

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»



Кафедра рекламы, связей с общественностью и дизайна
Высшая школа креативных индустрий
Направление «Реклама и связи с общественностью»
Профиль «Реклама и связи с общественностью в бренд-коммуникациях»

Программа создания сервиса услуг «Мобильный груминг Go Pet Care»

Научный руководитель:

Доцент кафедры рекламы, связей с
общественностью и дизайна
Доктор экономических наук
Федюнин Дмитрий Валерьевич



Выполнили:

студентки гр. 15.02Д-РСОБ7/206
4 курса, ВШКИ
Бицадзе Юлия Вячеславовна
Коломеец Мария Витальевна
Кузнецова Анастасия Романовна

Цель работы

Выявив специфику создания сервиса услуг на рынке груминга, разработать план стартапа и его коммуникационную поддержку

Объект

Сервис услуг на рынке груминга

Предмет

Подходы, инструментарий и механизмы создания рекламного, PR сопровождения сервиса услуг на рынке груминга на примере мобильного груминга «Go Pet Care»



Бизнес-идея

Сервис услуг мобильного груминга

- проведение процедур по уходу за домашними животными в специально оборудованном микроавтобусе, который приезжает по адресу, указанному заказчиком при записи

УТП

-  Груминг в любом удобном для клиента месте
-  Возможность наблюдать за процессом
-  Удобство для хозяев и комфорт для питомцев





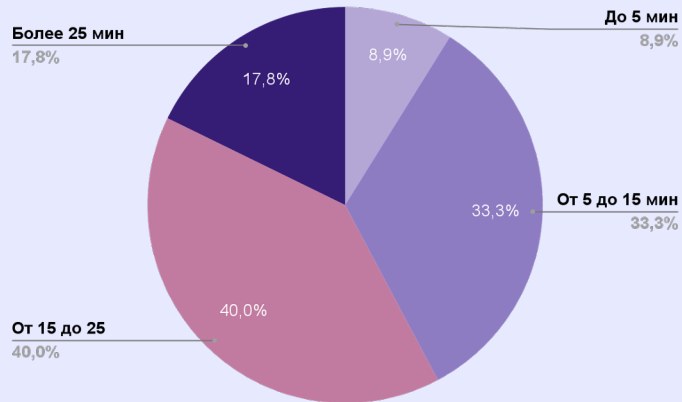
Гипотеза проекта

Современные владельцы домашних животных стараются максимально экономить *время* и собственные *ресурсы* и, при этом, ценят индивидуальный подход к своим питомцам

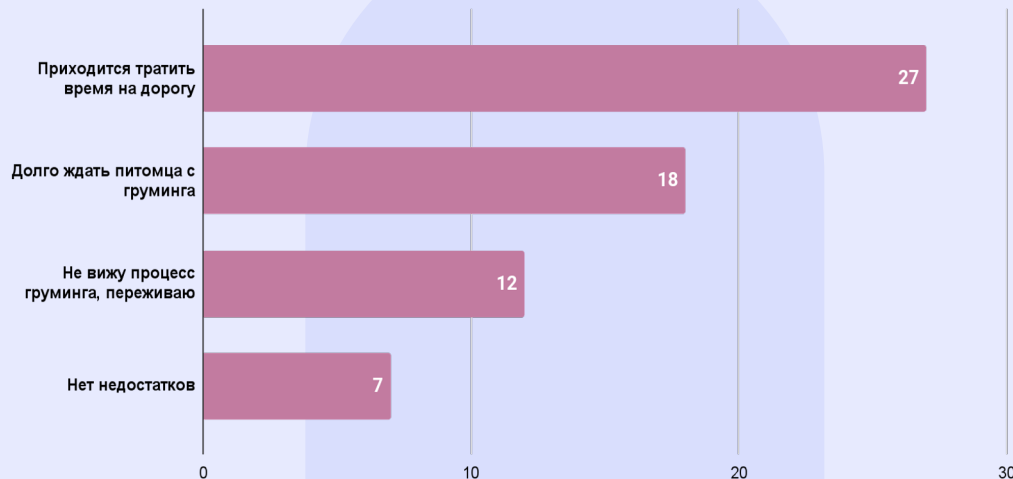
Мобильный груминг актуален для жителей Москвы

Подтверждение актуальности

Владельцы собак действительно тратят много времени на дорогу до груминг-салона и это является для них проблемой

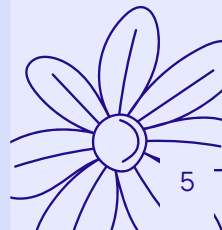


Сколько времени вы тратите на дорогу до груминг-салона?¹



Какие недостатки вы видите у груминг салонов?¹

¹ Онлайн-опрос, проведенный авторами. URL: https://docs.google.com/forms/d/17TB5_Un2YqJ9k6mDVY0viqvB2CWNrWqrJuEbSlvEKqw/edit?ts=660e9add



1 глава: выводы

1

Сущность проекта

Предоставление услуг по уходу за домашними питомцами в удобном для клиента месте

2

Методологии

- проведение маркетинговых исследований
- сбор первичной и вторичной информации
- маркетинговые, рекламные и PR-модели
- бизнес-модель и другое

