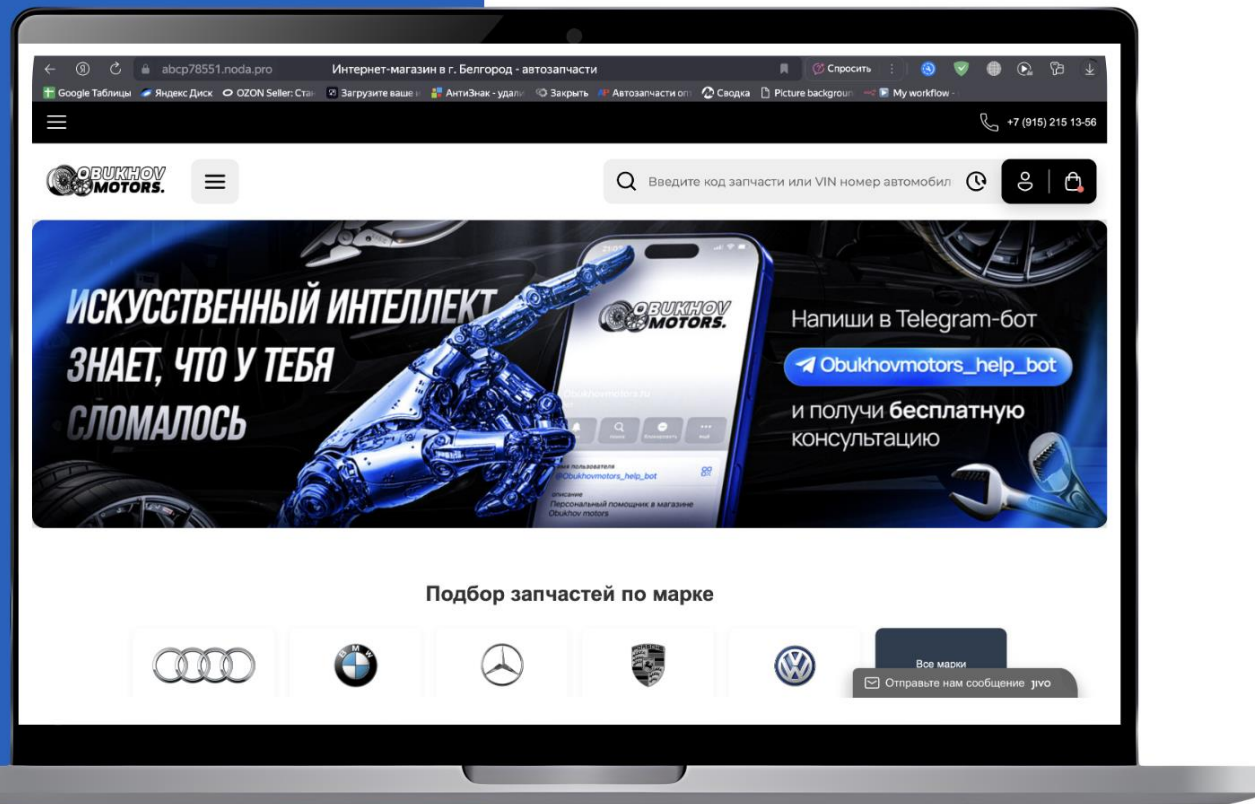


Obukhov Motors — интернет-магазин автозапчастей



Проблемы потребителей

1. Отсутствие удобной платформы для заказа

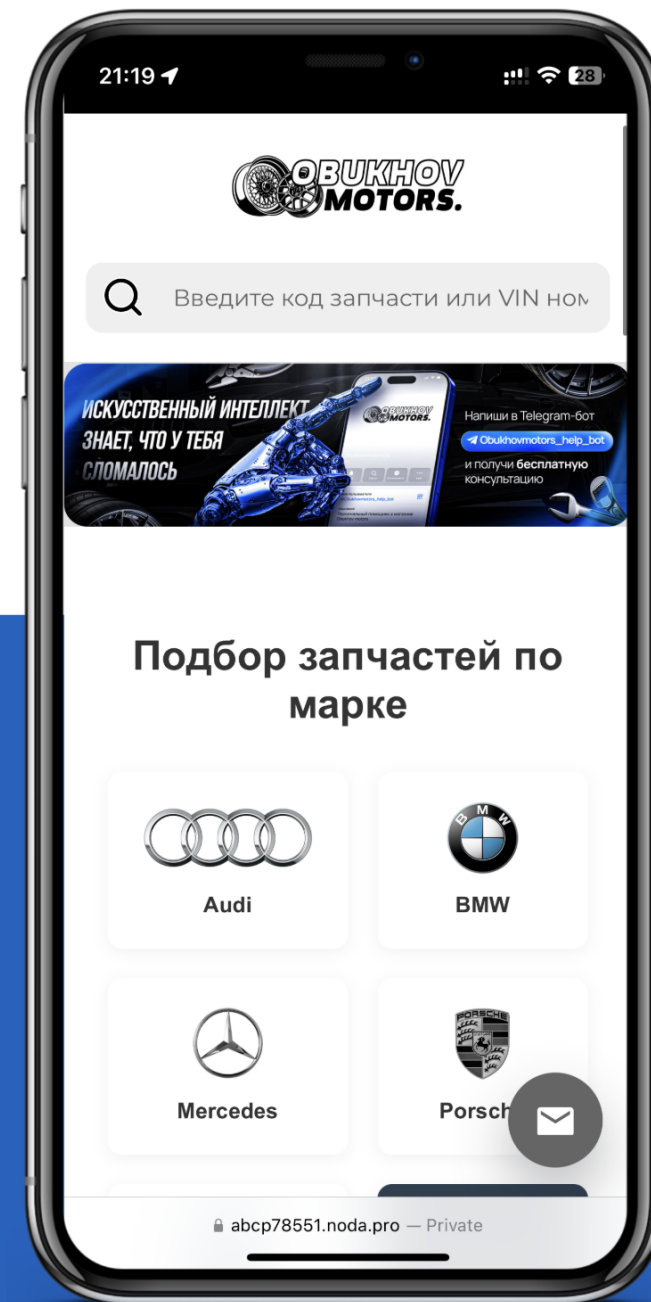
2. Потребность расширенного каталога запчастей

3. Нет поиска по VIN или схем для подбора запчастей

Объем и динамика рынка

- Суммарный объем — около 1,075 трлн ₽
- Рост: +15 % в год
- Крупные игроки (Автодок, Exist и дилеры) контролируют лишь 2–3 % рынка запчастей.
- Сдвиг в сторону онлайн-каналов, DIY, маркетплейсов и самостоятельного обслуживания.

При этом маркетплейсы уже зарабатывают плохую репутацию, по причине контрафакта и невозможности правильного подбора, что открывает возможности для создания собственного продукта в этом сегменте рынка.



Решение

01

Чат-боты на базе ИИ, помогают подбирать автозапчасти, могут проконсультировать по неисправностям, отталкиваясь от жалоб клиентов, дают возможность снижать ФОТ на отделе продаж

02

Каталог со схемами, который позволяет точно подобрать любую запчасть, даже мелкий крепеж

03

Быстрая доставка, 3-4 дня, возможность высылать Яндексом и Сдеком, в данный момент это самые востребованные ТК для покупателя

