

essence

ГОЛУБОЙ ОКЕАН НА РЫНКЕ FMCG



Меня зовут Олег Воробьев.

Я основатель компании Essence — производителя уникальных пищевых ингредиентов для приготовления блюд и напитков. Все наши линейки созданы на основе натуральных растительных и фруктово-ягодных экстрактов.

Essence переворачивает привычное представление о пищевых компонентах в HoReCa, которые в ближайший год станут сенсацией на рынке FMCG.

Продукты Essence уже поставляются в ведущие компании. Мы заключили более 1000 договоров по России и СНГ.

В наших планах достигнуть уровня международной корпорации. Мы стремимся, чтобы в нашей команде были люди, которые найдут здесь свое призвание и будут вместе с нами делать лучшие в мире продукты.



Рождение сути

Увлечшись китайской чайной культурой, я заинтересовался экстрактами чая. Китайцы говорили, что за экстрактами — будущее, потому что экология в мире оставляет желать лучшего: почва и воздух загрязнены, и любые растения, фрукты и овощи это все в себя впитывают и априори уже не могут называться полезной продукцией.

Применяя технологию холодной сушки, китайцы научились сохранять все полезные свойства любого продукта, не теряя его вкусоароматических свойств. Чайный лист служит контейнером, и после экстракции он выбрасывается, а все, что было внутри него полезное, — экстрагируется и проходит сложную очистку от накопленных вредных веществ из атмосферы и почвы.

Суть любого продукта — взять все самое ценное из него, бережно очистить, надежно упаковать и доставить потребителю. Так родились название и слоган компании.

Essence — все самое ценное по-новому!



Смола пуэра: всё начиналось с чая

Легендарный продукт тибетских монахов и древних императоров, в котором совмещен современный тренд быстрой и полезной эко-еды. Благодаря своим полезным свойствам, в древности он использовался как лекарство для тонизирования организма. При этом пуэр растворялся в чашке без остатка. Я понял, что это именно то, что нужно современному горожанину, нашел фабрику в Китае, которая этот продукт производила, и сделал первый заказ.

Сбыт был организован путем раздачи товара под реализацию чайным магазинам, кафе и магазинам подарков. Также я открыл онлайн магазин смолапуэра.рф.

На этом этапе сбыт под реализацию не оправдал ожиданий, так как неизбежно возникали сложности с выплатами. Для продвижения на рынке требовались серьезные ресурсы — инвестиции в PR и в улучшение характеристик самого продукта.

Стало очевидно, что помимо всех плюсов «Смолы пуэра», у нее есть и весомые минусы. Среди них — неудобная форма, отсутствие порционных упаковок для мгновенного заваривания, непрезентабельный внешний вид.



Puer to Go: заново с чайного листа

Переработав все недостатки «Смолы пуэра», было решено создать новый продукт, который получит:

- удобную форму в виде перемолотых кристаллов;
- точную дозировку по количеству напитка на 1 чашку;
- практичную упаковку в виде чайных пакетиков.

В итоге получился напиток, который легко заваривать, удобно хранить и приятно носить с собой. Благодаря тому, что чай растворялся в любой жидкости, в том числе и в молоке, мы разработали для кофеен коктейльное меню на его основе.

На основании предшествующего опыта реализации, мы решили продавать Puer to Go только по предоплате. Наши коктейли стали популярны во многих известных российских кофейнях, после чего была предпринята попытка начать работу с несколькими известными сетями ритейла.

После неудачного старта со смолой пуэра, Puer to Go также не позволил достичь желаемого результата. Сегмент HoReCa жаждал заполучить уже известный на рынке продукт — чай с богатым ассортиментом вкусов, который пьют все. А сети ритейла требовали объемы товара, на которые требовались большие инвестиции.



Дилерство: еще один шаг к успеху

Осознав, что оптово-розничные продажи не приносят взрывных результатов, я решил сменить тактику. Было принято решение продавать не чай, а возможность на нем заработать. Я создал товарную франшизу с генерацией трафика через социальные сети.

Желающих оказалось очень много. Мы получали до 50 заявок каждый день, но большая часть франчайзи отказывалась от реализации из-за отсутствия возможности продавать ассортимент. К тому же на продвижение требовались большие вложения.

Таким образом, покупатели франшизы не могли реализовать товар. Все столкнулись с теми же проблемами, которые были у нас на первоначальных этапах развития.

Дилеры не отрицали высокий потенциал продукта и его возможности «захватить мир», но требовали значительно расширить линейку новыми вкусами.