3

Подтверждение гипотезы (онлайн-опрос)

На рынке груминга присутствуют “боли”, которые сервис может решить



Бизнес-модель

Отношения с клиентами

- Личный кабинет на сайте компании
- Общение с клиентами через сайт и соц. сети (дружелюбный tone of voice)
- Предоставление сервиса, близкого к premium груминг-салонам
- Работа с клиентом по договору

Выстраивание доверительных отношений с клиентом

Ключевые деятельности

Предоставление сервиса (услуги мобильного груминга) клиентам

Ключевые ресурсы

- Человеческие ресурсы (сотрудники - 14 чел в штате)
- Денежные ресурсы
- Транспорт и оборудование

Ценностные предложения

- Экономия времени и сил клиента за счет мобильности груминг-салона
- Чистота в доме клиента
- Возможность наблюдать за процессом груминга

Ключевые партнеры

- Pet-friendly кафе
- Зоомагазины

Каналы сбыта (коммуникации)

- Сайт компании
- Социальные сети "Go Pet Care"
- Реклама (у партнеров, Я.Директ и пр)
- Сарафанное радио
- Брендированный микроавтобус
- Блоги в социальных сетях

Потребительские сегменты

ЦА. Женщины из Москвы, владелицы собак маленьких пород

Сегмент 1. 20-25 лет, низкий и средний уровень дохода, учатся и работают, не замужем/в отношениях или браке/в активном поиске
Сегмент 2. 26-35 лет, работают/мамы в декрете, средний и выше уровень дохода, в отношениях/замужем
Сегмент 3. 36-45 лет, работают, доход выше среднего и высокий, замужем/в разводе

Структура издержек

- Тюнинг (модификация) и брендирование микроавтобусов
- Страховки, бензин, стоянка, проточная вода и пр
- Закупка оборудования, инструментов и средств для груминга
- Продвижение
- Зарплаты сотрудникам и налоги
- Непредвиденные расходы

Потоки доходов

На данный момент:

- Продажа услуг мобильного груминга

В перспективе:

- Зоотакси
- Груминг собак больших пород и кошек
- Продажа средств по уходу за домашними животными



Аналитика

12 млн

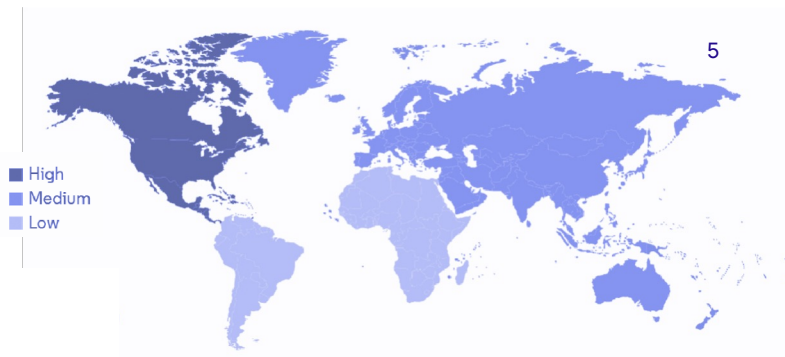
проживают в Москве ²

1,4 млн

домашних
собак ³

62%

породистых
собак ⁴



2/3

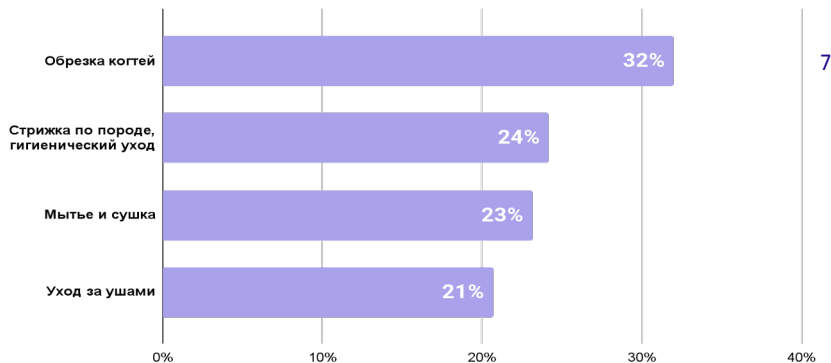
купленных щенков-
маленькие и средние породы ⁶

45%

хозяев пользуются грумингом ⁷

16%

освоение рынка груминга в России ⁷



Сезонность



² Википедия, «Население Москвы». URL: <https://clck.ru/3AwN3B>

³ Журнал «Питомцы», «Сколько собак и кошек держат жители Москвы». URL: <https://clck.ru/3AwMq8>

⁴ ТинькоффЖурнал, «Каких домашних животных держат россияне». URL: <https://journal.tinkoff.ru/petstat/>

⁵ Mordor Intelligence, «Анализ индустрии услуг для животных». URL: <https://clck.ru/3AwNJ6>

