

Бизнес-план интернет-магазина галстуков-бабочек

<https://marketpublishers.ru/r/B72E96B7313RU.html>

Дата: 05.02.2015

Страниц: 105

Цена: 17 500 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: B72E96B7313RU

Описание

Описание 'Бизнес-план интернет-магазина галстуков-бабочек'

Адаптация данного бизнес-плана возможна под аналогичный проект на территории России, Украины и стран СНГ.

Идея проекта

Проект нацелен на открытие интернет-магазина трендовых аксессуаров – галстуков-бабочек, как основной продукции, а также галстуков и нагрудных платков, как дополнительных категорий, для молодых и стильных мужчин и женщин, желающих выделиться из толпы и подчеркнуть свою индивидуальность. Проект основан не на массовом производстве, а на ручном изготовлении бабочек и пошиве на заказ. Встретить два идентичных изделия в столице будет весьма трудно, так как количество выпускаемых бабочек одного артикула в среднем не будет превышать 20 шт. Поэтому изделия, предлагаемые в интернет-магазине, в некотором роде можно назвать эксклюзивными.

Специфика проекта

Для регистрации интернет-магазина обязательным условием будет являться покупка домена.

Возможные адреса сайта проекта: интеллигент.pф, tie-intelligent.ru, tie-intelligent.su, tie-intelligent.com.ru, tie-intelligent.net.ru tie-intelligent.org.ru, tie-intelligent.ru.net.

К особенностям работы интернет-магазинов можно отнести:

работу круглосуточно без выходных и перерывов;

сравнительно низкие расходы на персонал;

возможность демонстрации всех товаров на одной «витрине»;

возможность демонстрации позиций, которые только ожидаются;

возможность сфокусироваться на конкретной аудитории;

доступность из любой географической точки.

География проекта

Москва и Московская область.

Аудитория проекта

Россияне, проживающие на территории г. Москва и Московской области, мужчины и женщины в возрасте 20-35 лет (ядро целевой аудитории).

Конкурентная среда

Интернет-магазины дизайнерских бабочек и бабочек ручной работы:

Интернет-магазин «Bow Tie People»»: www.btpeople.ru;

Интернет-магазин «УНИКАЛЬНЫЕ АКСЕССУАРЫ РУЧНОЙ РАБОТЫ ОТ LEYSAN ZIGANSHINA»: byziganshina.ru;

Интернет-магазин «Kot Babochkin»: www.kotbabochkin.com;

Интернет-магазин «Danko»: danko-bow.ru;

Интернет-магазин «Буква Ж»: galstuki-babochki.ru.

Интернет магазины фабричных галстуков-бабочек:

Интернет-магазин «Tie4You»: tie4u.ru;

Интернет-магазин «TIESSHOP»: www.tiesshop.ru/;

Интернет-магазин «Галстуки»: www.galstuk-kupit.ru/;

Интернет-магазин «Starkman»: starkman.ru;

Интернет-магазин «LUXPODAROK» luxpodarok.ru/.

Выдержки из исследования

Проект нацелен на открытие интернет-магазина трендовых аксессуаров – галстуков-бабочек, как основной продукции, а также галстуков и нагрудных платков, как сопутствующих категорий товаров. На страницах сайта будут представлены как изделия, предназначены сугубо для мужского костюма, так и чисто женские модели. Но все же основная масса из представленных галстуков-бабочек будет относиться к универсальным, то есть к таким, которые можно адаптировать и под мужские, и под женские наряды. У покупателей также будет возможность приобрести детские и подростковые галстуки-бабочки для завершения праздничного образа воспитанников детских садов и школьников.

Товары, предлагаемая в интернет-магазине, – это абсолютный хендмейд, поэтому цена на них будет выше, чем на бабочки фабричного производства, но значительно ниже, чем на дизайнерские изделия; для пошива будут избираться натуральные ткани; в силу этих факторов продукция будет находиться в среднем ценовом сегменте и будет доступна для населения со средними доходами.

