



ДЕМО ПРОЕКТ

# Продажа квадрокоптеров

Продукты и анализ продвижения

## Оглавление

Определение продуктов .....	1
Продукция .....	2
Конкурентные преимущества продуктов .....	2
Целевая аудитория .....	4
Проблемы и ограничения технологии .....	4
Маркетинговый план и прогноз доходов .....	6
Бюджет рекламной кампании .....	6
Описание бренда .....	6
О компании .....	6
Факторы успеха продвижения .....	6
Стратегия продвижения продукции .....	7
Каналы продвижения .....	7
План продаж .....	8
Политика ценообразования .....	8
Конкурентное окружение .....	9
Период жизни и план вывода на рынок новых продуктов .....	11
Выводы и заключение .....	12



## Определение продуктов

Производитель SZ DJI Technology Co., Ltd. (Dajiang Innovation Technology Co.) — китайская частная компания, производитель мультикоптеров, микроконтроллеров, видеооборудования и оборудования для стабилизации видеосъёмки. Компания была создана в 2006 году студентом Гонконгского университета науки и технологий по имени Фрэнк Ван Тао.

На начало 2018 года DJI остаётся лидером среди компаний, производящих беспилотники, и занимает долю рынка в 70%.

## Продукция

### Квадрокоптер DJI Air 2S

Оснащенный камерой с 1-дюймовой матрицей для UHD-видео с разрешением до 5,4К, дальностью передачи 12 км и умными режимами съемки MasterShots.

Цена 97 990 руб.



### Квадрокоптер DJI Mini 2

Крохотный, коптер создающий 4К-видео с 4-кратным зумом и панорамные снимки.

Цена 45 990 руб.



### Квадрокоптер Mavic Air 2

Фото: 48 Мп, видео: 4К/60 кадров/с, время в полете: 34 мин.

Цена 80 990 руб.



### Квадрокоптер Mavic 2 Pro

Оснащен камерой Hasselblad, Матрица CMOS 1" 20 Мп, настраиваемая диафрагма, цветовой профиль Dlog-M 10 бит, видео HDR 10 бит, Гиперлапс, передача видеосигнала 1080p на расстояние до 8 км | Макс. время полета: 31 мин

Цена 141 990 руб.



## Конкурентные преимущества продуктов

### 1. Длинная линейка.

DJI сформировал и предлагает три продуктовые групп товаров:

- **Любительские.** Основной рынок B2C. Назначение – любительская съёмка, создание видеоряда обычным пользователем.
- **Профессиональные.** Рынки B2C и B2B. Назначение – создание профессионального видеоконтента на основе качественного исходного видео материала.
- **Промышленные.** Рынки B2B и B2G. Назначение – решение узкоспециализированных производственных задач.

Длинная линейка продуктов позволяет производителю осуществить максимальный охват аудитории, и быть единоличным лидером на рынке БПЛА.

2. Высокая доступность.

DJI обеспечили высокий уровень доступности и конкурентный уровень цен своей продукции на мировом рынке, как для обычных покупателей так и для бизнеса.

3. Готовые комплекты.

DJI обеспечили глубокий подход к обеспечению конечного потребителя всем необходимым с учётом практического опыта эксплуатации их продукции. Расширенные комплекты с полным набором запасных частей и механизмов, их унификация, позволяют максимально быстро, своими руками осуществить базовый ремонт и обеспечить максимальную автономность при решении творческих и производственных задач.

4. Продуктовая политика производителя

DJI с заданной периодичностью выводит на рынок новые продукты, что позволяет:

- конечному потребителю иметь гибкий выбор внутри продуктовой группы,
- компании поддерживать высокой уровень технологичности новинок, обеспечивая их современной оснасткой, программным обеспечением, расширенными эксплуатационными возможностями.

5. Низкий порог вхождения для освоения конечным пользователем.