⁶ Ведомости, «Почему собаки москвичей мельчают». URL: <https://clck.ru/3AwNAe>

⁷ Retail.ru, «Исследование Четыре лапы». URL: <https://clck.ru/3AwNPr>

Анализ конкурентов



Зарбазан

мобильный груминг ⁸

«Легкий и удобный мобильный груминг прямо у вас дома! Наши опытные грумеры оснащены всем необходимым, чтобы обеспечить вашего питомца первоклассным обслуживанием»



Милорд

сеть ⁹

«Милорд - это известный бренд с двадцатилетней историей, которому доверяют клиенты премиум класса и их любимцы. Доверие – основополагающий фактор успеха в сфере зоо груминга»



Оксана Карева

специалист на дом ¹⁰

«Я молодой мастер. Регулярно повышаю свою квалификацию, прохожу тренинги, семинары, мастер-классы по грумингу. Люблю животных, понимаю их психологию и особенности поведения»

Конкурентное
преимущество “Go Pet Care”

Ниша
Груминг собак маленьких пород

Кол-во транспорта
2 автобуса на 2024 год

⁸ Мобильный груминг «Зарбазан». URL: <https://click.ru/3AwNo5>

⁹ Сеть груминга «Милорд». URL: <https://www.salon-milord.ru>

¹⁰ Профи.ру, “Специалист-грумер”. URL: <https://profi.ru/profile/KarevaOS//>

2 глава: выводы

1. Мировой рынок груминга *увеличится* с 3,3 млрд. дол. до 6,7 млрд. дол. к концу 2034 года
2. Различные платформы социальных сетей переполнены контентом с животными. Цель - призвать владельцев домашних животных инвестировать в услуги груминга
3. Услуги по уходу за собаками составляют более высокую долю рынка из-за растущей гуманизации.
В Москве:
 - ~800 студий
 - Годовой прирост 16,5%.
4. За последние пять лет в российских городах-миллионниках количество салонов по уходу за животными выросло в два раза – на 101%.



Целевая аудитория

Женщины-владельцы собак маленьких пород, проживают в Москве

№1

№2

№3

Демография

26-35 лет, замужем
1-2 ребенка до 10 лет

20-25 лет, не замужем/в поиске
Детей нет

36-45 лет, замужем/разведены
2 ребенка от 15 лет

Социально-экономические признаки

Работают / в декрете
Доход: от 80.000 до 150.000 руб/мес

Работают и учатся / работают
Доход: от 20.000 до 50.000 руб/мес

Работают
Доход: от 150.000 до 400.000 руб/мес

Психография

Во всем стремятся к балансу
Свободное время уделяют себе

Активный образ жизни.
Открыты новому

Много работают, уделяют много
времени мужу и питомцам,
разнообразный досуг

Боли: нехватка свободного времени,
ориентируются на семью при принятии
решений

Боли: нехватка свободного времени,
финансовые ограничения

Боли: проблемы со здоровьем, дети
начинают отстраняться

Персонажи



Анастасия Романова
30 лет

Работает экономистом, высшее образование, замужем, есть дочь

Хобби: одежда и стиль
Доход: 150 000 руб/мес + премии

Груминг: раз в полгода и чаще

Хочет: избавиться от шерсти дома, тк дома ребенок

Страхи:

- Собаке могут навредить
- Процедура не даст результата



Дарья Исакова
21 год

Неполное высшее образование, работает, в отношениях

Хобби: йога, театр
Доход: 50 000 руб/мес

Груминг: раз в полгода и реже

Хочет: избавиться от шерсти дома и меньше убираться

Страхи:

- Вдруг процедура будет сделана некачественно, потеряю деньги



Анна Любнина
43 года

Работает косметологом, высшее образование, замужем, есть дети

Хобби: косметология, рисование
Доход: 350 000 руб/мес

Груминг: раз в полгода и чаще

Хочет: избавиться от шерсти дома, тк дома ребенок

Страхи:

- Собаке могут навредить
- Жестокое отношение к собакам



SWOT анализ

Возможности (О)

1. Партнерства с крупными зоомагазинами или ветеринарными клиниками
2. Участие в мероприятиях и выставках
3. Расширение клиентской базы

Угрозы (Т)

1. Экономический кризис
2. Негативные отзывы
3. Возможные проблемы с лицензированием мобильного бизнеса

Силы (S)

1. Экономия времени для владельцев питомцев
2. Услуга в любом удобном месте для владельца
3. Гибкость в выборе рабочего места
4. Меньшие затраты на аренду помещения
5. Программа лояльности для постоянных клиентов
6. Бесплатный выезд на адрес клиента

SO

- Внедрить дополнительные услуги
- Организовать мероприятия и акции с участием клиентов
- Инвестировать в оборудование и обучение персонала
- Увеличить спектр пород и размеров, видов животных для обслуживания

ST

- Предложить акции для привлечения новых клиентов в периоды экономического кризиса
- Активно отслеживать отзывы клиентов
- Нанять юриста, который сможет помочь в решении проблемы с лицензией

Слабости (W)

