктов;
- подготовка стратегии маркетинговых активностей для новых продуктов (онлайн, офлайн);
- разработка структуры образовательного контента для онлайн активностей.

4 квартал 2022

- выпуск новых продуктов на рынок;
- реализация онлайн целей по маркетингу и пиару бренда;
- создание и публикация образовательного контента, аналитика и корректировка.

1 квартал 2023

- работа над продвижением продукта и образовательным контентом;
- подготовка стратегии проведения офлайн выставки, организации поп ап лаборатории;
- разработка контента для образовательной части выставки.

2 квартал 2023

- реализация выставки и поп ап лаборатории с обучающей программой в Москве;
- расширение мест сбыта продукции и охвата образовательного контента;
- масштабирование выставки в другие регионы РФ.

# Потребность финансового обеспечения для реализации инициативного проекта 21 826 000 Р

	<u>Q3' 22</u>	<u>Q4' 22</u>	<u>Q1' 23</u>	<u>Q2' 23</u>	<u>ИТОГО</u>
<b>Постоянные расходы</b>	<b>6 806 500 Р</b>	<b>5 006 500 Р</b>	<b>5 006 500 Р</b>	<b>5 006 500 Р</b>	<b>21 826 000 Р</b>
<b>в т.ч. Коммерческие расходы</b>	<b>5 400 000 Р</b>	<b>3 600 000 Р</b>	<b>3 600 000 Р</b>	<b>3 600 000 Р</b>	<b>16 200 000 Р</b>
<b>- в т.ч. Маркетинговый бюджет</b>	<b>5 400 000 Р</b>	<b>3 600 000 Р</b>	<b>3 600 000 Р</b>	<b>3 600 000 Р</b>	<b>16 200 000 Р</b>
-- Разработка продукта	1 800 000 Р				1 800 000 Р
-- Мероприятия (поп ап, выставки и	1 600 000 Р	1 600 000 Р	1 600 000 Р	1 600 000 Р	6 400 000 Р
-- Онлайн образование	1 500 000 Р	1 500 000 Р	1 500 000 Р	1 500 000 Р	6 000 000 Р
-- Прочие маркетинговые расходы	500 000 Р	500 000 Р	500 000 Р	500 000 Р	2 000 000 Р
<b>в т.ч. Управленческие расходы</b>	<b>1 406 500 Р</b>	<b>1 406 500 Р</b>	<b>1 406 500 Р</b>	<b>1 406 500 Р</b>	<b>5 626 000 Р</b>
<b>- в т.ч. ФОТ персонала</b>	<b>1 206 500 Р</b>	<b>1 206 500 Р</b>	<b>1 206 500 Р</b>	<b>1 206 500 Р</b>	<b>4 826 000 Р</b>
-- оплата труда	950 000 Р	950 000 Р	950 000 Р	950 000 Р	3 800 000 Р
-- НДФЛ, взносы	256 500 Р	256 500 Р	256 500 Р	256 500 Р	1 026 000 Р
<b>- в т.ч. Затраты на сопровождение</b>	<b>200 000 Р</b>	<b>200 000 Р</b>	<b>200 000 Р</b>	<b>200 000 Р</b>	<b>800 000 Р</b>



# Команда проекта

## Татьяна Рыбакова



Более 10 лет популяризация здорового образа жизни в социальных медиа (Instagram - 228к, Youtube 407к, Вконтакте 138к и 46 млн.просмотров).

В 2012 году запустила образовательную онлайн платформу, более 20 тыс. учеников. Выпустила книгу, была ведущей рубрики о здоровье и кулинарной передачи на телевидении.

Работала в сотрудничестве с международными IT-компаниями, популяризирующими здоровый образ жизни через свои продукты и услуги в Китае и США. Реализовывала социальные и благотворительные проекты с Минздравом РФ, Рыбаков фонд.

Большой опыт публичных выступлений на тему физического и ментального здоровья от корпоративных мероприятий до фестивалей и университетов по приглашению Администрации Президента РФ в рамках работы просветительского общества "Знание".

# Команда проекта

**Ульяна Гладий**



За последние 10 лет прошла путь “от продавца в магазине до генерального директора ресторана”.

Имеет большой опыт в маркетинге, продажах B2B по всей России и B2C, обучении персонала по работе с продажами продукта (более 650 человек).

Организация мероприятий как закрытого характера, так и на более 50 человек.

Была CEO онлайн и офлайн продуктов: открытие ресторана с 0, момента нахождения помещения вместе с инвестором в течение 1.5 лет до запуска продукта и старта его работы. В обязанности входили: все нюансы стройки/декорирования, выбор подрядчиков, поиска персонала, утверждение стратегически необходимых вопросов, работа с поставщиками и клиентами. Онлайн продукт: сайт и приложение (с сильной программой лояльности) – напрямую работала с командой разработки.

## Контакты:

---

[rybakova@yoursuperdrops.ru](mailto:rybakova@yoursuperdrops.ru)

[ulyanag@yoursuperdrops.ru](mailto:ulyanag@yoursuperdrops.ru)

your super drops