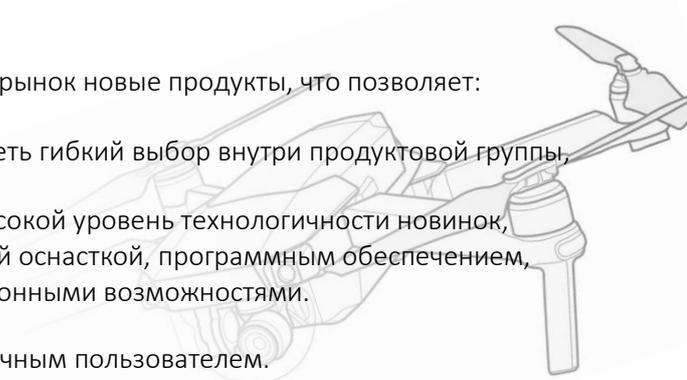
DJI обеспечил крайне низкий порог вхождения пользователя в начало эксплуатации своей продукции. Продукция DJI относится к высокотехнологичным техническим средствам. Реализованный уровень usability позволяет обычному пользователю с минимальной технической подготовкой осуществить распаковку, настройку и запуск в течение 10 - 15 минут.

6. Безопасность.

Продукты DJI относятся к группе повышенной опасности при эксплуатации. Компания обеспечила высокий уровень безопасности в процессе эксплуатации. Все продукты снабжены датчиками контроля окружающего пространства, которые обеспечивают как сохранность самого аппарата, так и системы предупреждения столкновений с живыми и не живыми препятствиями.

7. Технологичность и ремонтпригодность.

DJI обеспечил высокий уровень ремонтпригодности своих продуктов. При невозможности обеспечить оперативный ремонт путем замены расходных материалов, производитель позаботился о наличии авторизованных сервисных центров обеспечивающих быстрое восстановление начальных эксплуатационных характеристик своей продукции.



## Целевая аудитория

### Частные потребители.

Возраст от 13 до 65 лет. Мужчины и женщины, испытывающие потребность в создании качественного видеоряда в процессе полёта в движении.

Данная аудитория самая значительная и постоянно растущая. Новые тренды в области туризма и отдыха, желание разнообразить впечатления от новых мест обеспечивают постоянный прирост новых покупателей.

### Бизнес.

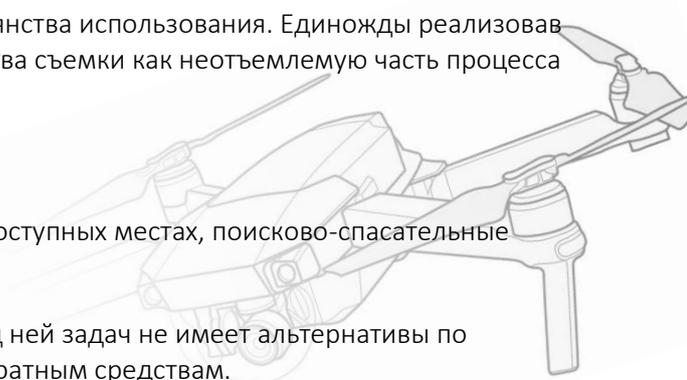
Бизнесы, испытывающие потребность в изготовлении качественного видео контента в полёте. Частно это изготовление рекламной продукции, предоставление информации с необычного ракурса, аэрофотосъемка, облёт труднодоступных территорий, видеонаблюдение, в будущем - доставка.

Данная аудитория наиболее устойчивая с т.з. постоянства использования. Единоразово реализовав свои потребности бизнес принимает данные средства съемки как неотъемлемую часть процесса создания видеоконтента.

### Государственные институты и организации.

Картография, изучение рельефа местности труднодоступных местах, поисково-спасательные работы, разведывательная деятельность.

Данная аудитория, в силу специфики стоящих перед ней задач не имеет альтернативы по соотношению цена – качество предложенным аппаратным средствам.



