



# «Разработка детской уходовой косметики-гигиенической помада на основе натуральных компонентов и природного сырья»

Акселератор

МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)

## АКТУАЛЬНОСТЬ

В современном мире все больше родителей обращают внимание на состав и качество детской косметики. **Они стремятся найти продукты, которые будут не только эффективными, но и безопасными.** В этом случае разработка детской уходовой косметики на основе натуральных природных компонентов становится особенно актуальной.

### Результаты проблемного интервью (47 респондентов):

Приобретаете ли Вы детскую косметику для своего ребенка?



75%  
Да, уходовую

Есть ли у Вас какие-нибудь специфические требования к детской косметике?

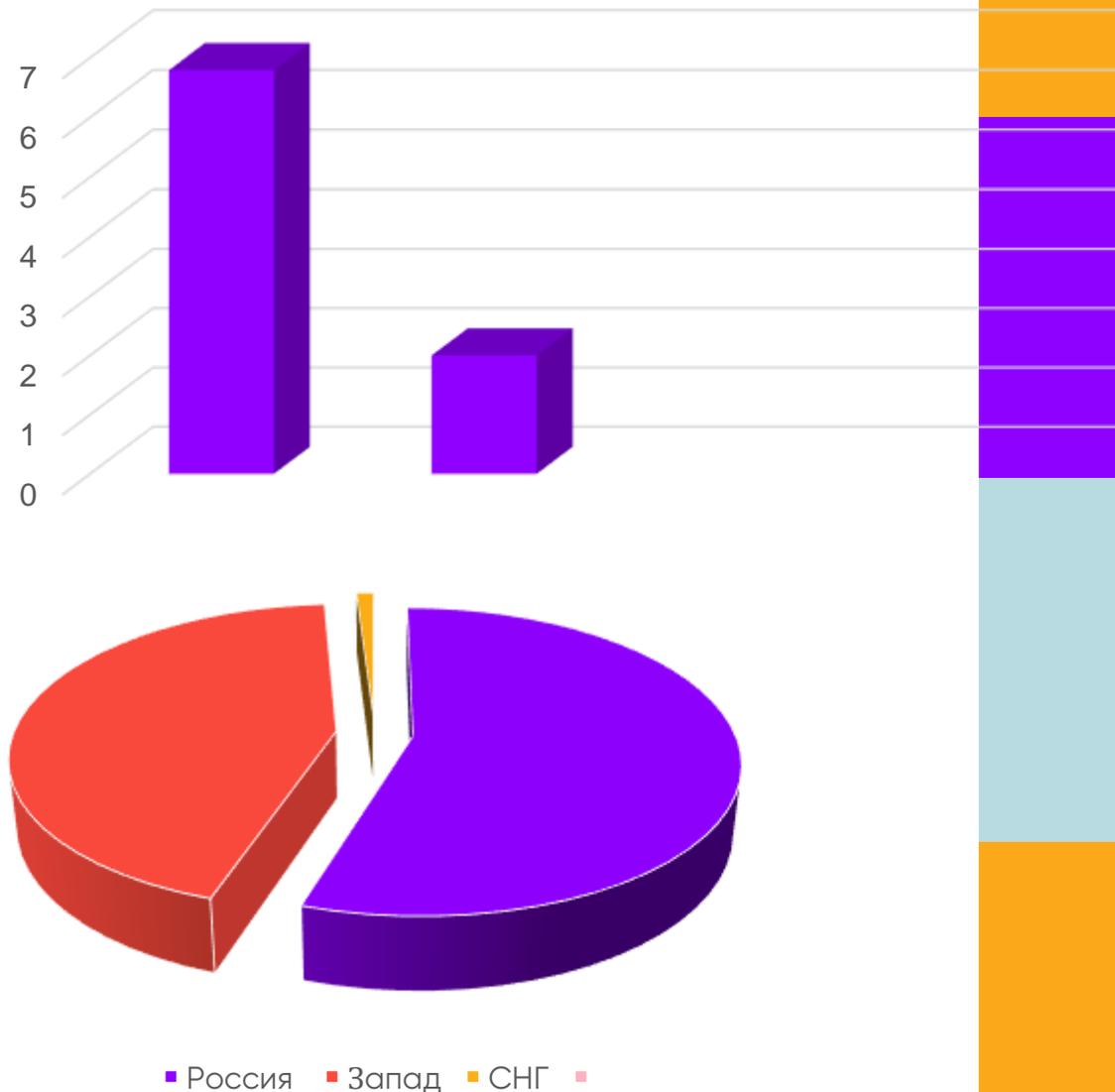


80%  
Гипоаллергенность/  
натуральность

# АНАЛИЗ РЫНКА

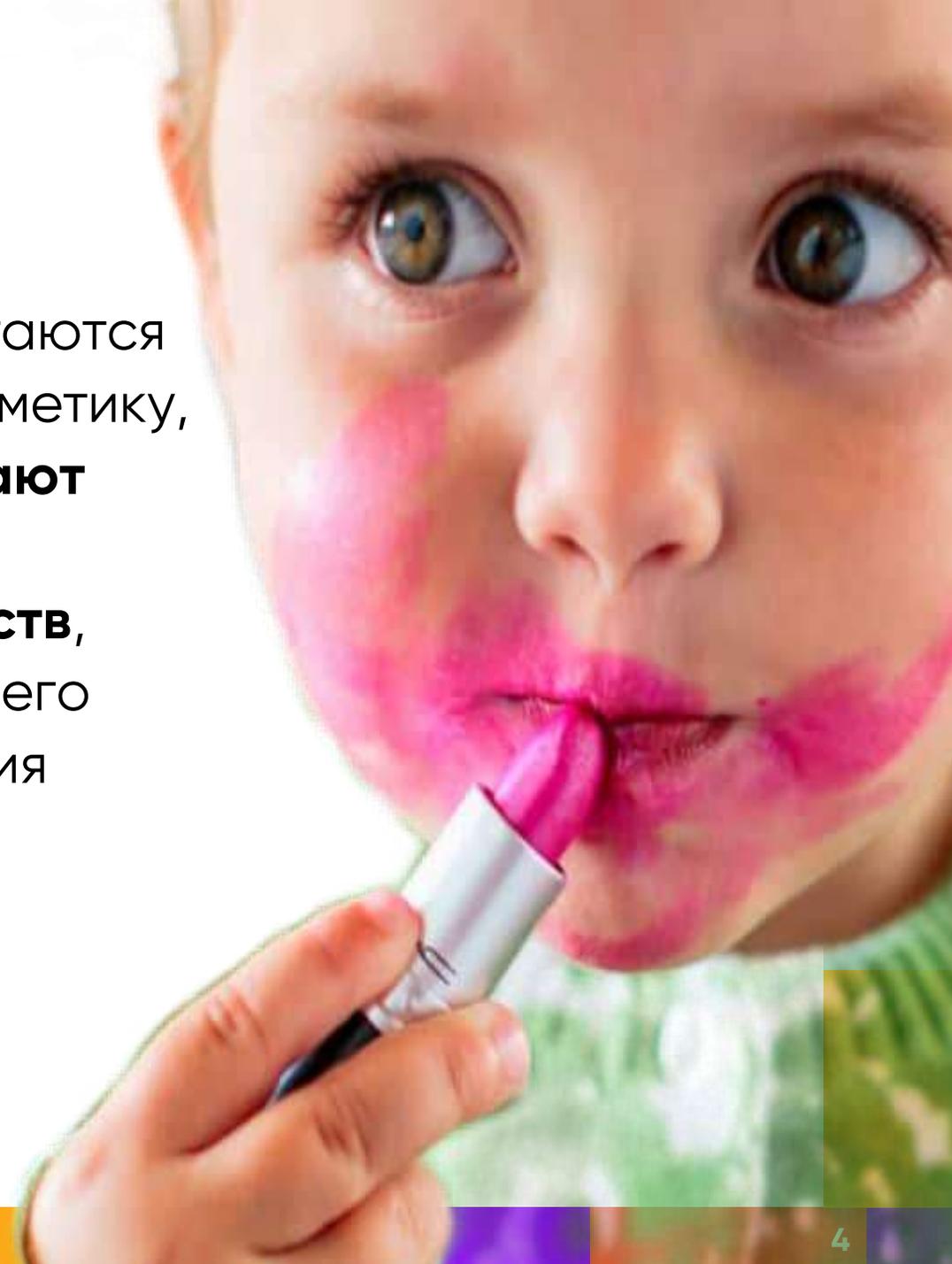
В целом, рынок детских гигиенических помад в России представляет собой одну из составляющих рынка детской косметики и **может быть перспективным для развития в силу спроса на безопасные и качественные продукты для детей**