1. Ограниченная площадь для работы
2. Ограниченный радиус обслуживания
3. Конкуренция с традиционными салонами груминга
4. Недоверие к новому сервису со стороны клиентов
5. Риск ДТП и технических неполадок
6. Высокие затраты на обслуживание микроавтобусов

WO

- Недостаточная финансовая поддержка для участия в мероприятиях и выставках
- Некоторые компании могут быть не заинтересованы в сотрудничестве
- Недостаточная квалификация сотрудников для работы с большим спектром "клиентов"

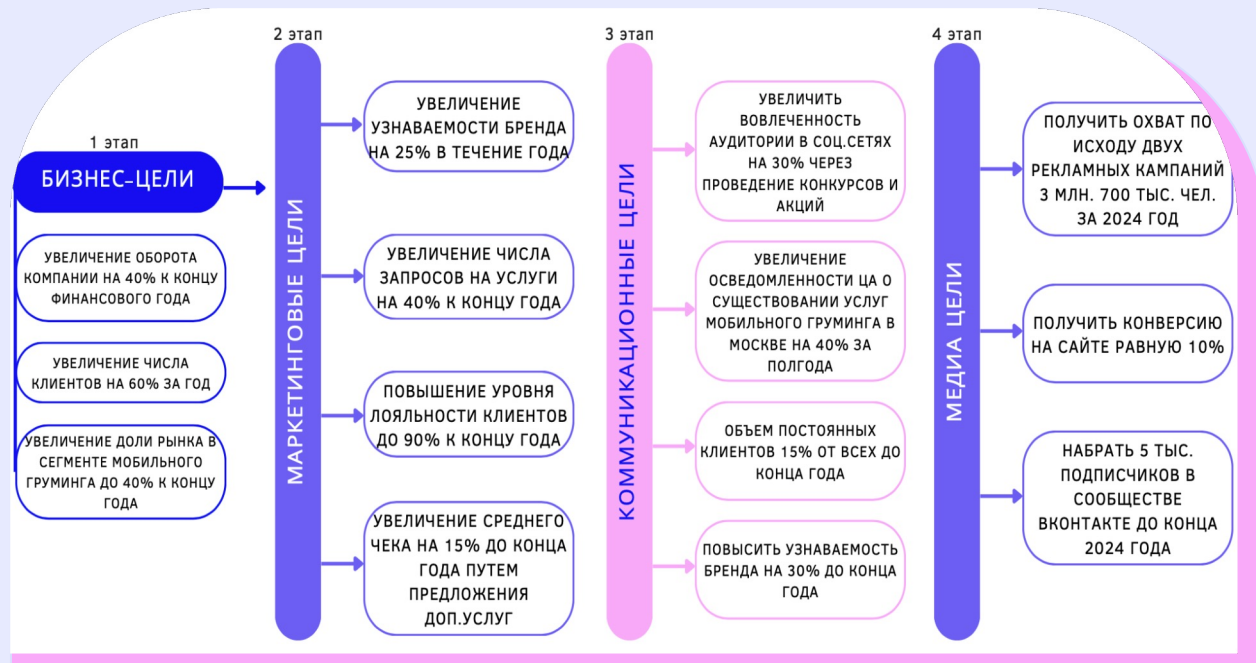
WT

- Проводить постоянный анализ рынка и конкурентов
- Регулярно обновлять техническое оборудование и следить за его состоянием
- Следить за состоянием автомобилей, регулярно проводить СТО
- Нанять квалифицированных водителей с большим стажем

Дерево целей

Цель коммуникации -
формирование:

- знания о компании
- репутации



Колесо бренда

Атрибуты



Выгоды

Доверие, спокойствие,
сервис, хорошее настроение

Экономия времени, чистота дома,
видеонаблюдение, цена-качество

Ценности

Время - ценный ресурс
Индивидуальный подход

Профессионализм и честность
Любовь к животным

Личность

Открытый, добрый, веселый, дружелюбный, эмоциональный

Суть бренда

“Груминг в ритме большого города”

Платформа бренда

Поиск инсайта

- Я бы хотела наблюдать за процессом груминга
- Было бы здорово, если бы груминг-услуги занимали меньше времени
- Я хочу, чтобы около моего дома был груминг-салон и мне не приходилось далеко ездить

Миссия

Помогать вам и питомцам. Наша работа – экономия вашего времени. Мы трудимся для того, чтобы видеть счастливые улыбки и виляющие хвостики

Характер

Добрый, дружелюбный, спокойный, веселый/оптимист, альтруист, искренний

Преимущества

Эмоциональные

- Доверие
- Спокойствие
- Сервис
- Хорошее настроение

Функциональные

- Экономия времени и сил
- Чистота в доме
- Видеонаблюдение
- Цена-качество
- Удобство

Причины доверять бренду

- Видеонаблюдение
- Профессионализм
- Качество косметики и инструментов
- Информирование
- Работа по договору
- «Go Pet Care» - один из первых мобильных грумингов в Москве





Воронка продаж

Ознакомление

Визит на веб-сайт или сообщество вконтакте;реклама в интернете; посещение мероприятия, где представлен бренд; рекомендации от друзей или ветеринара; визитка из dog-friendly кафе;брендированный автобус на улицах Москвы

