

zanuda

INVESTOR PRESENTATION

ZANUDA

Развитие косметического бренда, локализация
процессов и масштабирование продаж

55 млн ₽

Раунд 1

69,3 млн ₽

консервативный сценарий

2026



Действующий бренд, не идея с нуля

ZANUDA уже имеет продажи, отзывы, товарные знаки и опыт работы с маркетплейсами. Раунд 1 нужен для перехода в управляемую производственно-коммерческую систему.

131 000+

проданных единиц

10 000+

отзывов

4,73

средняя оценка

2

товарных знака



Три сценария участия

Базовый сценарий остаётся основным, но расширенный вариант снижает риск кассового разрыва за счёт резерва 22 млн Р.

Сценарий	Сумма	Логика
Минимальный	от 30 млн Р	ограниченный запуск
Базовый	55 млн Р	основной Раунд 1
Расширенный	69,3 млн Р	резерв 22 млн Р



Продукты в разработке

Продукт	Формат	Роль
Тонер	1 SKU	уход за лицом
Кокосовый скраб	1 SKU	сенсорика и подарки
Дезодорант	1 SKU	ежедневное применение
Свечи	4 вида	lifestyle и B2B

10 SKU

в pipeline

8 SKU

в продаже

≈3 мес.

цикл запуска



Выше среднего рынка

Ставка делается на упаковку, тактильные ощущения, визуальную подачу и видео-демонстрацию продукта.

Категория	Цена
Тонер 150–200 мл	1 900–2 500 ₽
Кокосовый скраб	950 ₽
Дезодорант	750 ₽
Свеча 180–220 г	2 500 ₽
Воск-стик	850 ₽



Собственная база + контрактные мощности

- собственная площадка — разработка, тесты, малые партии, упаковка и контроль качества
- от 10 000 единиц в месяц масштабирование обеспечивается контрактными мощностями
- такой подход снижает CAPEX и позволяет масштабировать только подтверждённые SKU



Многоканальная модель продаж

Канал	Роль
Сайт	CRM и повторные покупки
Маркетплейсы	охват, отзывы, спрос
B2B	партии и подарочные наборы
Партнёры	региональное покрытие

5

B2B-клиентов

50–150 тыс. ₽

средний чек

35–40%

маржинальность

4–8 недель

цикл сделки

B2B усиливает направление свечей, подарочных наборов и сезонных корпоративных предложений.

Видео, контент и CRM

Маркетинг должен не только приводить трафик, но и оправдывать цену выше среднего рынка: показывать текстуру, упаковку, применение и результат.