Tea Cream: в поисках идеала

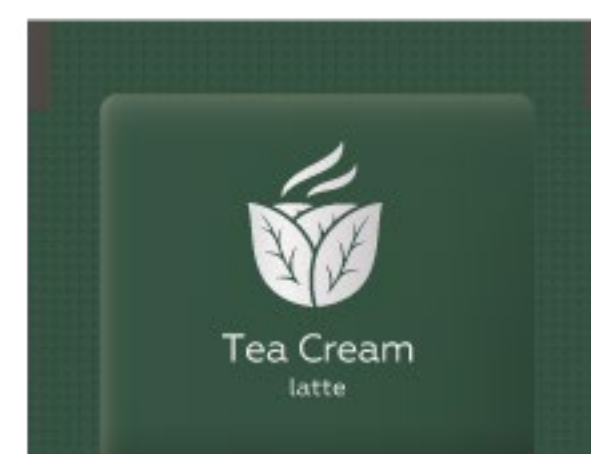
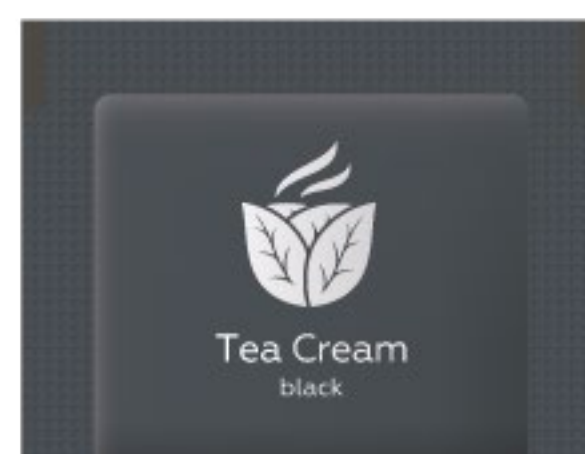
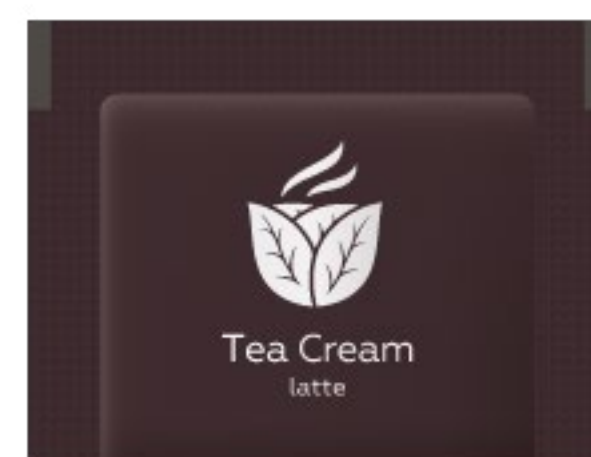
Еще с самого начала при разработке «Puer to Go» я понимал потребность рынка в ассортименте. Но при производстве на тот момент существовало всего 2 вида исходного сырья — зеленая и черная «Смола пуэра», вкус которой был очень специфичным.

Решение было однозначным: рынку нужен новый продукт с богатым ассортиментом вкусов. Так родилась идея создания новой линейки Tea Cream.

Основной процесс сводился к поиску фабрики, которая, во-первых, согласилась бы вместе с нами разработать новый продукт на рынке чая, а, во-вторых, смогла бы это сделать по технологии, которая сохранит не только полезные свойства чая, но также вкусоароматику.

Через 4 года мы это сделали, и на рынке появился новый продукт, не имеющий аналогов в мире!

Фабрика, с которой мы разработали сырье для Tea Cream, производила его в больших объемах — от 1 тонны за 1 вкус. Поэтому я начал поиски инвесторов для закупки партии чайных экстрактов.



Tea Cream: отступать некуда

В процессе поиска инвестора удалось получить первый заказ от одного из лидеров в сегменте HoReCa — сети кофеен «Шоколадница». Нам заказали образец экстракта китайского жасминового чая.

Нужно было срочно принимать решение: продолжать искать инвесторов или действовать самостоятельно. Выбор пал на второй вариант.

Таким образом, мы успешно запустили новый продукт, который стали производить сами. Разработали собственную линейку чайных концентратов, которые в корне меняли привычное представление о чае.

Это был успех! Мы продали наш продукт новым клиентам — дилерам, магазинам, кафе и другим заведениям. Но для глобального масштабирования бизнеса требовалось нечто большее, чем чай, поскольку коктейли на его основе были не столь популярны в барах и ресторанах.



Spicy Cream: новый уровень качества

Общаясь с представителями «Шоколадницы», я делал для себя интересные открытия. К примеру, для создания пряных коктейлей они добавляют сок имбиря в замороженные кубики льда, что дорого и неудобно.

Пришло решение упростить эту задачу: родилась новая линейка Spicy Cream. Она состояла из сухих концентратов на основе растительных экстрактов: таким образом мы вышли на новый уровень качества и возможностей.

Однако, для полного покрытия рынка HoReCa требовалось расширить ассортимент, который бы позволил быстро создать любой коктейль с минимумом затрат.



Essence Lab: большой прорыв на рынке HoReCa

Любой успешный продукт — это результат командной работы людей, которые живут своим делом, вкладывают в него душу, находят в нем свое призвание. Для настоящего прорыва мне нужна была команда опытных технологов, первоклассных барменов и бариста, которые совместно смогут создавать уникальные продукты под любые потребности рынка.