04

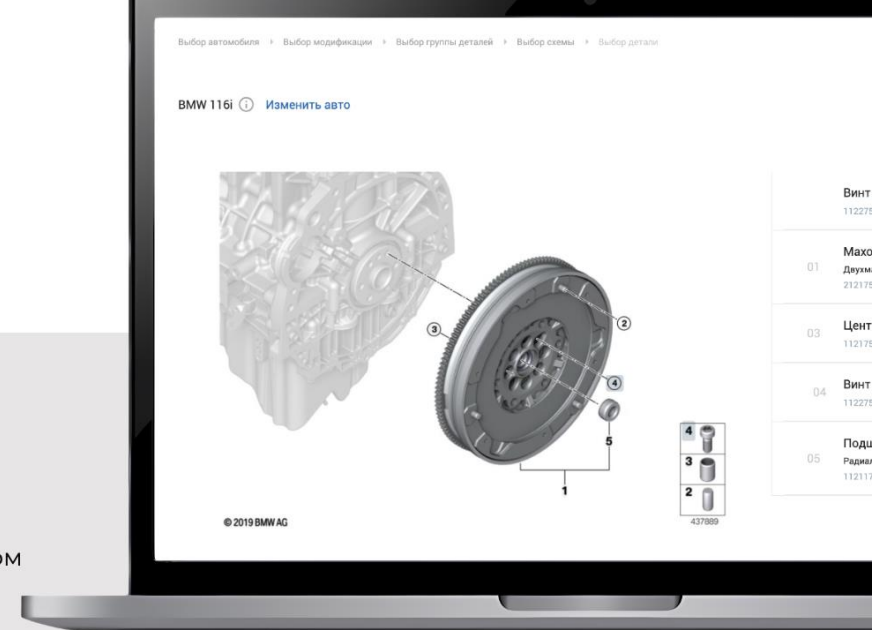
Возможность масштабироваться и рекламироваться на новую аудиторию, используя актуальные инструменты для соприкосновения с аудиторией, например Tik Tok