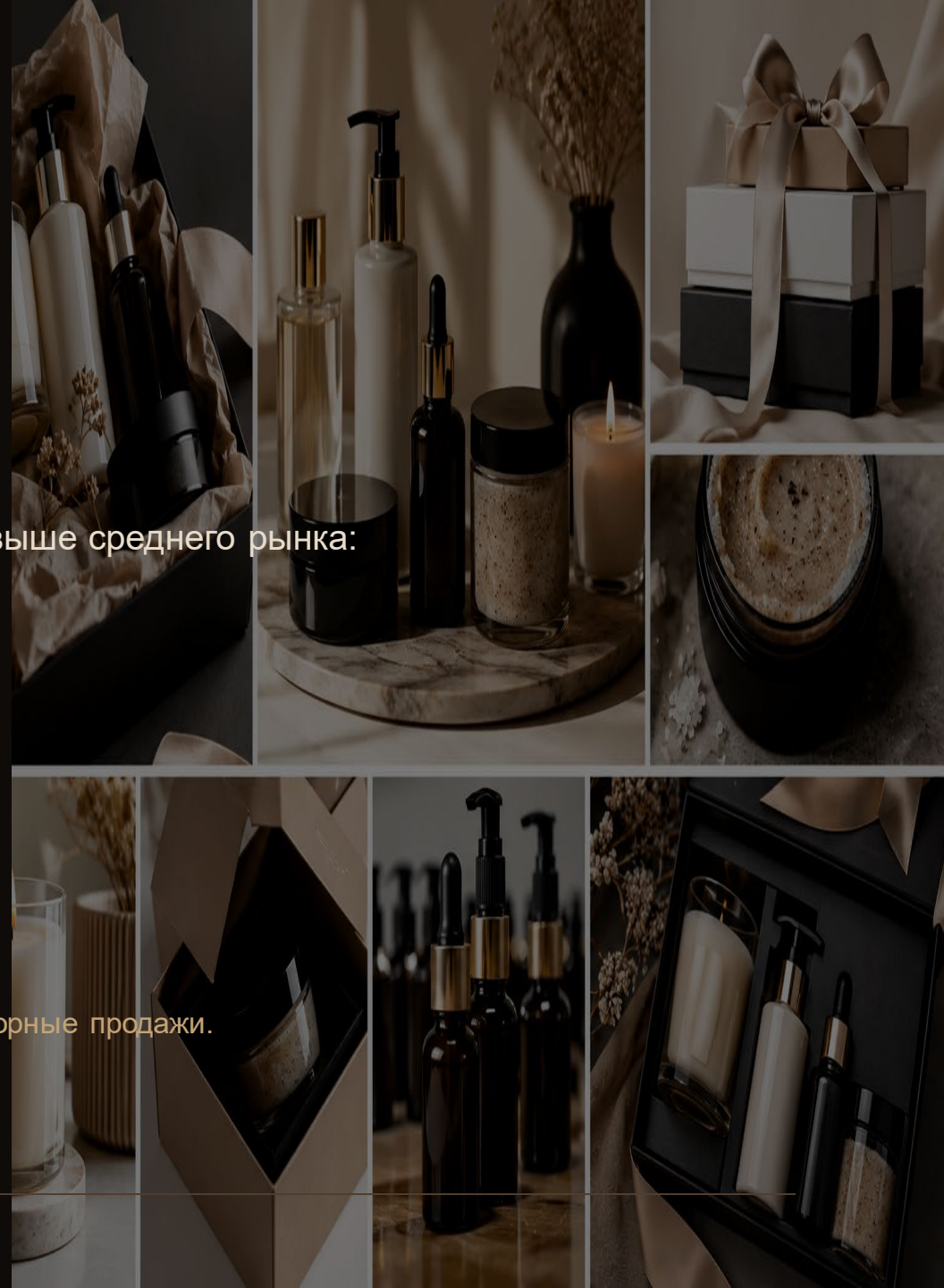
400 тыс. ₽

маркетинг в месяц

4,8 млн ₽

маркетинг за 12 месяцев

Ключевые инструменты: видео-креативы, блогеры, карточки товаров, сайт, CRM и повторные продажи.



Финансовая устойчивость

Показатель	А: 55 млн ₽	В: 69,3 млн ₽
Расходы	47,31 млн ₽	47,31 млн ₽
Резерв	7,69 млн ₽	22 млн ₽
Кассовый разрыв	≈23,4 млн ₽	≈23,4 млн ₽
Риск	выше	ниже

400 ₽

целевая прибыль с единицы

5 000

минимальная цель, ед./мес

9–10 тыс.

устойчивая модель, ед./мес

Конвертируемый займ

Параметр	Ориентир
Сумма	55 млн ₽ или 69,3 млн ₽
Срок	24 месяца
Ставка	10% годовых
Дисконт	20%
Cap pre-money	200 млн ₽
Триггер	Раунд 2 от 30 млн ₽ / 24 месяца

- инвестор получает прозрачность через транши, KPI и отчётность
- ZANUDA сохраняет товарные знаки, рецептуры, сайт и операционное управление
- финальные условия определяются отдельным соглашением

Что должен увидеть инвестор

- работающая компактная производственная база
- до 10 SKU в pipeline и около 8 SKU в продаже
- понятная экономика ключевых продуктов и каналов
- первые результаты B2B и партнёрской модели
- основания для решения о Раунде 2



zanuda

FINAL THESIS

Инвестиции в систему роста

ZANUDA — действующий бренд, который переходит к собственной производственно-коммерческой системе: продукт, производство, контент, продажи, B2B и аналитика.

Антон Стародубцев • by-zanuda.ru