Так мы создали Essence Lab — студию, совместившую бар и лабораторию. Мощная группа разработчиков, состоящая из 8 специалистов различных профилей, создали 17 продуктовых линеек, многие из которых не имеют аналогов в мире, и ассортимент продукции, насчитывающий в настоящее время более 500 позиций.

Благодаря лаборатории компания всегда будет востребованной, так как мы сможем быстро реагировать на все изменения рынка и создавать именно те продукты, которые действительно имеют спрос.

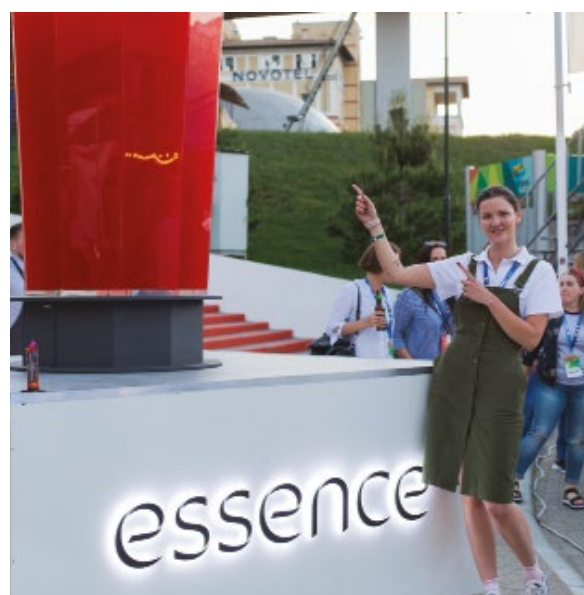


Премия: победа и новые партнерства

Мы становимся лауреатом национальной премии “Немалый бизнес - 2019”

При поддержке Минэкономразвития и Агентства инноваций премия собрала более 35 000 предпринимателей с самыми интересными бизнес-проектами из 85 субъектов России.

Наш проект “Essence” вошел в ТОП-25 финалистов премии, которые получили призы и привилегии от государства, что подтвердило большие перспективы для будущих клиентов и партнеров компании.



Фестиваль GASTREET 2019: успешный тест

Ключевое профессиональное мероприятие в сегменте HoReCa дало нам редкую возможность концентрированного общения с профессионалами рынка.

Громким заявлением стал и наш мировой рекорд: мы приготовили самый большой авторский коктейль в мире объемом 650 л. 5500 гостей мероприятия протестировали наш продукт.

Это был серьезный вызов для новоиспеченной команды проекта, крепко сплотившейся и продемонстрировавшей высокую работоспособность всего коллектива.

По результатам мероприятия мы получили уникальную экспертную обратную связь, которая дала возможность доработать продукты в соответствии с требованиями рынка.



Дом Essence: лучшее место для результата

Взросшие потребности проекта требовали расширения компании. Мы построили шоурум для проведения клиентских презентаций, тренинг-центр для обучения персонала и супер современный офис, обеспечив потребности большой команды для взрывного роста.