05

Быстрый подбор запчастей на сайте

06

Облегченный дизайн сайта, обеспечивающий удобное взаимодействие



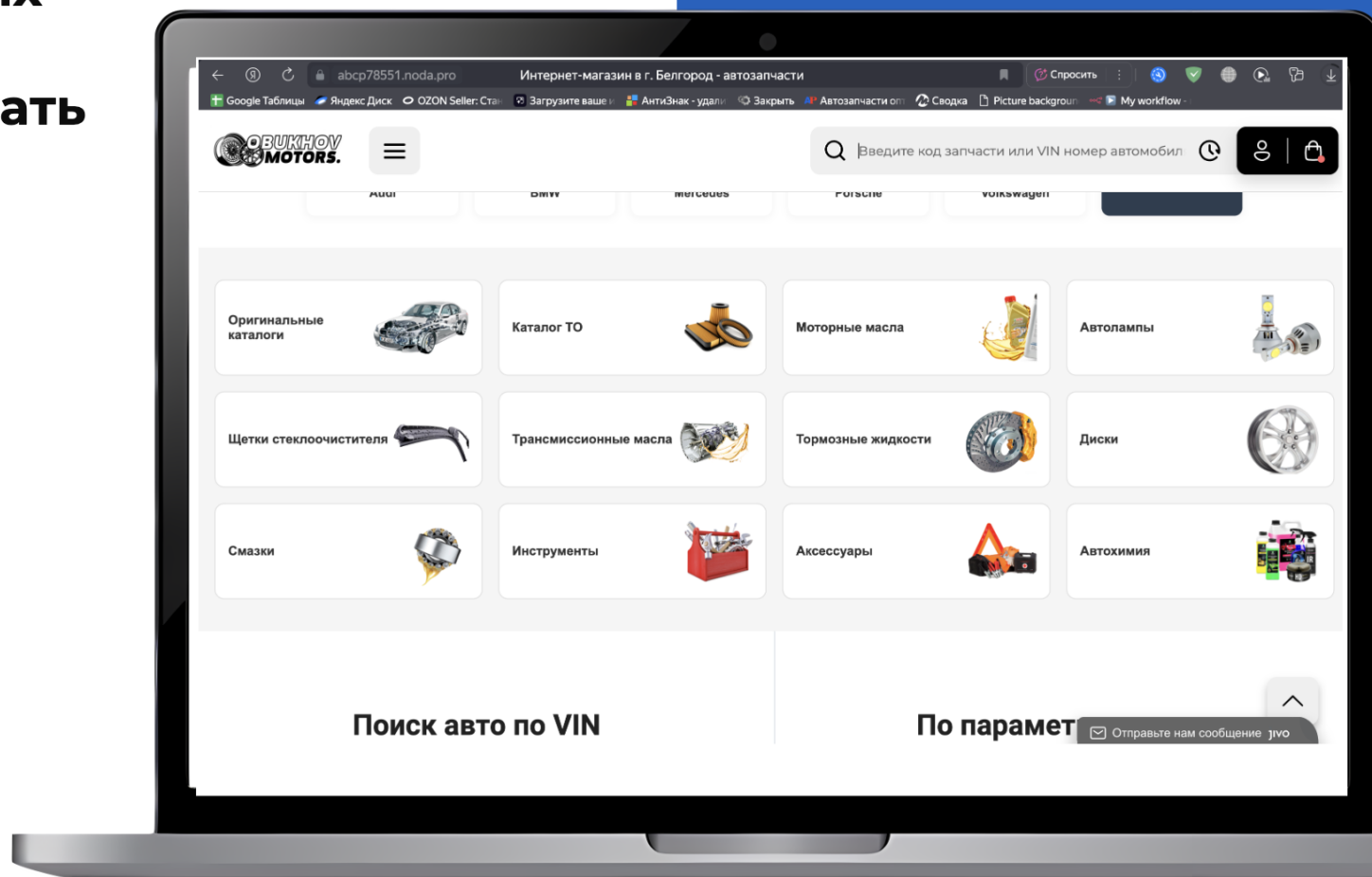
Продукт

— Платформа АВСР с доработкой:
с добавлением интеграций ИИ,
платежных систем, логистических
служб, что позволяет в короткие
сроки начать работу и обрабатывать
большой поток заказов

