

2025

Анастасія Мальцева

ФЕШН- КОНСАЛТИНГ

Успіх

як створити бренд одягу з нуля



ВСТУП



Навіть якщо ти вже не вперше починаєш — важливо мати план. А якщо ніколи раніше не запускала бренд — то й поготів.



Мене звати Анастасія Мальцева. Я працюю у сфері фешн 15+ років. Зараз як персональна стилістка, раніше — як керівниця проєктів. Я займалась маркетингом, продакшеном, писала стратегії та будувала бізнес-процеси. Тож розумію, як влаштована сфера з усіх боків.

Це дорожня карта від ідеї до перших продажів. Не про «везіння», а про систему: позиціонування, продукт, ціна, виробництво, продажі, маркетинг, юридичні основи.

ідея, сенс, історія

Навіщо? Для кого? Чим відрізняєшся?

Напиши **1 речення**, яке зрозуміє невідготовлена людина — про що буде твій бренд:

«Роблю зручні сукні для жінок 30–45, щоб виглядати зібрано щодня в офісі без зайвих формальностей.»



Додай **3 обіцянки**, які закриють біль твоєї клієнтки. Не якість, а **відчуття/результат**:

«сідає на великий бюст», «не треба прасувати», «доречно в офісі і на вихідні» тощо.

Тест **«мама зрозуміє?»** — якщо мама/подруга за 10 секунд схоплює суть, ти на вірному шляху.

Глоб КЛІЄНТКА

Створи її портрет

Одна жінка. Три ситуації купівлі. Три її болі.

- **Персона:** вік, робота, бюджет на одяг/місяць, улюблений формат (онлайн/офлайн).
- **Ситуації:** робота, вихідні з дітьми, зустріч/подія.
- **Болі → відповіді бренду:**
 - «Не сідає по фігурі» → еластичний пояс/різні довжини.
 - «Нема що вдягти зранку» → капсульність/поєднання.
 - «Не хочу виглядати офісно» → м'які силуети + трендові кольори.
- **Мінімум 5 коротких інтерв'ю з реальними жінками** → однакові відповіді = влучила.

СТИЛЬ І ДНК

Блендоу

3 зовнішні коди +
3 тактильні коди +
чорний список

- **Зовнішні коди:** силуети (м'які/структурні), лінії (плавні/гострі), довжини.
- **Тактильні:** тканини (вовна/віскоза/сатин), пластика, динаміка.
- **Чорний список:** що ніколи не робиш (напр., лелітки, неонові кольори).
- **Moodboard 10 фото** → під кожним «так/ні» з коротким поясненням.
- **Тест вішалки:** 5 речей на рейлі мають читатися як з одного бренду.

юридичне оформлення і податки

ФОП/ТОВ, КВЕДи, оплати, правила

- **ФОП 2/3 група** (роздріб онлайн/офлайн), додай КВЕДи: виробництво, торгівля, інтернет-торгівля
- Підключи **еквайринг** (WayforPay/Fondy)
- Підготуй **публічну оферту, політику повернень і конфіденційності**
- **Маркування:** склад + догляд українською
- **Перевір назву:** домен, Instagram
- **Зареєструй ТМ**

Деталі — з юристом/бухгалтером

АСОРТИМЕНТ ТА ЦІНА

Перший дроп =
6–12 SKU

Ціна =
COGS + маржа + сервіс

COGS, або «собівартість реалізованої продукції» (Cost of Goods Sold)

- **Архітектура:** 1 Hero (магніт), 3–6 Core (кити продажів), 1–2 Add-on (підвищують чек)
- Кольори: 1 базовий + 1 акцентний на модель
- **COGS рахуємо чітко:** тканина + фурнітура + робота + пакування + логістика + брак (5–10%)
- **Маркап орієнтовно x3** (щоб вистачало на маркетинг, комісії мультибрендів та маркетплейсів)
- **Pre-order на першу партію** → мінімум заморозки грошей.

виробництво

Техкарта. Золотий зразок

- **Документи:** техкарта, лекала, розмірна сітка
- **Золотий зразок (еталон)** підписуєш із цехом — усе порівнюємо з ним
- **Контроль якості:** шви/усадка/фарбостійкість/посадка на 2 фігурах

План Б: другий підрядник на підхваті

Брендобук

НАЗВА, ЛОГОТИП, TONE OF VOICE

Ім'я вимовляється.
Лого запам'ятовується.
Голос співзвучний ЦА

- **Назва:** проста, без складних транскрипцій, вільні домени/ніки в соцмережах
- **Лого:** перевір на 2 носіях — бірка 3×5 см і аватар профілю. Має добре читатись
- **TOV (3 риси):** «людяний», «структурний», «підтримуючий» тощо. Як бренд не має звучати також пропиши.

ПРОДАЖІ

де і як.

1 твій канал.
X партнерських.
Чіткі правила

- **Якщо твоя клієнтка в Instagram** — стартуй із Instagram + лендінг
- **Налаштуй оплати, доставку, повернення** (прописані на сайті/в хайлайтс)
- **CRM-скелет:** таблиця заявок (ім'я, контакт, модель, статус), шаблони відповідей у приватні повідомлення
- **Сервіс-SLA:** відповіді до 2 год, відправка 24–48 год, обмін/повернення за чіткою схемою

КОНТЕНТ І МАРКЕТИНГ

- **3 стовпи:** (1) як це носити в реальних умовах; (2) «все про посадку» (тканини/крій текстово та візуально); (3) історії клієнток/UGC
- **Reels-скрипт (15–30 с):** біль → 3 рішення → було/стало → СТА
- **Лідмагніт:** чекліст догляду або «3 образи з 1 сукнею»
- **Реклама:** 3 креативи x маленькі бюджети → дивимося, що дає запити у direct/збереження
- **Міра успіху:** збереження, поширення, запити у direct, продажі, **а не лайки**

СТАРТ-БЮДЖЕТ і команда

Рахуємо одиницю.
Делегуємо критичне.
Інше — поступово

- Пріоритети бюджету: **лекала/ тканина → фото на моделі → сайт/ оплати → реклама**
- Команда на старт: **конструктор/ технолог (фриланс), цех/майстрині, фото/відео 1 зйомка/місяць, SMM**
- **Економимо на:** складних логотипах, зайвих SKU. **Не економимо на:** розробці моделей та створенні контенту
- **Юніт-економіка:** маржа з одиниці покриває рекламу/доставку/пакування і лишає прибуток

запуск:
**НЕ ІДЕАЛЬНО,
АЛЕ ВЧАСНО**

Тиждень -14 → Тиждень 0 → Тиждень +14.
Записати, продати, зібрати фідбек



Критерій успіху: не ідеальність, а
цикл: дані → правки → допродаж

заключення

план важливіший за натхнення

- Починай з ЦАі позиціонування
- Перший дроп 6–12 SKU, pre-order, рахуй одиницю
- Golden sample, контроль якості, маркування — не пропускаємо
- 1 головний канал продажів + комфортний сервіс
- Контент про життя клієнтки, не про речі
- Запускай вчасно → збирай фідбек → коригуй

Малий, керований старт, швидкий цикл зворотного зв'язку — і далі масштаб.

ПОТРІБНА ІНДИВІДУАЛЬНА КОНСУЛЬАЦІЯ?

чекаю на консалтинг 1:1



[nastasiamaltseva](https://t.me/nastasiamaltseva)



amaltseva.box@gmail.com



nastasiamaltseva.com.ua



[nastasiamaltseva](https://www.instagram.com/nastasiamaltseva)