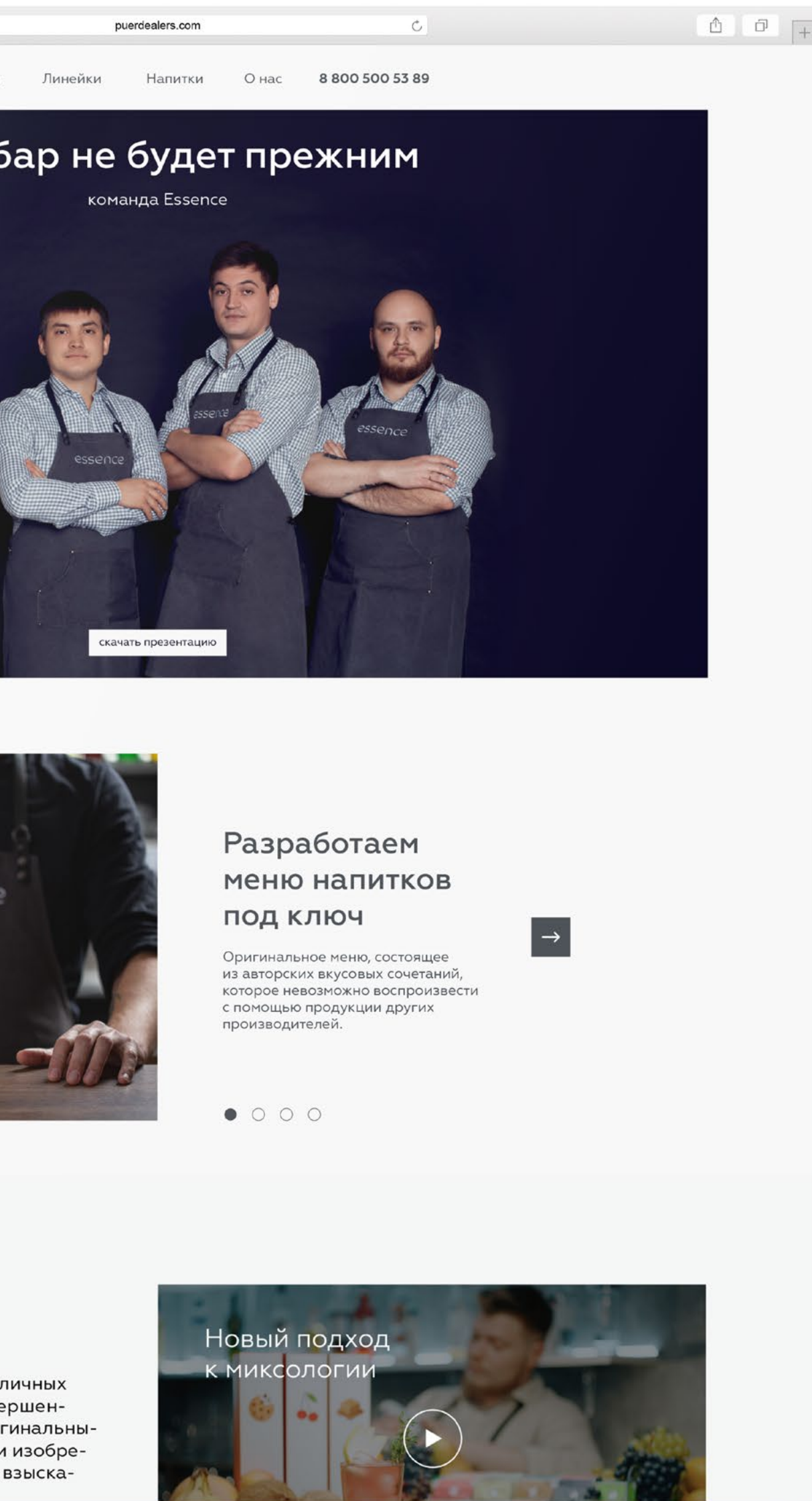




Команда мечты: как в последний раз

Стремительный рост бизнеса требует талантливую и эффективную команду. Нам удалось собрать крепкий коллектив энтузиастов, каждый из которых отлично знает свое дело и способен эффективно работать в любых условиях.

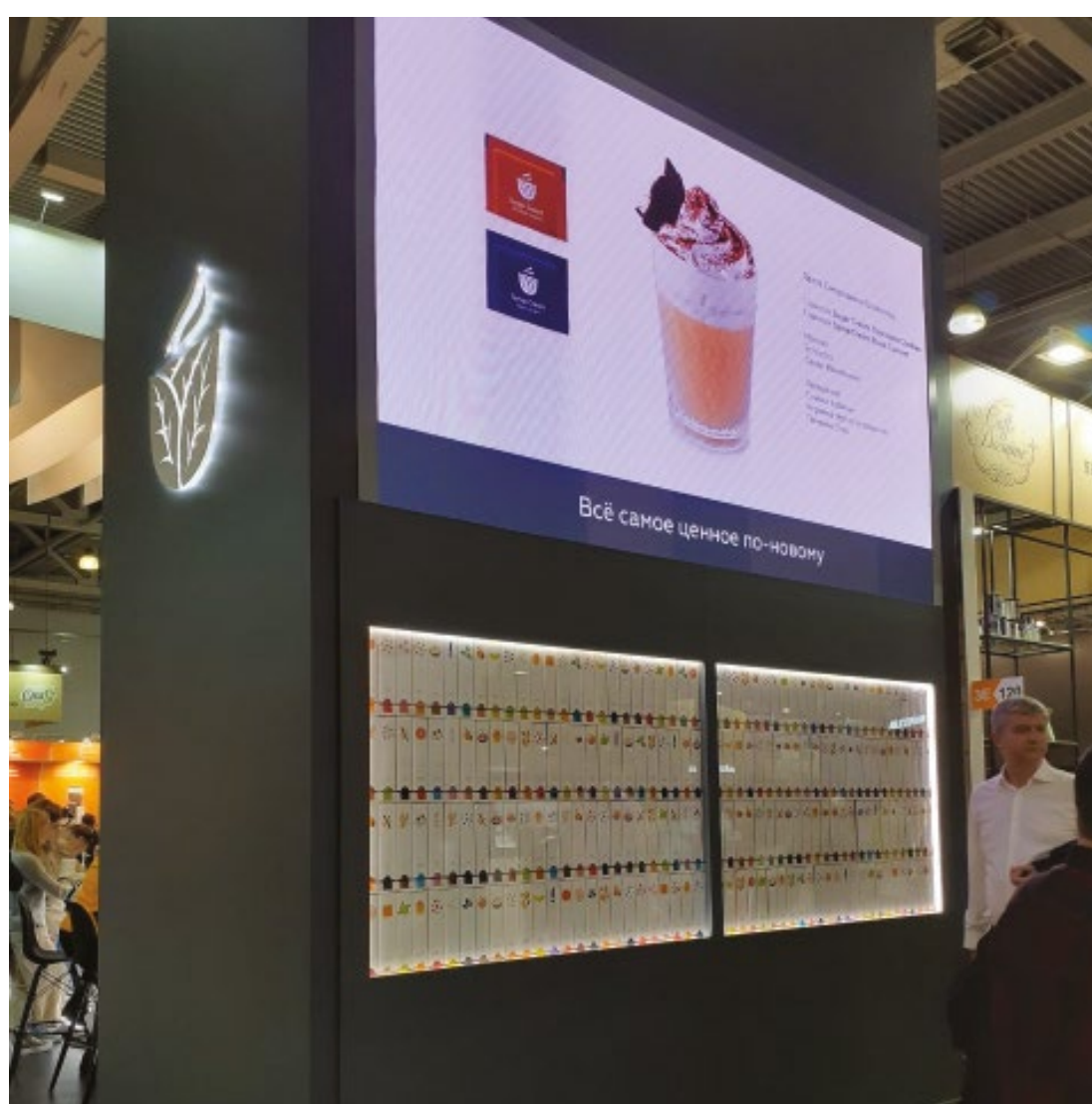
Мы разработали и внедрили систему для обеспечения высокой эффективности сотрудников, гарантирующую стабильную дисциплинированную работу и гибко реагирующую на запросы бизнеса, и позволяющую получать максимальную пользу от каждого члена команды. Организационная структура компании четко отслеживает и контролирует все процессы, а слаженная работа коллектива позволяет организованно достигать поставленных задач и обеспечивать плановые результаты. Мы составили дорожную карту проекта, бизнес-план и финансовую модель проекта на ближайшие 3 года.