— 250 000+ позиций

— Чат- ботов на базе ИИ

— Схемы OEM, для подбора
запчастей



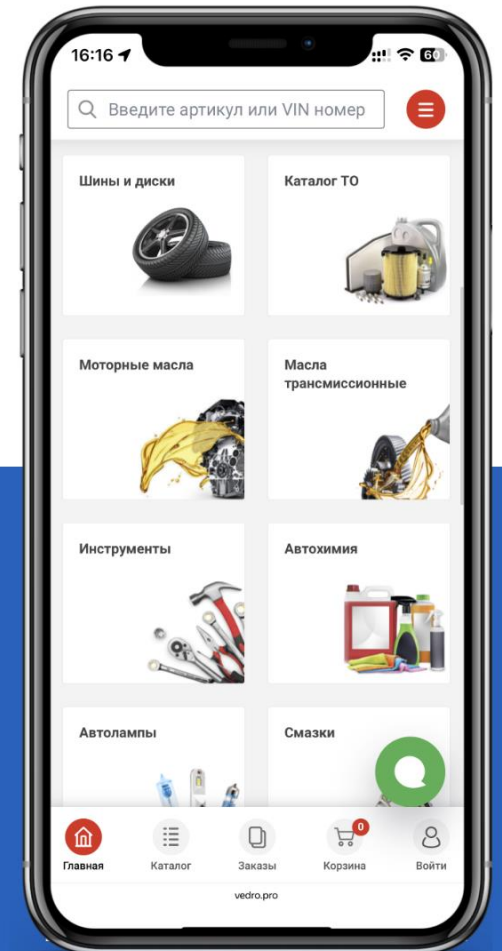
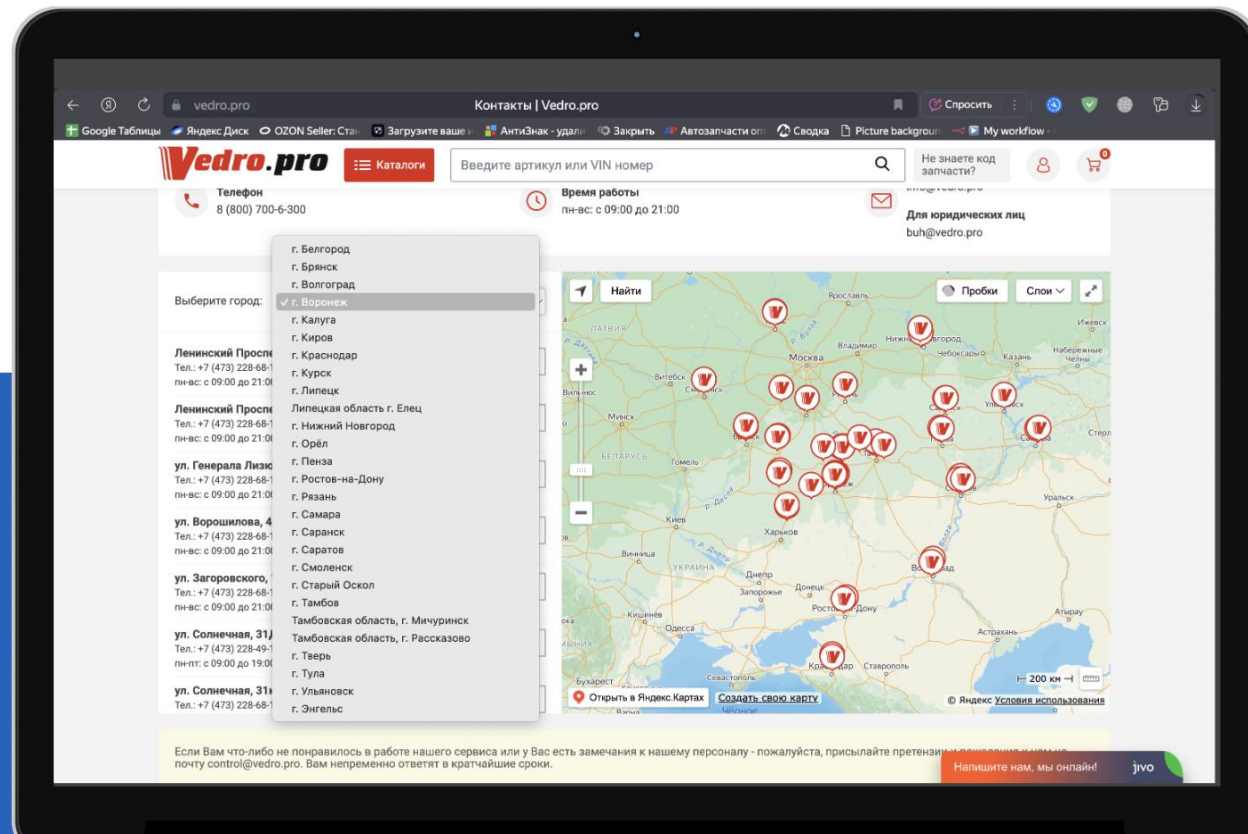
MVP

Компания Vedro.pro

– 46 магазинов

– 10 лет на рынке

– Работает на платформе ABSP



Аудитория

1. Молодые водители (18–35 лет) — 45%

-Активные пользователи онлайн-сервисов

-Готовы к новым форматам (ИИ, быстрый UX, Telegram-бот)