- **Ожидается, что мировой рынок детской косметики вырастет в среднем на 6,79%**, со стоимостью 1 795,15 млн. долларов США по сравнению с прогнозируемым 2021-2028 годом.
- **Динамика рынка также положительная.** Связано это с увеличением осведомленности родителей о важности использования безопасных и натуральных продуктов для детей
- **Родители активно поддерживают отечественных производителей**, т.к. считают отечественную продукцию натуральной и безопасной. Более половины предлагаемой магазинами продукции **55% выпускается российскими предприятиями**. Доля **западной косметики** составляет около **44%** от изученного ассортимента, всего лишь **1% продукции приходится на производителей из стран СНГ.**

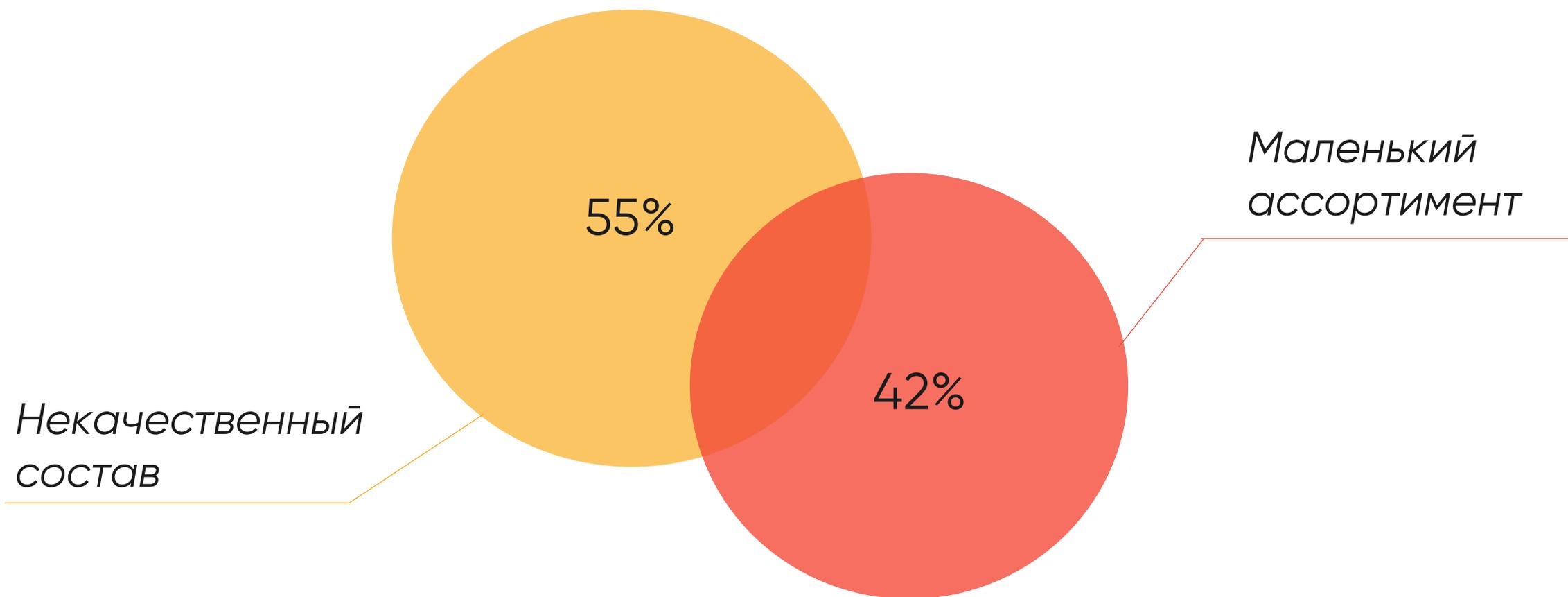


## ПРОБЛЕМА

Одна из основных причин, почему родители пытаются найти качественную и безопасную детскую косметику, заключается в том, что **множество детей получают отравления и другие травмы в результате использования различных косметических средств**, например таких как помад, так как они чаще всего попросту «съедаются». Иногда такие отравления смертельно опасны.