Упаковка: эффективное взаимодействие с брендом

Окончательное формирование концепции продуктов потребовало формализации мира бренда: определение визуального стиля, упаковки, тональности коммуникации, создания необходимых сопроводительных материалов. Мы ответили себе на важные вопросы: как должен выглядеть продукт, какие ключевые УТП позволяют обеспечить продажи, какие сопроводительные коммуникации для этого необходимы.

Экспонентно возрастающие продажи требуют достойного маркетингового сопровождения для удовлетворения ожиданий клиентов.



Выставка PIR 2019: 100% Успех

Ключевая профессиональная выставка в сфере индустрии гостеприимства ежегодно собирает лидеров рынка HoReCa. По результатам выставки мы получили более 300 контактов с сетями и дистрибьюторами, и заключили более 50 крупных контрактов. Особой гордостью стала линейка Aroma Spray, которую мы презентовали на выставке. Продукт стал сенсацией и нацелил нас на дальнейшее развитие гастрономического направления.





Новое производство: новый масштаб

Стремительный рост компании стал способствовать и быстрому росту продаж: так, за последние 5 месяцев мы стабильно удваиваем оборот компании. Выход на новый уровень сбыта продукции потребовал расширения производства: по завершении его строительства мы полностью закроем наши потребности в своевременной реализации отгрузок в рамках действующих и новых контрактов.





СЕЗОННЫЕ НАПИТКИ DELI BY SHELL

КОФЕ



300 мл
199₽

+40
баллов

ГРУША-КОРИАНДР
ЛАВАНДА
ПЕЧЕНОЕ ЯБЛОКО

ЧАЙ



300 мл
199₽

+40
баллов

БРУСНИКА-РОЗМАРИН
МАЛИНА-МЯТА
ЯБЛОКО-ИМБИРЬ
КЛЮКВА-МОЖЖЕВЕЛЬНИК



2020 год: новая реальность

Пандемия. Три карантинных месяца. Вся отрасль общепита встала, как и многие другие. И в это время наша команда не опустила руки, мы наоборот начали работать еще усерднее, и только результат нашей работы помог компании остаться на плаву.

Мы создали новые продукты и расширили ассортимент вдвое — это и позволило нам увеличить оборот в 8 раз!

Началось плодотворное сотрудничество с сетью автозаправочных станций. Одним из наших первых клиентов была компания Shell.



Новые направления: ключевые клиенты

Команда Essence разработала новую линейку для вендинга и успешно подписала контракт с компанией Hohoro, крупнейшей вендинговой сетью из Казани с более 4000 аппаратов по всей России.

После длительных переговоров мы заключаем договор с самым крупным в России дистрибьютором «Восток-Запад» и самой успешной сетью кофеен экспресс-формата ZEBRA COFFEE из Казахстана, которые открыты в 18 городах Казахстана, Кыргызстана и Турции.

Мы начинали сотрудничество с минимальных объемов, а сейчас отгружаем в ZEBRA COFFEE более 5 тонн в месяц. На данный момент это один из наших крупнейших партнеров!



Бизнес в пандемию: заключение новых контрактов

Успешный опыт в работе с автозаправочными станциями Shell открыл для нас новые горизонты. Мы заключили контракты с ключевыми компаниями этого рынка — Роснефтью, Лукойлом и British Petroleum.