Заинтересованность

Заполнение онлайн-формы для записи на услуги;запрос информации по телефону или электронной почте;комментарий с вопросом в социальных сетях;сообщение администратору в социальные сети;чтение отзывов о салоне

Конверсия

Запись на услугу; подтверждение записи по телефону или эл. почте

Продажа

Проведение услуги груминга собаки; предложение дополнительных услуг; подписка на программу лояльности или пакетные предложения

Повторная покупка и лояльность

Повторное посещение салона; участие в программе лояльности; рекомендации друзьям и знакомым

A I D A

Привлечение (Attention)

- Специальные мероприятия
- акции и конкурсы
- Реклама в социальных сетях, СМИ и онлайн-платформах.
- Демонстрация работы мобильного груминга на видео и вживую

Интерес (Interest)

- Подробная информация о преимуществах мобильного груминга
- Публикация отзывов довольных клиентов
- Фото и видео отчеты о работе
- Проведение обучающих мастер-классов

Желание (Desire)

- Специальные предложения и программы лояльности
- Проведение кратковременных акций
- Индивидуальный подход
- Доверительные отношения

Действие (Action)

- Удобный способ записи на услуги
- Различные варианты оплаты
- Качество обслуживания и услуги after-sales
- Отслеживание мнения клиентов и улучшение сервиса

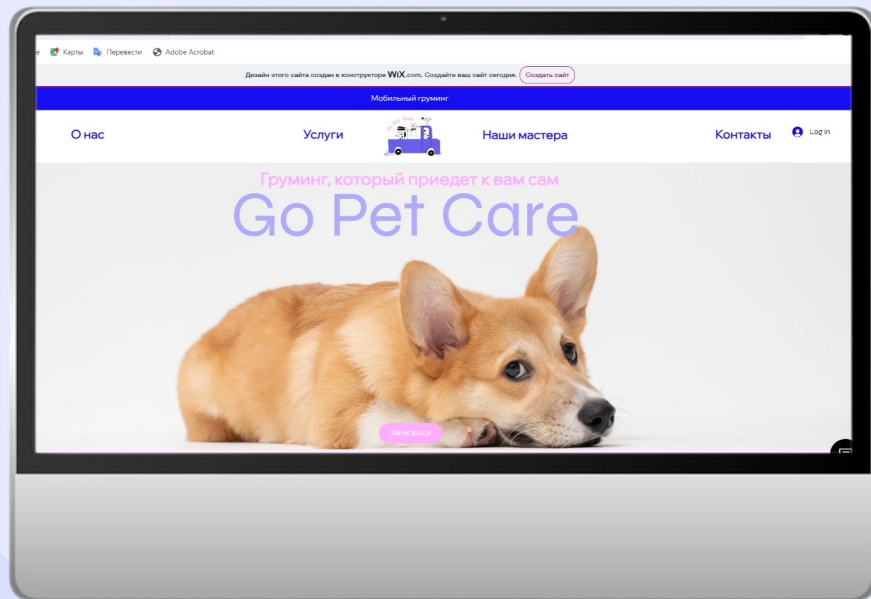


Модель PESO

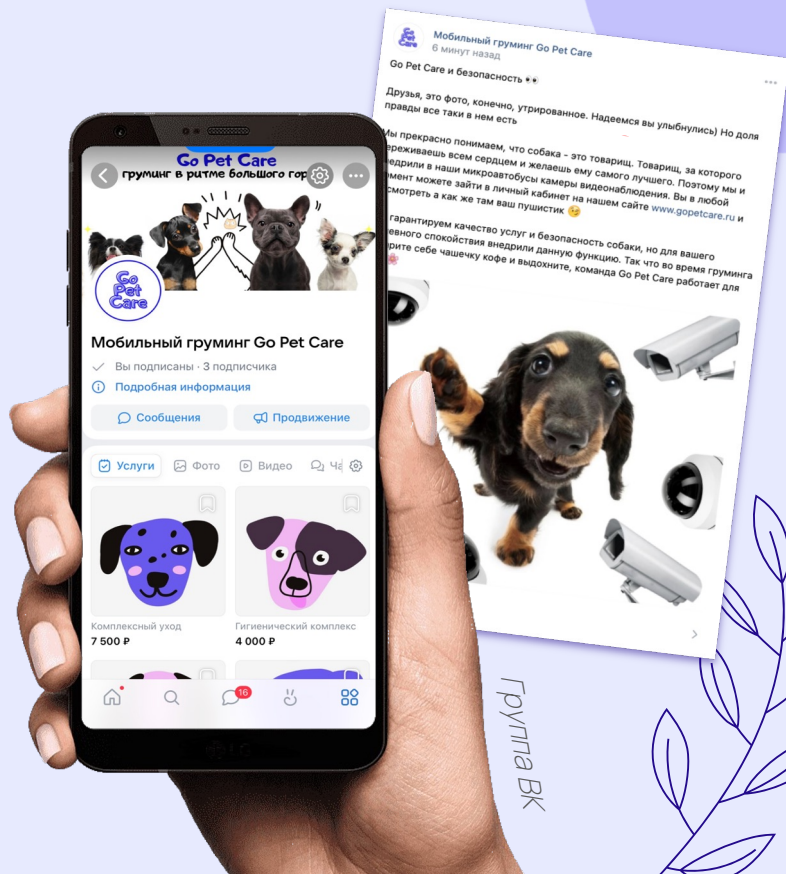
Платные коммуникации	Бесплатные коммуникации
 Таргетированная реклама	 Упоминания в СМИ
 Контекстная реклама	 Комментарии клиентов
 Инфлюенсеры	 Блоги о животных
 Статьи в СМИ	 Радио и ТВ шоу с владельцами
Социальные медиа	Собственные площадки
 Статьи о преимуществах мобильного груминга	 Сайт
 Размещение видеороликов	 Сообщество ВКонтакте
 Отзывы и вирусный контент	 E-mail рассылка