## Сталкиваетесь ли Вы с какими-либо трудностями при выборе детской косметики?



## НАШ ПРОДУКТ

Мы представляем наш продукт: **детскую гигиеническую помаду из сегмента уходовой косметики из воска рисовых отрубей, касторового масла, эфирного масла пихты**

Наш продукт позволит обеспечить детям качественный уход, безопасный для их кожи и здоровья. Натуральные компоненты, которые будут использоваться в ее составе, не содержат вредных веществ, которые могут вызвать аллергические реакции или раздражение кожи.



# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

## Родители малышей и маленьких детей

выбор продуктов, которые  
помогут в уходе за кожей  
ребенка на время перехода  
от младенчества к раннему  
детству

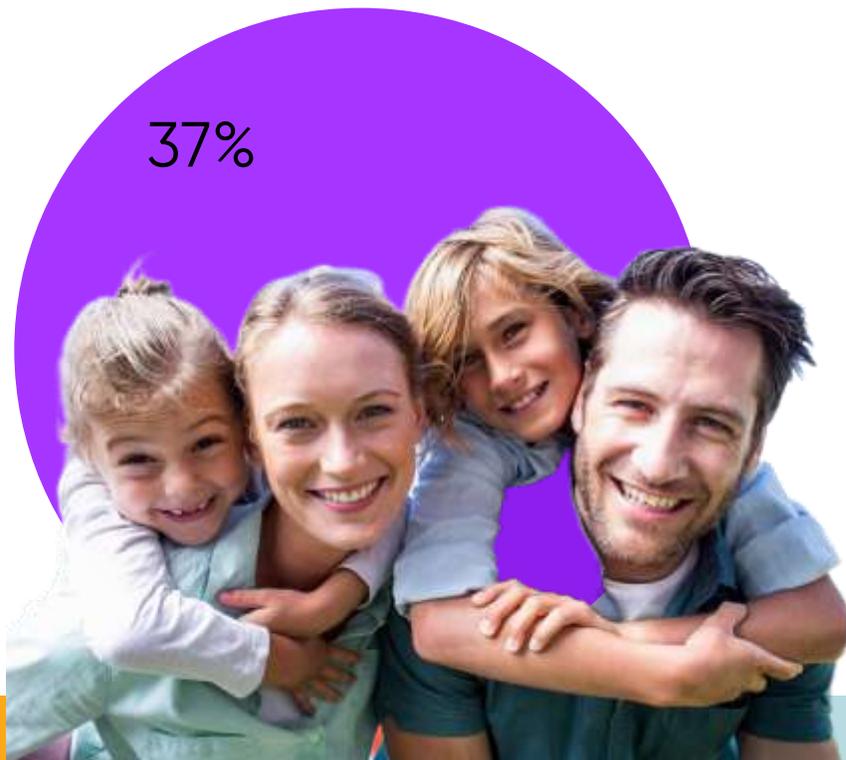
21%



## Родители детей дошкольного и школьного возраста

продукты, которые помогут  
их детям развивать навыки  
самостоятельной гигиены

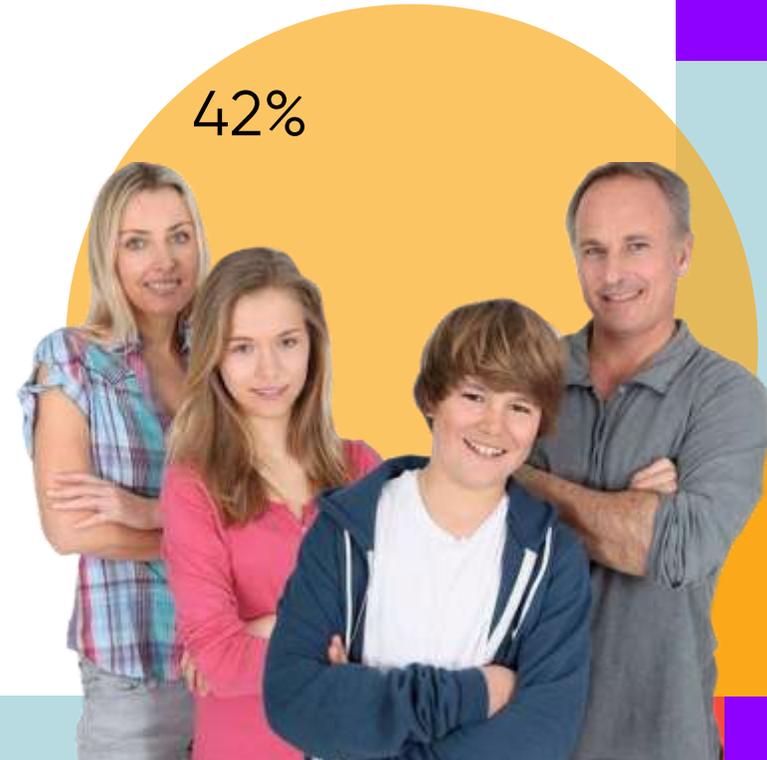
37%



## Родители подростков

продукты, которые помогут  
их подросткам  
поддерживать здоровую  
кожу и гигиену