Мы построили новую лабораторию для разработки гастрономической линейки наших продуктов.

Это позволило нам увеличить оборот вдвое и начать работу с производителями продуктов питания: первым крупным клиентом стал бренд здорового питания Bite (компания BioFoodLab).

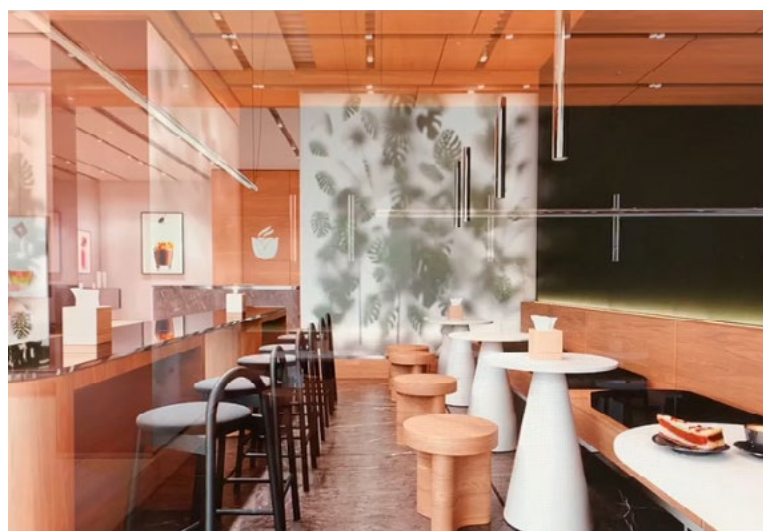
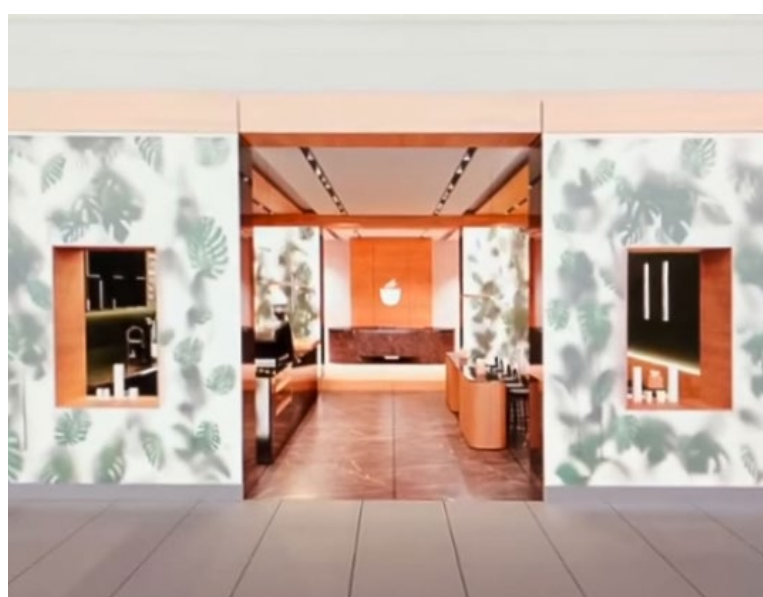
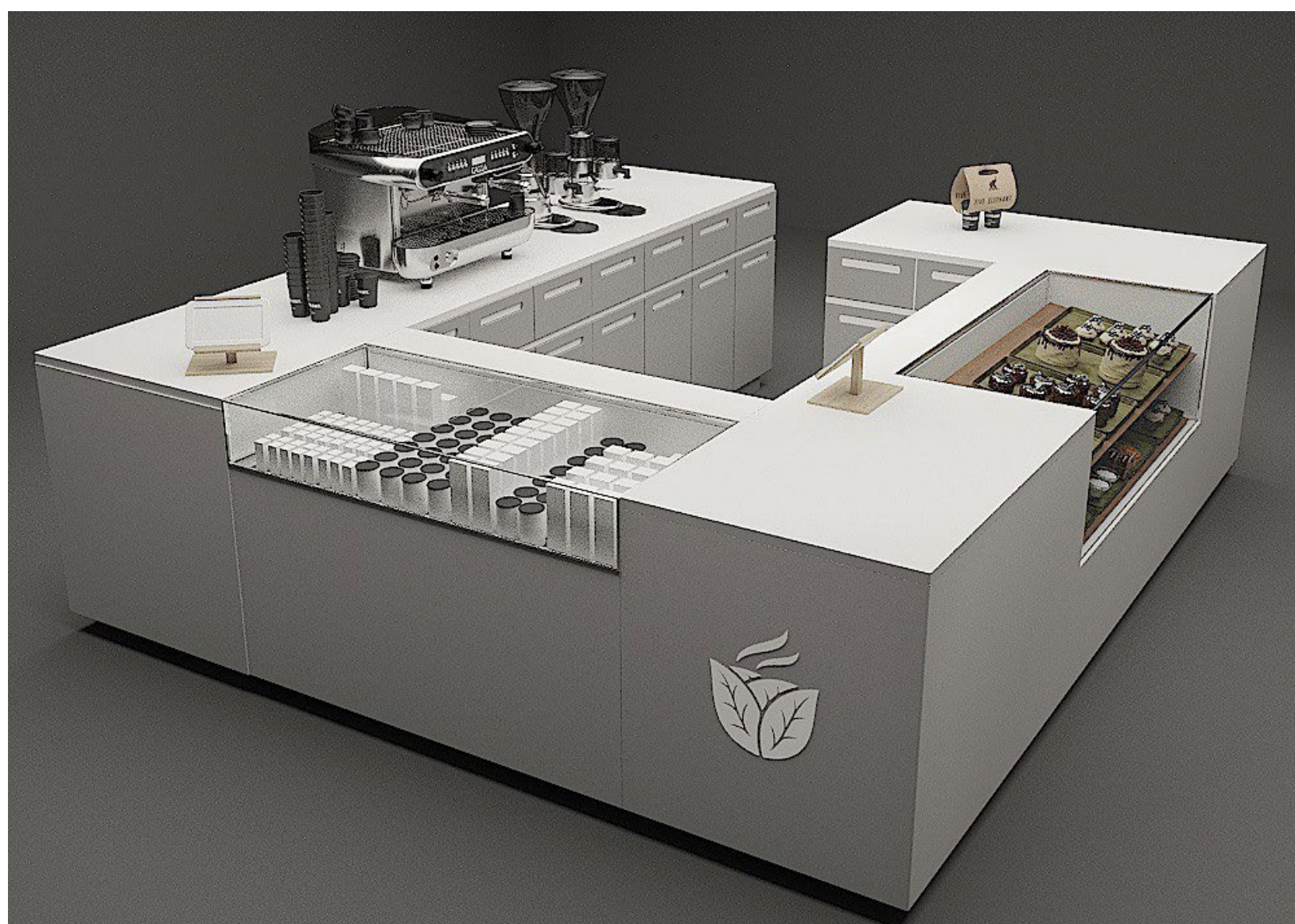


