

Владивосток



Резюме

1. **Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 600 тыс.**
2. **Продукция** - Системы контроля доступа (сейфовые и дверные замки), иммобилайзеры, офисные сигнализации, контроллеры, кодовые панели.
3. **Торговые марки** – «Silvio» и соответствующий логотип.

Общая информация о компании

Дата создания Компания создана в 1994 г. Конкретно направление СКД – ноябрь 2004 г.

Знаки общественного признания – победитель Конкурса Русских Инноваций.

Количество работающих на фирме: 27 человек.

Команда

Кучма Олег Владимирович - директор, 31 год. Закончил Юрфак ДВГУ с красным дипломом. С 1994 г. работает на различных должностях в компьютерной компании (логистик, менеджер по закупкам). Владеет английским языком.

Зубов Илья Николаевич - дизайнер, 34 года. Огромный опыт в области дизайна упаковки и разработки корпоративных стилей.

Кутуков Антон Владимирович - программист, 27 лет. Специалист в области микроконтроллеров и нечеткой логики.

Маринченко Евгений Викторович - инженер, 22 года. SolidWorks, CircuitWorks, MoldFlow.

Продукция

Разрабатываемая продукция (электронные дверные замки для рынка SOHO повышенной взломостойкости) – имеет целый ряд уникальных свойств,

- возможность использовать один ключ с неограниченным количеством замков,
- возможность перепрограммировать замок, не выбрасывая ключи или замок,
- отсутствие цифрового оптического интерфейса абсолютно защищенного от перехвата,
- вандалоустойчивость замка,
- прочность ключа, отсутствие в нем источника питания,
- принципиально новая механика привода,
- привлекательный дизайн,
- совместимость с существующими системами СКД.

Сравнение с аналогами:

- Солидное ценовое преимущество. Полный комплект, к которому не требуется ничего докупать – около \$ 100. У аналогов цены на моторные приводы начинаются от € 500 евро. При этом почти всегда нужно отдельно докупать: ИБП, блок питания, провода, метизы – еще \$ 50-70.
- Невозможность скопировать ключ. Возможность всегда купить новый ключ взамен утерянного без нудной процедуры перепрограммирования. Украденный ключ – не работает в «чужих» руках. У аналогов встречаются только отдельные элементы. И только в очень дорогих системах.
- Исключительный уровень взломостойкости, в том числе против грубых методов. Привод – «невидимка». Большинство электронных замков имеют очень ограниченную взломостойкость и зачастую уступают приличным механическим замкам. Как правило, высверливаются за 3-5 минут.
- Высокая механическая прочность (6000 кг) при небольших габаритах (12*7*5 см). Установка нашего замка значительно увеличивает прочность дверного полотна. Исключен «отгиб» дверного полотна, за счет применения запираемых в ответной части ригелей. Конкурирующие продукты, как правило, имеют значительно большие габариты, не выдерживают нагрузки более 1000 кг и не имеют запираемых в ответной части ригелей.
- Моторный привод с бронзовым редуктором, работают от напряжения от 10 до 24 В постоянного или переменного тока. Пиковое потребление – не более 400 мА. Время работы в режиме ожидания от встроенного аккумулятора – 6 мес. Зарядник в комплекте. Конкурирующие продукты имеют стальные или пластиковые редукторы, склонные к отказам при отрицательных температурах. А их электромоторы требуют напряжений в 18 В и более, что исключает их интеграцию в системы тревожной сигнализации, работают от сети или от одноразовых батареек.
- Гибкие цветовые решения, удачный дизайн. Красивая упаковка.

- Простота монтажа. Необходима только дрель и элементарные навыки. Имеется инструкция «в картинках» на 40 страницах. *Аналоги, как правило, рассчитаны на профессиональную установку. Инструкции занимают 1-2 листика и содержат только схему монтажа проводов.*
- Возможность сборки из наших замков Систем Контроля Доступа. Они легко интегрируются с системами тревожной сигнализации. Возможен монтаж «два замка – одна замочная скважина». *У аналогов интеграция возможна только у очень дорогих систем. Как правило, каждый привод имеет свою «замочную скважину».*

Аналоги весьма отдаленные, так как сегмент «домашних электронных замков высокой степени взломостойкости» крайне недоразвит. Поэтому аналоги взяты из банковского сектора.

Текущее состояние

В настоящий момент закончена разработка. Испытаны образцы. Найдено оборудование, которое необходимо купить для начала производства. Требуются инвестиции.

Стратегия развития

Направление использования инвестиций:

- | | |
|--|------|
| 1. НИОКР (тестирование, доводка, дизайн) | 10%; |
| 2. Приобретение основных средств (оборудование и оснастка) | 65%; |
| 3. Маркетинг (в основном реклама) | 20%; |
| 4. Другое (сертификация, зарубежное патентование) | 5%. |

Результат инвестиций

Результатом инвестиций должно стать внедрение разработанной нами продукции на небольшом, но современном предприятии на территории РФ. В течение 5 лет планируется приблизительно 5 кратный рост сбыта. Отношение «цена реализации»/ «себестоимость» должно превысить 2,5. Появление устойчивой сбытовой сети во всех крупных городах РФ. Кроме чисто коммерческих аспектов – абсолютно новое предложение для данного рынка.

Маркетинг и рынки

- Наиболее эффективный канал распространения электронных СКД – установщики металлических дверей. В то же время этот канал довольно инертный и не испытывает энтузиазма от появления электроники.
- Второй по эффективности канал – салоны, торгующие пожарными и тревожными сигнализациями и СКД. А также их каналы дистрибуции.
- Розничная торговля возможна и предпочтительна, так как является единственным прямым каналом, но возможна только в формате «товар+установка» (примерно, как рынок кондиционеров). При этом в строительных торговых центрах дилерами арендуется небольшая площадь (1-2 м²), на которой выставляется стенд с образцами продукции.

Рекламная кампания:

- СПАМ. Рассылка стоит около 200 \$. 3-5 рассылок через разных спамеров. Предполагается охват салонов сигнализации и производителей металлических дверей.
- Реклама в поисковых машинах (Mail.ru, Yandex, Aport). Около 200 \$ за рекламную кампанию длительностью 1 месяц.
- Баннерные обмены со специализированными сайтами. И баннерная же реклама на них.
- Реклама в специализированных журналах. Около 400 \$ в месяц.
- Участие в выставках. 3000-4000 \$ / выставка
- Поездки коммивояжеров в крупные города – около 2000 \$/ поездка.

Объем рынка в РФ не менее \$ 100 млн. или 20 млн. штук в натуральном выражении. Существует устойчивая тенденция к увеличению стоимости единицы продукции и замещению электронными замками - механических (около 5% в год). Мы хотим занять в течение 5 лет 20% рынка SOHO «дороже 100\$».

Взаимодействие с инвестором

Мы готовы предложить инвестору 50% долю. Срок окупаемости по БП – 21 месяц.