## Проблемы и ограничения технологии

Общая проблема данного вида продукции – автономность. Автономность полёта обеспечивается:

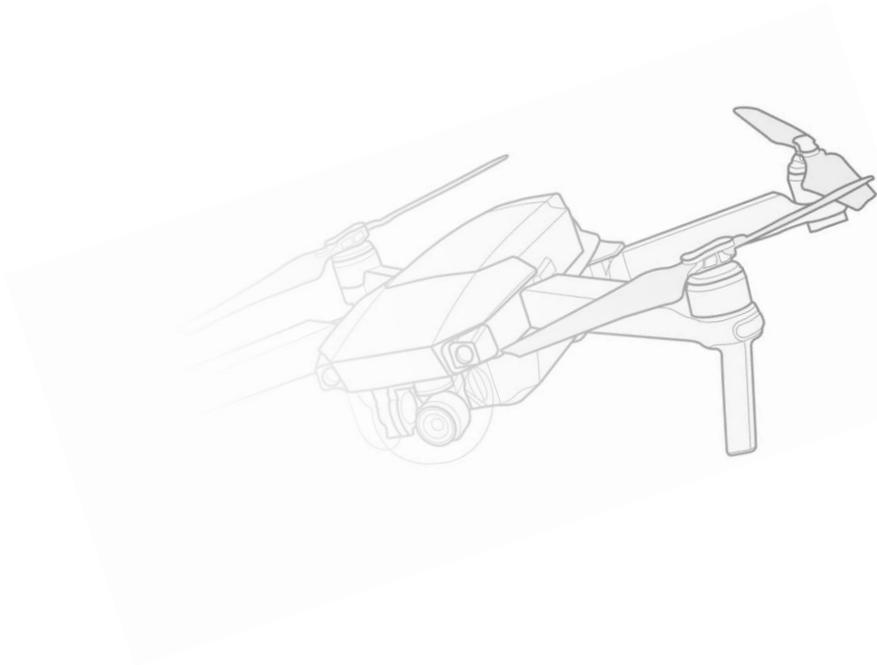
- ёмкостью батареи электропитания бортовых систем, обеспечивающих полет и съемку,
- физическими возможностями оператора.

На сегодняшний день автономность достигается резервированием элементов питания. Максимальная заявляемая автономность для ряда моделей не превышает 27-30 минут, при сравнительно спокойном полётном режиме. При резком повышении активности полётное время снижается в 1,5-2,0 раза. После этого аппарат вынужден вернуться к месту старта для замены элементов питания.

Физические возможности обычного оператора позволяют без перерыва управлять аппаратом в течение 80-90 минут. После этого резко снижается внимание, появляется необходимость в кратковременном отдыхе.

Кроме автономности, аппараты имеют ограничения по дальности полёта. От части это связано с автономностью. Но основная проблема в силе сигнала приёмопередающего оборудования. Используемые средства организации радиуправления не позволяют уйти аппарату за «горизонт прямой видимости». При возникновении препятствий на пути радиосигнала сила сигнала падает, вплоть до полной потери связи.

Текущие технические средства позволяют обеспечить дальность полёта до 7000 м с учётом возврата к точке старта, и максимальную дистанцию - 12 000 м без необходимости возврата. Среднее время полета 23 минуты, максимальная скорость 75 км/ч.



## Маркетинговый план и прогноз доходов

### Бюджет рекламной кампании

Бюджет затрат на рекламу построен исходя из плана реализации продаж собственных торговых точек и расчёта бюджета рекламной кампании партнёрской сети.

За 6 лет компания планирует потратить на рекламу и продвижение – 53,7 млн. руб..

### Бюджет и структура затрат рекламу (x1000) (RUR)

Наименование	Итого	Доля	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Реклама собственного бизнеса	24 025	45%	1 144	4 576	4 576	4 576	4 576	4 576
Рекламная компания партнёров	29 661	55%	1 483	7 415	11 864	8 898	-	-

Основу рекламной кампании составят затраты на проведения открытых PR акций, локальное информирование об открытии новых точек продаж, проведение маркетинговых мероприятий на создание бренда безусловного доверия.

Принятый бюджет на рекламу и продвижение позволит в период с 2018 по 2023 года обеспечить 50% годовой рост объема продаж.

### Описание бренда

DJI - китайская частная компания, производитель мультикоптеров, микроконтроллеров, видеооборудования. Один из пионеров и лидеров рынка беспилотных летательных аппаратов, инноватор на рынке летающих дронов, контроллеров для БПЛА и оборудования для стабилизации видеосъёмки.



Дата основания: 2006 г.

Основатель: Ван Тао

Количество сотрудников: 14 000 (данные на 2018 г.)