Сайт и социальные сети

Tone of voice: дружелюбный, открытый, эмоциональный, простой, доверительный



www.gopetcare.ru



Группа ВК

Брендовый микроавтобус как наружная реклама



PR-мероприятия



Ежегодный фестиваль “Собаки, друзья и человеки (участие)”

Дата: 20 августа 2024 г.

Цели:

- Представить компанию потенциальным клиентам
- Ознакомить широкую общественность с услугами и концепцией проекта
- Приблизиться к потребителям
- Увеличить медиа вес бренда



Международная выставка товаров для животных “Zoo ExpoPlace” (участие)

Дата: 26-28 марта 2025 г.

Цели:

- Представить себя потенциальным партнерам, клиентам и СМИ
- Приблизиться к потребителям
- Познакомиться с продукцией других компаний



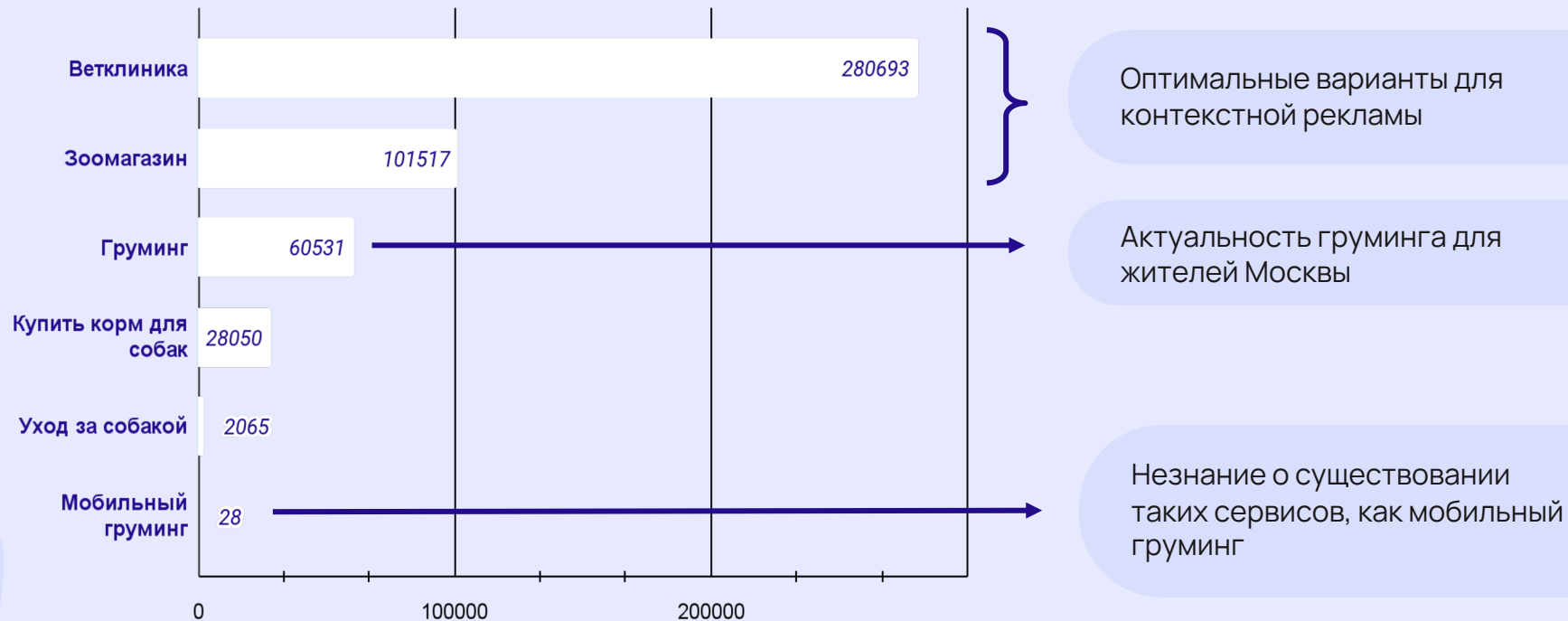
Благотворительное мероприятие “Забота на колесах” (организация)

Дата: Международный день собак 2 июля 2025 г.