42%



# КОНКУРЕНТЫ



60-96 р



104-256 р



148-192 р



244 р



327 р

Название	Год создания	Состав	Дизайн	Стоимость	Вкус/запах
Маленькая фея	2004	-	фея, только розовый цвет упаковки	148-192 р.	уже не выпускаются
Принцесса	2003	<b>Paraffinum Liquidum</b> , масло семян Ricinus Communis (касторовое), Cera Alba, <b>парафин, Cera Microcrystallina</b> , каприловый/каприновый триглицерид, <b>ВНТ, слюда, CI 77891, CI 15850.</b>	сказочная принцесса, только розовый цвет упаковки	104-256 р.	без вкуса, ароматы персика, ванили, малины, карамель, пастила, тутти-фрутти,
Лакомка	2021	<b>масло минеральное</b> , церезин, воск карнаубский, <b>ПЭГ-45/ додецил гликоль сополимер</b> , масло какао, ароматизатор, масло касторовое, пропиленгликоль, <b>парафин, сукралоза</b> , экстракт цветков лимонная кислота, витамин Е ацетат, <b>бутилгидрокситолуол, бутилгидроксианизол</b>	белая упаковка с наклейкой под вкус помады (голубой/розовый/желтый/шоколадный/зеленый и тд)	60-96 р.	вкус и запах соответствуют описанию на упаковке (чизкейк, тропический коктейль, ягодный микс, арбузный взрыв, апельсиновый смузи, булочка с корицей, бабл гам)
Дорики Морики	2021	<b>Вазелин</b> , Cera Alba (пчелиный воск), масло Prunus Amygdalus Dulcis (сладкого миндаля), отдушка, эфиры жожоба, токоферилацетат, воск семян (подсолнечник), полиглицерин-3, каприлилгликоль, этилгексилглицерин.	русалочка и морские животные, розовые/фиолетовые/голубые цвета	327 р.	без вкуса, запах клубники, тутти-фрутти
Морозко	2003	<b>масло минеральное</b> , парафин, воск карнаубский, масло какао рафинированное, церезин импортный, масло касторовое рафинированное, ароматизатор пищевой,, витамин А-пальмитат, витамин Е – ацетат.	бело-синяя упаковка с дедулей	244 р.	запах ромашки

## Конкурентное преимущество нашего продукта

**Состав:** персиковое масло, ланолиновое масло, воск подсолнечника, воск рисовых отрубей, касторовое масло, эфирное масло пихты, дистиллированная вода, стевия экстракт, витамин E

**Основные функции:** защитная, увлажняющая, противовоспалительная, ранозаживляющая

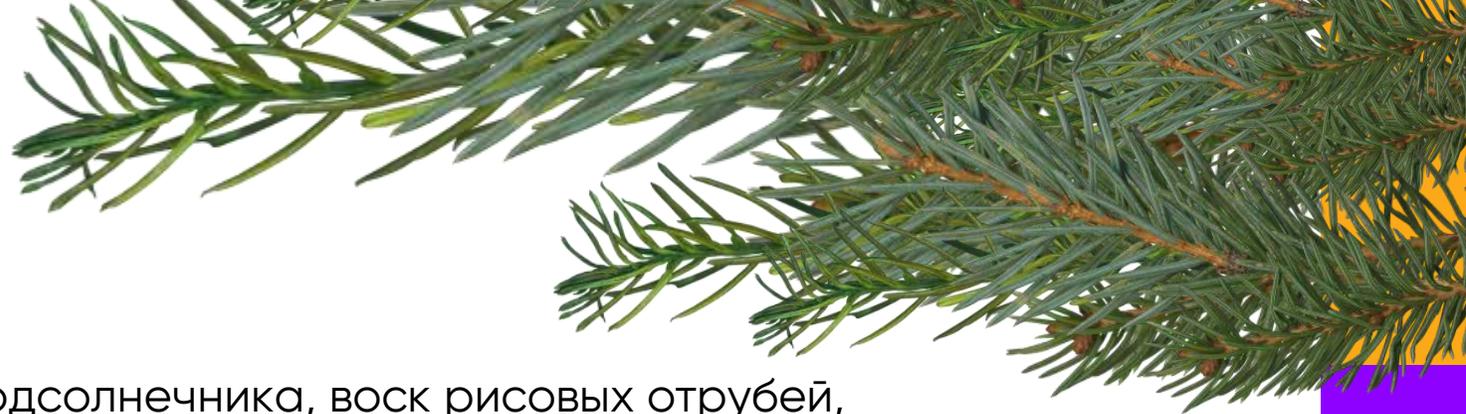
**Особенности состава:** натуральные и безопасные компоненты отечественного происхождения, не вызывающие аллергии