### О компании

2019 году будет создан логотип и зарегистрирован товарный знак «DJI VISION». Вся продукция начиная с 2019 года будет маркироваться вторым логотипом.

### Факторы успеха продвижения

Залогом успеха руководство приняло реализацию двух стратегий:

1. Поставка и реализация только проверенного оборудования. С этой целью в компании будет реализована целевая политика, которая позволит обеспечить заданные стандарты качества реализуемой продукции.
2. Широкий ассортимент продуктовой линейки, постоянное наличие в продаже востребованных продуктов и расходных материалов.
3. Возможность покупки через интернет и доставка.
4. Обеспечение гарантийного ремонта, сервисного обслуживания и постгарантийного ремонта.

С целью обеспечения контроля качества будет в call центре создана «горячая линия», которая позволит регистрировать отзывы покупателей.

## Стратегия продвижения продукции

Основу стратегии продвижение продукции составит 3х-уровневая программа вхождения. Проект планирует реализовать:

1. Обширную рекламную кампанию в СМИ. Планируется применить программу «открытых дверей» и «высоких скидок» на продукты повышенного спроса. Этим планируется обеспечить «первые продажи» для новых покупателей, знакомство с ассортиментом, представление новых возможностей.
2. Целевая скидочная накопительная карточная система.
3. Адресная скидка.

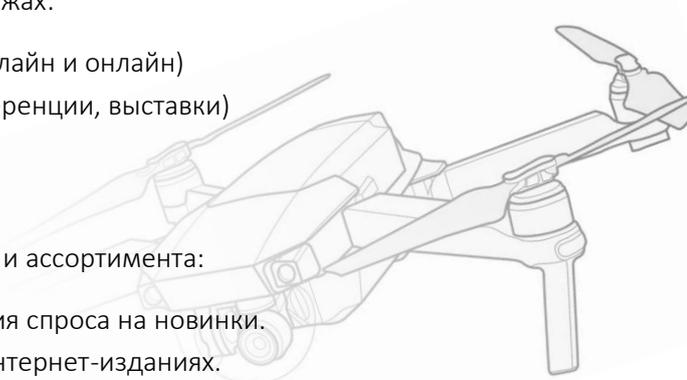
За счёт этого планируется достичь общего синергетического эффекта «сарафанного радио».

B2C маркетинг сети будет основан на прямых продажах:

- Организация собственных мероприятий (офлайн и онлайн)
- Участие в профильных мероприятиях (конференции, выставки)
- Прямые продажи
- PR в профильных, бизнес СМИ

B2C маркетинг основан на продвижении бренда DJI и ассортимента:

- Создание новостных поводов для увеличения спроса на новинки.
- Публикации тематических статей в СМИ и интернет-изданиях.
- Рекламные кампании в сетях Google Adwords и Яндекс.Директ.
- Создание онлайн канала продаж.



## Каналы продвижения

### Промо-продукция производителя.

Планируется до 1,5% товара ежегодно распространять в виде промо продукции, бесплатно.

### Сотрудничество со СМИ.

Создание статей, целевых рекламных материалов в печати, и на телевидении.

### Медиа реклама.

Создание профессионального видеоматериала для дальнейшей рекламы (ролик, который покажет продукцию от потребителя). Данный видео-контент будет использоваться в продвижения в соц. сетях: Youtube, Вконтакте, Instagram.

### Интернет-канал.

**SMM, реклама в соцсетях** (Вконтакте и Instagram) - Реклама в социальных сетях позволяет легко таргетировать пользователей по интересам и показывать рекламное объявление только целевой аудитории.