Цели:

- Повысить лояльность к компании
- Улучшить “здоровье” бренда

Анализ запросов (Яндекс)¹¹



* Запросы жителей Москвы

¹¹ Яндекс Вордстат. URL: <https://wordstat.yandex.ru>

Рекламная активность в 2024 году



ИЮНЬ

Тип РК: Digital

Площадки :

- Озон
- Я.Директ

Бюджет: 550 тыс.руб

CPM: 107,50 руб.

Показы: 6 млн.

Клики: 9 тыс.

CTR: 0,15%



ИЮЛЬ

Тип РК: Коллаборация

Площадки –

- ВК Видео

Бюджет: 300 тыс.руб

Показы: 15 млн.



АВГУСТ - НОЯБРЬ

Тип РК: Digital

Площадки –

- vk.com
- My.Target
- Telegram

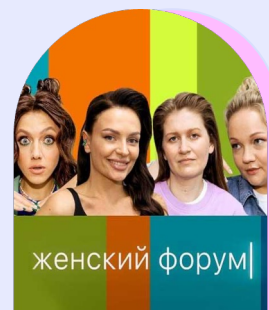
Бюджет: 262 тыс.руб

CPM: 70,83 руб.

Показы: 1,8 млн.

Клики: 4,5 тыс.

CTR: 0,42%



ДЕКАБРЬ

Тип РК: Коллаборация

Площадки:

- ВК Видео

Бюджет: 300 тыс.руб

CPM: 107,50 руб.

Показы: 2 млн.

Рекламная активность в 2024 г.

Украшение автобусов
к Новому году



Листовки
3 промоутера
2 раза в месяц





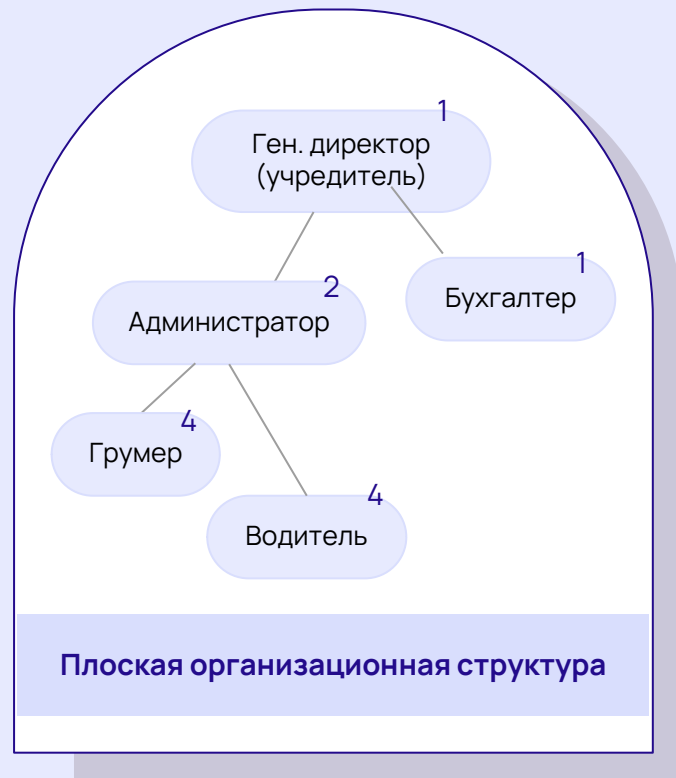
Показатели эффективности

Сообщество ВК	
Кол-во постов/месяц	48
Кол-во подписчиков к концу 2024 г.	5 000
Сайт	
ER	50%
Средняя продолжительность посещения	50 сек
Кол-во визитов к концу 2024 г.	20 000
Кол-во страниц за визит	1-2
Конверсия	10%

Рекламная кампания №1	
Охват	2 536 364 чел
Средний CTR	15%
Рекламная кампания №2	
Охват	117 000 чел
Средний CTR	0,42%
Реклама ВК-шоу	
Кол-во упоминаний	2
Охват	17 000 000
Мероприятия	
Кол-во людей	10 000
Кол-во контактов с деловыми партнерами	1 000
Кол-во упоминаний в СМИ	15
UGC	50

О компании

-  Общество с ограниченной ответственностью “Гоу Пэт Кэир”
-  Упрощенная система налогообложения (15%)
-  На 2024 год:
 - 2 микроавтобуса
 - 14 сотрудников в штате
-  График работы груминга с 10:00 до 22:00 ежедневно