**Органолептические характеристики:** кремовая масса помады с характерным запахом пихты, со сладким вкусом. Образует на губах легкую пленку без жирного блеска

**Завод-производитель продукции (индустриальный партнер):**  
Trius labs

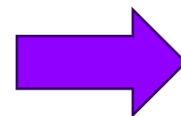
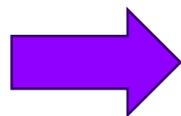


## Технология производства гигиенической помады



- 1. Взвешивание ингредиентов;**
- 2. Приготовление жировой основы.** Воск подсолнечника, воск рисовых отрубей, персиковое масло, ланолиновое масло и касторовое масло растапливают в котлах в условиях непрерывного перемешивания.
- 3. Приготовление массы помады.** Жировую основу постепенно охлаждают до 65–70°C, добавляют антиоксидант – витамин Е, биологически активные добавки – эфирное масло пихты, подсластитель – разведенный в дистиллированной воде экстракт стевии. Полученную массу перемешивают в гомогенизаторе со скоростью от 1,5 до 3 тыс. оборотов в минуту. После этого смесь подвергают вакуумной обработке. Готовую смесь переливают в ёмкости и кристаллизуют в течение 48 часов.
- 4. Формовка помады.** Смесь расправляют при 75°C, вновь перемешивают и заливают в металлическую форму. Формы с помадой охлаждают.
- 5. Фасовка, оплавление.** Структурированные помады фасуют по тарам. После фасовки помаду подвергают оплавлению – термической обработке, во время которой уничтожаются микробы, попавшие из воздуха. Готовую гигиеническую помаду передают на упаковку.

# ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ОПЫТНОГО ОБРАЗЦА



## 1 ЭТАП:

Плавление воска

## 2 ЭТАП:

- Замешана жировая фаза
- Добавление компонентов (антиоксиданты, отдушки и т.п.)

## 3 ЭТАП:

Готовый опытный образец после застывания

Разработан функциональный прототип, стадия TRL 3

<p><b>Ключевые партнеры:</b></p> <p>Trius Lab OZON WILDBERRIES Яндекс. Маркет Горздрав Здрависти Аптеки «Апрель» Столички</p>	<p><b>Ключевые виды деятельности:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Поиск поставщиков</li> <li>Поиск покупателей</li> <li>Продажа</li> <li>Разработка формулы производства продукта</li> <li>20.42- Производство парфюмерных и косметических средств</li> </ul>	<p><b>Предоставленная ценность:</b></p> <p>Уникальная детская гигиеническая помада на основе органических компонентов с гипоаллергенным составом</p>	<p><b>Взаимоотношения с клиентами:</b></p> <p><b>Сообщества:</b> для установления более тёплых отношений с клиентами компании используют сообщества в социальных сетях. За группами следят модераторы и поддерживают активные обсуждения.</p>	<p><b>Клиенты: B2C сегмент</b></p> <p>Родители</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>малышей</li> <li>Детей дошкольного возраста</li> <li>Подростков</li> </ul>
<p><b>Издержки:</b></p> <p>Создание партии(5000 шт. 652 400р) , тестирование продукта(32000р), сертификация продукта (85 400р) , патентование продукта, логистика, упаковка(38р)</p>	<p><b>Ресурсы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Персонал</li> <li>Доступ к сырью</li> <li>Системы сбора сырья</li> <li>Оборудование и производство</li> </ul>		<p><b>Каналы сбыта:</b></p> <p>Сайт продукта Социальные сети Сарафанное радио Маркетплейсы Аптеки</p>	
		<p><b>Доходы:</b></p> <p>Продажа продукции (150 рублей 1 шт.)</p>		

# МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

## Телеграмм

Ник	Кол-во подписчиков	Стоимость рекламы
@Oksana-Frolenok	430К	От 80к за пост
@Sofia-stuzhuk-official	330к	11к за пост
@mom-blogtime	100к	50к за сторис

## Вконтакте

Формат	Стоимость	
Универсальная запись (текст+ фото)	10-80к	
Карусель (фото нескольких товаров)		
Lead Ads (рекламный плакат)		
Ник	Кол-во подписчиков	Стоимость рекламы
KRYLOVA-life	75 тыс. подписчиков	7к за пост
Надя, жги! (Надежда Лучкова)	66 тыс. подписчиков	от 80к за пост

# РАСЧЕТ ЕДИНИЦЫ ПРОДУКТА

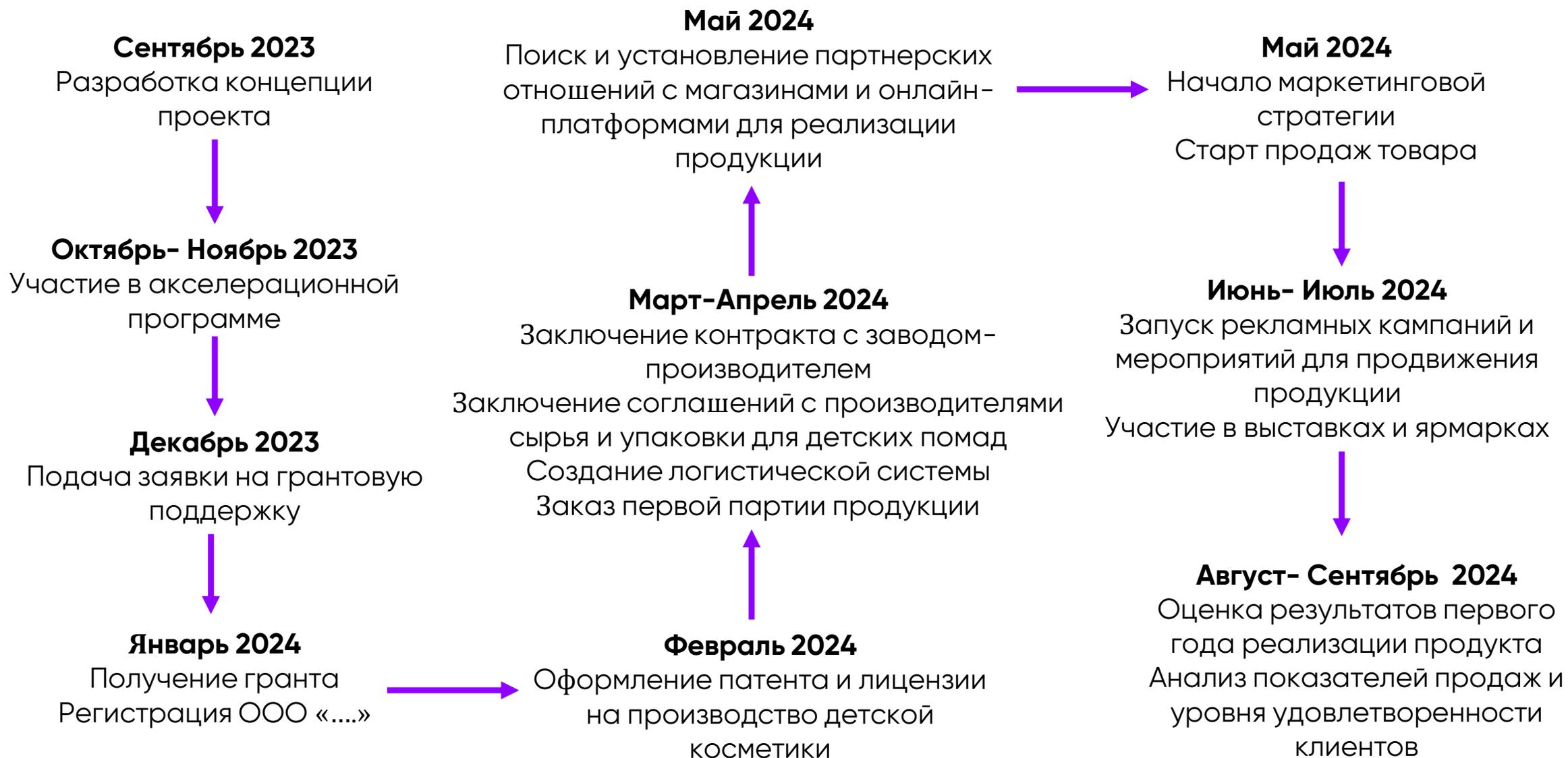
Компонент	Содержание, % в гигиенической помаде	Цена компонента на 1 г, руб
Персиковое масло	30	4,35
Ланолиновое масло	28	0,68
Воск подсолнечника	25	6
Воск рисовых отрубей	10,48	2,28
Касторовое масло	5	4,1
Эфирное масло пихты	0,5	36,4
Экстракт стевии	0,5	9,9
Дистиллированная вода	0,5	0,44
Витамин Е	0,02	9
Затрата на единицу продукции (7 г)		27,859 руб

