



Кофе растворимый «Indian Instant Coffee Delight»
JFK International LTD., Индия



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Импортер ООО «АФком РУС» предлагает широкий ассортимент и высокое качество продукции от крупнейших компаний Индии. Мы работаем только с проверенными производителями, которые обеспечивают нас качественной и безопасной продукцией. Вся продукция является оригинальной и удовлетворяет всем требованиям потребителей. Она не содержит ГМО, вредных искусственных ингредиентов, красителей и усилителей вкуса.

Мы предлагаем линейку растворимого кофе «Indian Instant Coffee» низкого и среднего ценового сегмента в банках, которое производится на одной из ведущих фабрик Индии — JFK International LTD.

Соглашение с индийским правообладателем бренда «Indian Instant Coffee» позволяет нам осуществлять официальные поставки продукции в РФ и страны Таможенного Союза.

ПОПУЛЯРНОСТЬ::

Кофе «INDIAN INSTANT COFFEE» хорошо известен на рынке, т. к. данный бренд по государственным контрактам поставлялся в конце 1980-х – начале 1990 гг, поставки были прекращены из-за развала СССР. Именно этот кофе определил вкусы большинства населения Советского Союза. 42 миллиона людей старше 55 лет хорошо знают наш кофе, помнят и готовы его приобретать. На Украине до 2014 г. существовал завод, производивший кофе JFK, поэтому на новых территориях России наш кофе прекрасно помнит и молодежь.



Индия является традиционным и одним из крупнейших производителей кофе в мире. Кофе «Indian Instant Coffee» сделан из сорта «робуста» без вытяжки из него кофеина. Этот сорт - визитная карточка среди Индийского кофе.



УПАКОВКА И СРОК ГОДНОСТИ::

Тара легко открывается и закрывается. У нее плотная металлическая крышка, которая не пропускает воздух внутрь, продукт не окисляется и не портится. Вкус, аромат, качество продукта сохраняется в течение всего срока годности, который составляет 2 года.

Оформление упаковки является якорем для покупателей, большинство нашего населения помнит этот кофе, который завозился во времена СССР и в 90-е годы. На таре сохранены эти знаки отличия. Шрифт, стилистика, дизайн – все сделано для того, чтобы на полке его было легко найти благодаря знакомому внешнему виду банки.

Банка имеет оригинальный дизайн, который узнаваем и хорошо знаком покупателям старшего поколения. Это жестяная банка, оформленная в традиционном индийском стиле, которая останется дома у покупателей даже после того, как кофе закончился, и будет использоваться для хранения всякой мелочи, поэтому взгляд будет всегда цепляться за нее и вспоминать что нужно его снова купить.

Цена::

Данный товар позиционируется, как товар для социальной диверсификации продукции населению с низким и средним уровнем дохода. Кроме того, этот товар имеет определенные преимущества перед конкурентами за счет своих вкусовых, ароматических свойств и низкой стоимости, а значит будет востребован и доступен для любого слоя населения, чтобы любой человек мог насладиться вкусом и ароматом индийского кофе.

Стоимость ж/б 90г с учетом НДС — 195 руб.

Стоимость ж/б 45г с учетом НДС — 105 руб.



42 миллиона людей старше 55 лет хорошо знают наш кофе, помнят и готовы его приобретать.

Если хотя бы 10% пенсионеров купят в месяц одну банку, то емкость рынка составит более 4 млн. банок кофе в месяц.



КЛЮЧЕВЫЕ КОНКУРЕТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА::

- 1. Высокая маржинальность.** Продукт демонстрирует хороший уровень рентабельности при сохранении конкурентоспособной цены, что обеспечивает стабильную прибыль для ритейлера.
- 2. Высокий оборот.** Благодаря оптимальному соотношению цены и качества продукт имеет потенциал для больших объемов продаж.
- 3. Обоснованная цена.** Ценовая политика выстроена с учетом рыночных реалий и платежеспособности целевой аудитории - это создает устойчивый спрос и снижает риск затоваривания.

4. Широкая целевая аудитория. Основные потребители:

- пенсионеры
- студенты
- жители малых и средних городов с низкими и средними доходами

Это социально значимые группы с высокой численностью, что гарантирует **масштабный спрос** на продукт.

5. Баланс «цена-качество». Оптимальное сочетание делает продукт привлекательным для массового покупателя: он не жертвует качеством ради низкой цены, но остается доступным для целевой аудитории.

6. Устойчивость на рынке. Ориентация на социально чувствительные группы повышает стабильность спроса даже в условиях экономической нестабильности: такие покупатели ищут надежные товары по разумной цене, а не только самые дешевые варианты.

ИТОГОВЫЙ ТЕЗИС

Продукт полностью соответствует стратегии развития массового ритейла: он **обеспечивает высокий оборот и маржинальность**, опирается на **устойчивый спрос со стороны широкой аудитории** и позволяет ритейлеру **укрепить позиции на рынке** за счёт предложения, которое точно попадает в потребности целевых групп. Это создаёт условия для долгосрочного роста продаж и повышения лояльности покупателей.



ООО «АФКОМ РУС»
г. Москва
ул. Краснобогатырская, д.2
8(495)109-0446