2. Любители технологий / IT-сегмент — 25%

-Часто самостоятельно подбирают детали

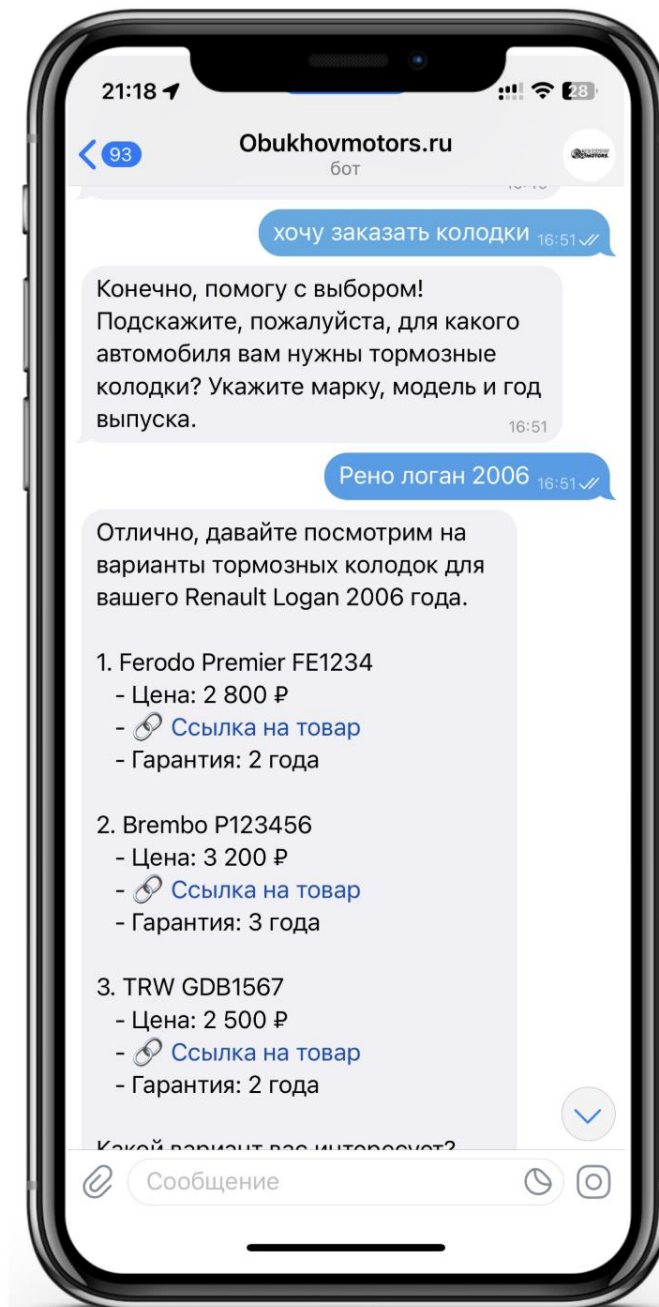
-Ценят удобный интерфейс, VIN-поиск, схемы

3. Водители, уставшие от неудобных сервисов — 30%

-Переходят с Avito, Exist, Emex и других старых платформ

-Хотят простоты, прозрачности и гарантии

Средний чек – 3000₽



Маркетинг

Платформы трафика:

01

Вконтакте

02

Instagram

03

Tik Tok

03

YouTube

Основные цели:

**[01] Создать уникальную
стратегию
продвижения**

**[02] Обеспечить охваты
профилей в
социальных сетях**

**[03] Привлечь целевую
аудиторию**

**[04] Создать
узнаваемость бренда**

**[05] Обеспечить рост
продаж за счет
контента**

Финмодель 1-го года работы



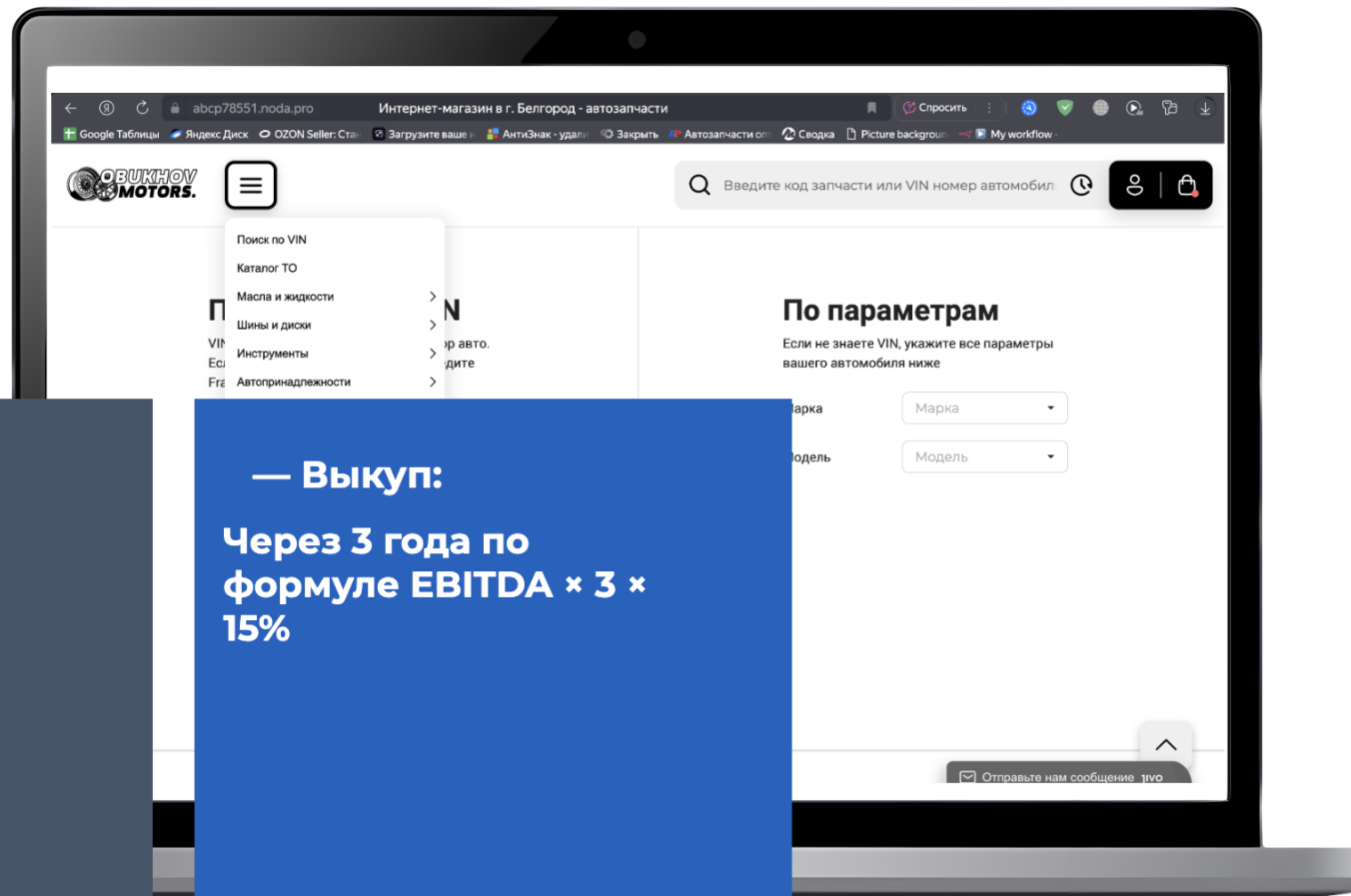
Показатель	Сумма, Р
Выручка	60 000 000 Р
Средний чек	3 000 Р
Количество заказов	20 000
Себестоимость	37 500 000 Р
Валовая прибыль	22 500 000 Р
Сорех	900 000 Р
Орех	14 442 750 Р
Итого расходов	52 842 750 Р
EBITDA	11 057 250 Р
Чистая прибыль	7 628 663 Р

Запрос

—Инвестиции:
4,5 млн Р

— Доля:
40%

— Выкуп:
Через 3 года по
формуле $EBITDA \times 3 \times 15\%$



Как я планирую конкурировать и почему бы большим компаниям не повторить тоже самое

[1] Маркетинг и индивидуальный подход к клиенту, планирование развиваться по стратегии "голубого океана", выращивать свою аудиторию посредством тесного взаимодействия в социальных сетях и работы с лидерами мнений
Возможность работать на аудиторию девушек и молодых людей даст преимущество в этом сегменте рынка

[2] Большие компании не работают с блогерами и не успевают развиваться в медиа поле, они все являются старыми и теряют связь с аудиторией, в ближайшее время связь и лояльность с новым поколением этих компаний будет утеряна

[3] Рост маркетплейсов охватывает многие ниши, но ниша автозапчастей остается свободной

[4] Данная бизнес модель имеет возможность масштабироваться, не имея больших денег, потому что нет необходимости замораживать средств в товаре

[5] Большие компании менее гибкие, что является для нас преимуществом