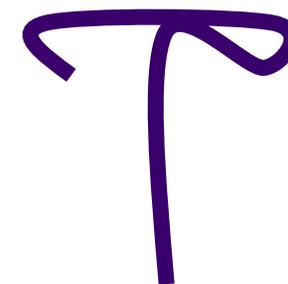
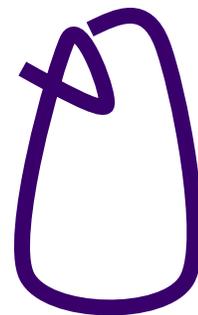
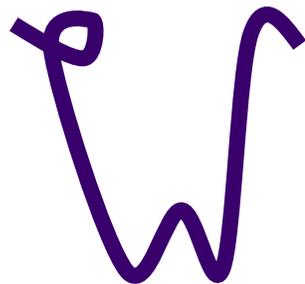
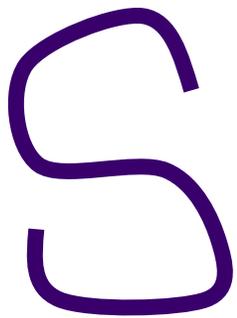
# UNIT-ЭКОНОМИКА

Распределение бюджета	
Упаковка (флаконы+пластик)	р.190 000
Разработка рецептуры	р.32 000
Сертификация	р.85 400
Открытие ООО	р.10 000
Сотрудничество с маркетплейсами	р.50 000
Контракт на производство	р.535 000
Маркетинг	р.90 000
<b>Итого</b>	<b>р.992 400</b>
Партия	5000 шт.
Себестоимость продукции	107 руб.
1 шт упаковки (флакон)	38 руб.
Сырье + Работа	69 руб.

Кол-во привлеченных пользователей	1 000
Конверсия	5%
Кол-во покупателей	50
Стоимость привлечения 1 клиента	р. 1 800
Стоимость привлечения 1 пользователя	р. 90
Средний чек заказа	р. 170
Себестоимость	р. 107
Средний доход на одного клиента	р. 6 300
Средний доход на 1 пользователя	р. 315
Маржинальная прибыль	р. 225 000

# ДОРОЖНАЯ КАРТА ПРОЕКТА





### **Сильные стороны**

1. Натуральность компонентов
2. Гипоаллергенность состава
3. Удовлетворенность индивидуальных запросов
4. Продукт востребован на рынке

### **Слабые стороны**

1. Новый бренд, неизвестный на рынке
2. Ограниченность линейки продуктов
3. Территориальная ограниченность первых продаж

### **Возможности**

1. Привлечение инвестиций
2. Расширение линейки продукта
3. Выход на международный рынок

### **Риски**

1. Короткий срок хранения продукта
2. Непрохождение сертификации продукта
3. Неокупаемость вложенных средств
4. Проблема с поставщиками

# НАША КОМАНДА

**ЛИДЕР**



**БУРМИСТРОВА ПОЛИНА**

**@BURMIMUR**

**АНАЛИТИК**



**СОКОЛОВА СОФЬЯ**

**@HOMKISS**

**ДИЗАЙНЕР**



**ТАРАНОВА АЛЕНА**

**@ALENYSSHKA**

**ТЕХНОЛОГ**



**ПАВЛОВА АРИНА**

**@ARSIPAV**

**СПАСИБО!**