Стабильный рост: поиск новых направлений

В партнерстве с бренд-шефом Чайхоны Сергеем Сущенко мы выпускаем гастрономическую линейку, которая благодаря его опыту попадает точно в рынок и сразу же становится востребованной.

Договариваемся о сотрудничестве с главой McDonalds Russia Марком Карен — это также одна из важнейших коллабораций, которая позволяет нам значительно расширить ассортимент и представленность Essence на рынке.

В конце года мы разрабатываем и выпускаем новую линейку сухих кордиалов — специальных заготовок для быстрого приготовления коктейлей, в которых идеально сбалансирована сладкая, кислая и ароматическая часть. В отличие от жидких аналогов, сухие варианты нашей продукции значительно удобнее хранить и легче использовать.



Франшиза: популяризация бренда

Разработка проекта франшизы кофеен Essence и внедрение его в жизнь.

Наша ключевая идея заключается в том, чтобы предложить партнерам действительно инновационные кофейни-магазины, которые будут полностью работать на продукции собственного производства — это и чай, и сиропы, и молоко. Даже выпечка и закуски изготавливаются на наших основах. Партнер сам выбирает, будет ли это киоск, островок или полноценная кофейня.

Таким образом мы планируем выйти не только на Российский рынок, но и на зарубежных предпринимателей, которым предоставим мастер-франшизу на город или страну.



Новый вызов: оптимизация и импортозамещение

Наступают события, которые заставляют полностью сменить фокус. Как и для многих других компаний, это время становится для нас периодом оптимизации. Мы сократили штат сотрудников, отказались от помещений для проведения презентаций клиентам, склада и строящихся производственных площадей.



В это же время многие импортные сиропы, соусы и другие ингредиенты уходят с российского рынка. Чтобы занять освободившуюся нишу мы оперативно фокусируемся на импортозамещении, что впоследствии удачно складывается для нас.



2022: Контракты, контракты, контракты

Становимся партнерами с Додо пиццей и сетью Тануки. Разрабатываем сезонные напитки для One Price, создаем эксклюзивные сиропы и топпинги для Бургер Кинг, изобретаем соусы для KFC. Создаем ритейл-упаковку для Азбуки Вкуса.

Все это — позволяет нам увеличить обороты компании вдвое.

В конце 2022 года мы впервые за все время работы компании выходим в чистую прибыль.

ONE PRICE
COFFEE

KFC



азбука
вкуса



ДОДО
ПИЦЦА



Цель X10: маркетинг и масштабирование

В 2023 году мы начинаем максимально глубоко исследовать рынок потребителя и разрабатываем все новые и новые линейки, которые могут удовлетворить спрос современных клиентов.