## План продаж

Компания планирует обеспечить рост продаж за 6 лет:

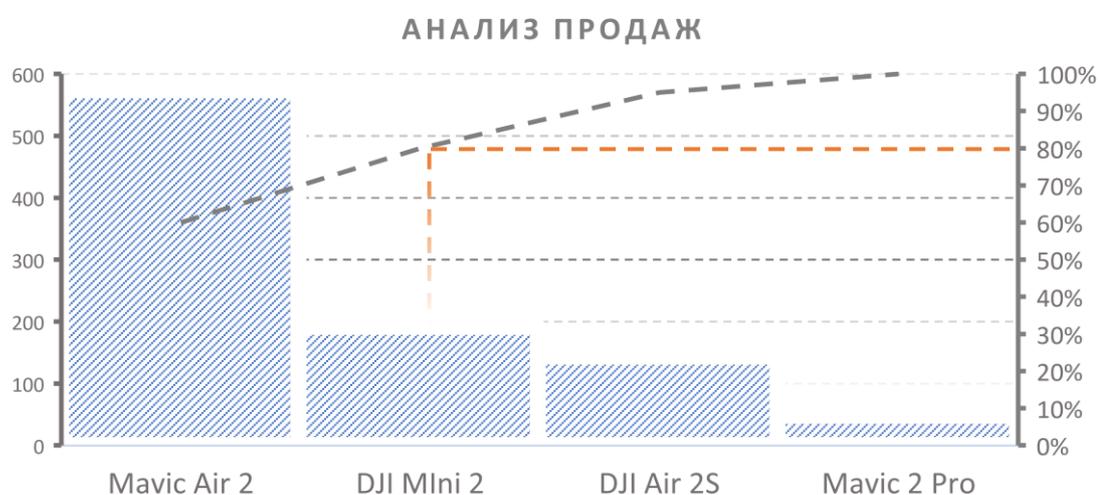
- в денежном выражении в 5,9 раза с 50,3 млн. руб. до 296,7 млн. руб. в год
- плановый рост объёма продаж – 50 % в год.

Рост продаж будет обеспечен за счёт расширения партнёрской сети в семи регионах России.

(x1000) (RUR)

продукты	Итого	доля	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Итого	955 000	100%	50 000	68 000	118 000	178 000	243 000	296 000
DJI Air 2S	143 000	15%	7 000	10 000	17 000	26 000	36 000	44 000
DJI Mlni 2	191 000	20%	10 000	13 000	23 000	35 000	48 000	59 000
Mavic Air 2	573 000	60%	30 000	40 000	70 000	106 000	145 000	178 000
Mavic 2 Pro	47 000	5%	2 000	3 000	5 000	8 000	12 000	14 000

Два из четырёх продуктов формируют 80% общего объёма продаж.



## Политика ценообразования

Способ формирования цены на продукцию – на основе рыночных цен с учетом производственных издержек.

Политика ценообразования

- Минимальная наценка (20%) на исходных продукт.
- Ежегодный рост, инфляция Росстат + не более 5%
- Сезонный или повышенный рыночный спрос, наценка не более 40%.

## Конкурентное окружение

Главными конкурентами продукции DJI признана продукция компаний американских компаний Skydio и Autel Robotics.

Стартап Skydio был основан в 2014 году. С момента запуска компания специализировалась на рынке потребительских дронов. В 2018 году Skydio представила квадрокоптер R1, а спустя полтора года выпустила его вторую версию.



Autel Robotics – американская компания, основана в 2104г., специализируется на разработке с последующим производством высокотехнологичных БПЛА. Главный офис Autel Robotics находится в США, штате Вашингтон в Bothell.



### SKYDIO 2

Производитель. Американская компания Skydio представила потребительский дрон, который станет серьёзным конкурентом беспилотникам от DJI.

Дрон имеет габариты всего 223×273×74 мм, может развивать скорость до 58 км/ч и летает без подзарядки 23 минуты, у него 6 камер, с большим разрешением, а также продвинутое машинное зрение.



Skydio 2 поддерживает съёмку в 4K при частоте до 60 кадров в секунду, а видео 1080p можно записывать при частоте до 120 кадров в секунду. Дрон умеет обходить препятствия. Skydio 2 можно управлять тремя разными способами — со смартфона и приложения на Android, контроллера, а также специального пульта Skydio Beacon. С его помощью можно задавать угол наблюдения, управлять жестами или заставлять дрон следовать за хозяином на расстоянии до полутора километров при условии прямой видимости.