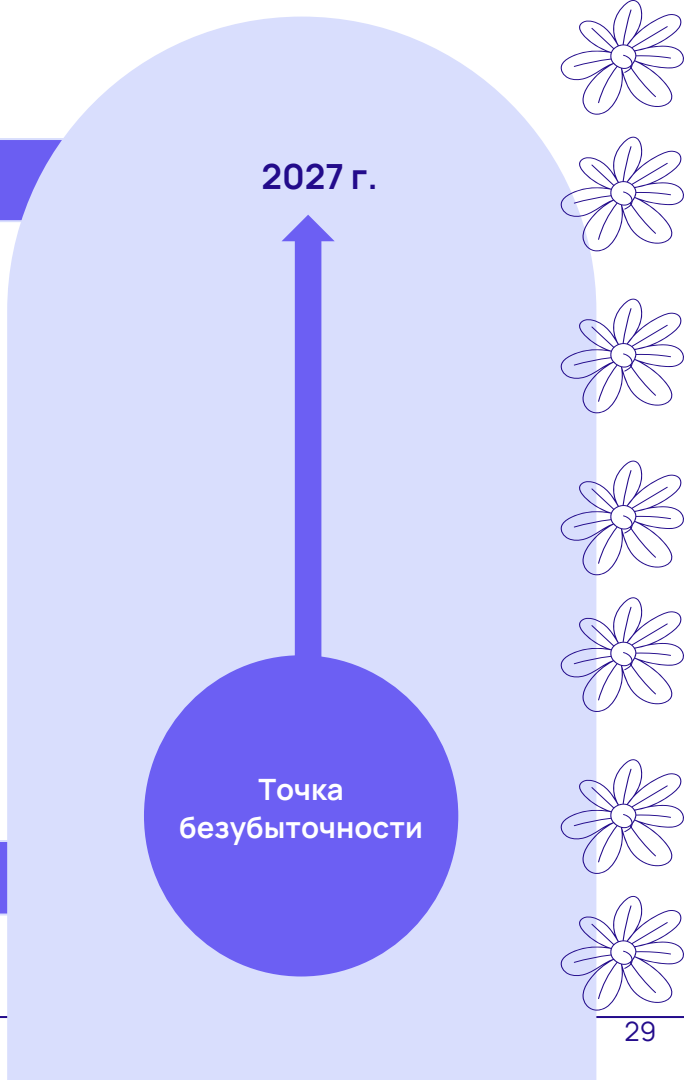
Расписание рабочего дня

10:00	Дорога к клиенту №1
10:30	Клиент №1
11:00	
11:30	
12:00	
12:30	Дорога к клиенту №2, уборка
13:00	Клиент №2
13:30	
14:00	
14:30	Обед, необходимые работы по микроавтобусу
15:00	
15:30	

15:30	Дорога к клиенту №3
16:00	Клиент №3
16:30	
17:00	
17:30	
18:00	Дорога к клиенту №4, уборка
18:30	Клиент №4
19:00	
19:30	- Подготовка места для груминга к следующему рабочему дню - Работы по микроавтобусу - Дорога до стоянки и парковка транспорта - Проверка микроавтобуса
22:00	Окончание рабочего дня

Финансовый план

7-12.2024 г.	2025 г.	2026 г.
Выручка(тыс.руб)		
4 860	23 490	25 920
Себестоимость*(тыс.руб)		
-1 2333,48	-18 675,19	-
Административные и коммерческие расходы(тыс.руб)		
-2 602,10	-3 504	-3 204,40
Налог 15% УСН "Доходы-расходы" (тыс.руб)		
-48,60	-196,62	-758,35
-10 124,18	1 114,19	4 297,39
Чистая прибыль (тыс.руб)		

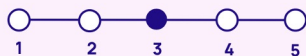


*В себестоимость входят: сырье и материалы, производственный персонал и расходы, страховые взносы, амортизация

✿ Пять сил Портера ✿

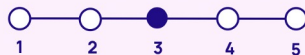
1. Давление поставщиков

Зависимость от поставщиков косметики для животных, оборудования и инструментов



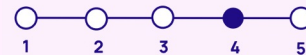
2. Давление потребителей

Владельцы питомцев могут выбрать альтернативный вариант груминг услуг



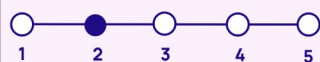
3. Давление текущ. конкурентов

Конкуренция с другими мобильными грумингами, стационарными салонами, специалистами на дом



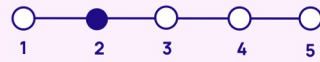
4. Угроза новых конкурентов

Сфера услуг для домашних животных активно развивается. Вход на рынок требует значительных инвестиций



5. Давление товаров-заменителей

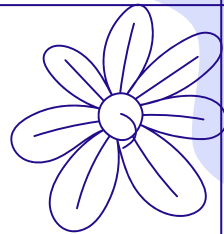
Угроза замены на самостоятельный уход за домашним животным или поход в стационарный салон.



Риски проекта

1. Недостаточная квалификация персонала
2. Проблемы с парковкой
3. Отсутствие необходимого оборудования
4. Изменение климатических условий
5. Плохая дезинфекция рабочего места = > риск болезней у собак
6. Несоблюдение стандартов безопасности
7. Повреждение оборудования
8. Недостаточная клиентская база
9. Финансовая нестабильность

Степень ущерба	критическая				9	
	очень высокая	6	5		7	
	высокая	4	3	1	8	
	средняя					
	низкая		2			
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	80-100%
Вероятность возникновения						



**Спасибо за
внимание!**