Ими становятся новые топпинги для украшения мороженого, молочных коктейлей, десертов, латте или рафов, а также глиттеры — мерцающие сиропы без сахара, которые идеально дополняют кофе, фруктовый чай, лимонады и служат отличным украшением для выпечки и кальянов.



Мы также создаем линейку Sugar в стиках — сахар с изысканными вкусами, который моментально преображает любой кофейный или чайный напиток. А для тех, кто выбирает правильное питание и предпочитает напитки без сахара, но при этом ценит яркие и необычные вкусы, мы разрабатываем и выводим на рынок Sugar Free.



Оценка: миллиард

Заключаем эксклюзивный контракт с «Комплекс-Баром», и теперь у нас более 200 дистрибьюторов, 60ти шоу-румов, клиентская база более 35 тысяч компаний по России и СНГ!

Совместно с Комплекс баром мы принимаем участие в масштабной выставке PIR EXPO, на которой угощаем гостей нашими напитками и собираем огромное количество новых контактов.

Старт работы со Stars Coffee (бывший Старбакс). Специально для них в нашей лаборатории мы разрабатываем фирменный напиток на день рождения сети кофеен и он бьет рекорды продаж во всей сети!

Контракт со Вкусвилл - новые продукты под их СТМ.

Переезжаем в новое производство для реализации новых объемов и невероятного роста.

Заключаем контракты с крупнейшими сетями в РФ - АЗС Татнефть, АЗС Газпромнефть, Содекс, Сбербанк, Суши Wok.

Проходим внешний аудит по прошествию которого нам устанавливают оценочную стоимость компании в 8,4 млрд рублей.

Участвуем в выставке ОАЭ в Дубае и начинаем работать на экспорт.

Essence сегодня

На сегодняшний день Essence — это высокотехнологичная компания, сплоченный коллектив профессионалов, которые любят свою работу, стремятся к знаниям и каждый день делают этот мир лучше.

Essence 2023 — это:

100+ специалистов в штате | Профессиональная бар-студия, кухня и лаборатория | Офис и шоу-рум для клиентов | Масштабное производство | Продукция, прошедшая сертификацию | Зарегистрированные торговые марки | Зарегистрированные патенты | Слаженная работа команды | 17 упакованных продуктовых линеек | Подготовленный портфель маркетинговых исследований рынка и инструментов продвижения

На текущий момент мы работаем с более чем 5000 заведений, произвели и отгрузили более 1 000 000 кг готовой продукции.

Essence завтра

Задачи на ближайший год: сделать 10X продаж, выпустить облигации и выйти на IPO.

Запланированные мероприятия:

Построение дилерской сети Essence по всему миру. Развитие онлайн-каналов продаж. Продажа ингредиентов компаниям по производству косметики, соков, воды, алкоголя, сиропов, спортивного питания, молочных напитков. Построение сети оптовых продаж в ритейле и HoReCa. Поставка продукции для сегмента авиа- и железнодорожных перевозок. Сотрудничество с компаниями по производству армейских сухих пайков.

Помимо этого, мы решили выстроить собственную розничную сеть в трёх направлениях, где будут представлены еда и напитки на основе наших ингредиентов:

Essence Express — вендинговые аппараты
Essence Coffee Shop — кофейни
Essence Store — магазины

Об основателе

Образование

Учился в Магаданском Политехническом Техникуме, получил повышенный разряд штукатур-маляра. Получил высшее образование в Санкт-Петербургском университете управления и экономики. Прошел производственную и преддипломную практику в Администрации губернатора Санкт-Петербурга.

Творчество

Окончил школу диджеев. Провел порядка 20 танцевальных мероприятий, посещаемость которых составила более 30000 человек. Организовывал гастроли популярных европейских исполнителей. Стал победителем первой дальневосточной премии на лучший minimal techno / tech house микс. Перед созданием компании Essence открыл в разных сферах 12 мини-предприятий.

Работа

Участвовал в строительстве различных объектов. Работал на рыбозаводе, занимался полным циклом обработки, переработки и упаковки морепродуктов. Был официантом в гастрономическом ресторане «Лангуст» и кафе здорового питания «УКРОП». Работал менеджером коммерческого отдела в компании «Раскрутка». Получил должность коктейль-мэйкера в кафе Bubble Mania.

Миссия

Моя миссия — делать жизнь ярче, насыщенней и красивее; приносить людям радость, пользу, счастье и благополучие.

Образ жизни

Занимаюсь спортом. Практикую лечебное голодание и сыроедение. Вегетарианец уже 10 лет.

Образ мышления

«Предпринимательство — это как парашютный спорт: прыгая (беря ответственность на себя), никогда не знаешь, приземлишься живой или нет, но только это позволит тебе вырасти».

Одна из главных жизненных установок — фанатичное стремление к знаниям. Именно знания могут привести человека к любой цели. Для этого необходимо взять на себя ответственность — перед собой или перед другими людьми. Тогда придется жертвовать чем-то важным ради того, что желаешь достичь. Наш доход и наши победы — это тот уровень ответственности, который мы на себя взяли.

Спасибо за внимание