Skydio сертифицирована только для США и Европы и в другие страны мира не поставляется

Цена 999 USD

## EVO II и EVO II PRO.

Производитель. Американская компания Autel Robotics

Модели выделяются самой высокой продолжительностью автономной работы среди беспилотников, до 40 мин непрерывного полета. При этом скорость полета может достигать 72 км/ч. А сигнал с расширенным диапазоном позволяет управлять дроном на расстоянии до 9 км. Высокая продолжительность работы стала возможна благодаря мощному аккумулятору с емкостью 7100 мАч. Для хранения отснятых материалов квадрокоптеры имеют 8 Гб встроенной памяти и поддерживают расширение до 254 Гб, посредством SD-карты.



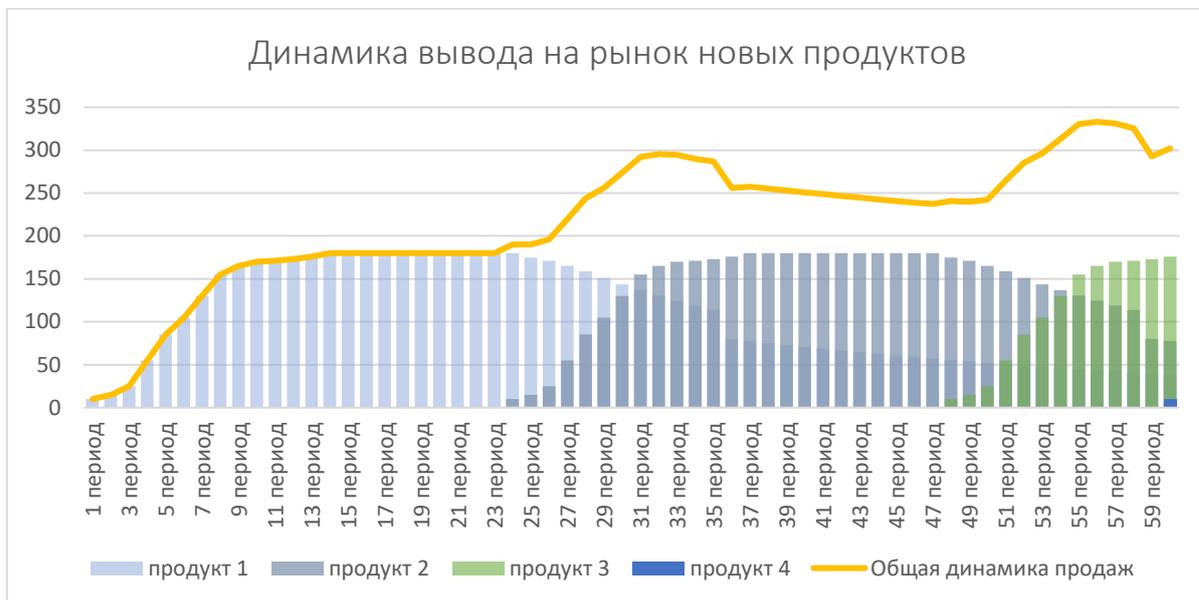
Дроны оснащены запатентованной системой обхода препятствий – Autel Dynamic Track 2.0, что позволяет обнаружить потенциальную опасность на расстоянии до 30м и заранее спланировать оптимальную траекторию облета. Для эффективного отслеживания преград на борту присутствуют 12 оптических датчиков и 2 ультразвуковых сенсора, управляемых двухъядерным процессором. Система способна отслеживать до 64 объектов одновременно, в том числе людей, транспорт или животных.

Цена EVO II – 1495 USD

Цена EVO II PRO – 1795 USD

## Период жизни и план вывода на рынок новых продуктов.

Средний период жизни продуктов DJI 3-4 года. Технически продукция компании продолжает жить 5-7 лет. На практике новые продукты выходят с периодичностью раз в 2-2,5 года. Смена поколений происходит в течение 4х лет. С этим графиком связан и период жизни продуктов.



Стратегическая задача компании выводить на рынок новые продукты с периодичностью равной периодичности DJI. Прогнозируемые падения продаж должны компенсироваться повышенной маркетинговой активностью. Для этой цели компания распределяет часть чистой прибыли для проведения рекламной кампании и обеспечивает устойчивое присутствие бренда на рынке БПЛА.

## Выводы и заключение

(...)