Большинство крупнейших интернет-проектов сугубо по реализации галстуков-бабочек начали свою деятельность с 2012 г. По итогам 2013 г., на волне модных тенденций рост спроса на галстуки-бабочки у разных производителей составил 50-100%. Однако, по предварительным расчетам, за счет увеличения количества игроков в 2014 г. этот показатель составил не более 25-30%. С ужесточением конкуренции игроки расширяют линейку либо предлагают еще более нишевый продукт.

Каждый проект (по данным самих игроков рынка) продает в среднем от ** до *** бабочек в месяц, таким образом, срок окупаемости первоначальных вложений может не превышать нескольких месяцев.

Спрос же на изделия сезонный, в предпраздничные дни количество проданных аксессуаров

может возрастать в шесть-восемь раз, летом же – падать по сравнению со среднегодовым показателем.

При этом все игроки позиционируют свою продукцию как хендмейд с разной степенью эксклюзивности (от 1-2 до 10 экземпляров одного образца).

Стоит заметить, что на рынке присутствуют как бабочки российского производства, так и дешевый продукт из стран Азии.

Предприниматели этой ниши рассматривают производство бабочек как старт для своего бизнеса. В будущем они планируют выпускать под одной маркой несколько групп товаров или даже объединить несколько смежных бизнесов, сохраняя при этом основное название, развивая так-называемый зонтичный бренд.

Подавляющее большинство участников рынка уже имеют в своем арсенале схожие с бабочками позиции товара. Это, прежде всего галстуки, подтяжки, платки, браслеты, кожаные аксессуары со вставками из дерева, которые составляют 50% всех продаж (вторую половину составляют собственно бабочки). Многие запускают женскую линейку аксессуаров, таких, как воротники-стойки и воротники, расшитые камнями.

Продукцию производителей бабочек покупают молодые люди 25-35 лет (около **% покупателей), до 25 (около **%) и те, кому за 35 (**%). Около **% самих покупок осуществляют девушки (ведь шопингом обычно занимаются они), но только **% от общего числа покупателей – девушки, которые приобретают аксессуар для себя.

В Москве около 8,35 млн жителей являются пользователями Интернета, в Московской области – 3,09 млн; доля тех, кто совершает покупку одежды, обуви и аксессуаров онлайн – 34,2%. Покупатели в возрасте от 20 до 35 лет составляют около 60% от всего количества покупателей в сегменте fashion. Таким образом, потенциальная численность аудитории проекта составляет около *** чел.

Основным каналом коммуникации и продвижения предприниматели единогласно называют социальные сети и рекламу в интернете, но игроки не пренебрегают и оффлайн-презентацией своих изделий, например, снабжают аксессуарами ведущих одного из популярных телевизионных каналов или проводят тематические вечеринки.

Содержание

РЕЗЮМЕ

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Актуальность выбранного сегмента
- 1.2. Идея и суть проекта
- 1.3. Аудитория проекта
- 1.4. Ассортимент продукции

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

- 2.1. Развитие розничной торговли одеждой и обувью в России
- 2.2. Общие тенденции российского рынка аксессуаров
- 2.3. Развитие сегмента галстуков и галстуков-бабочек в России
- 2.4. Развитие ритейла в среде Интернет
- 2.5. Особенности онлайн-продажи одежды, обуви и аксессуаров в России
- 2.6. Модные тренды как база формирования аксессуарного ассортимента интернет-магазина
- 2.7. Целевая аудитория проекта и критерии ее выбора
- 2.8. Количество потенциальных покупателей
- 2.9. Влияние информационной среды при совершении покупки

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТЫ ПРОЕКТА

- 3.1. Интернет-магазины по продаже галстуков-бабочек
- 3.2. Альтернативность способов оплаты
- 3.3. Стратегическая канва интернет-магазина «Intelligent»

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

- 4.1. Юзабилити сайта
- 4.2. Поисковая оптимизация
- 4.3. Контекстная реклама
- 4.4. Продвижение в социальных сетях

РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Особенности организации работы интернет-магазина

- 5.2. Курьерская доставка товаров
- 5.3. Персонал проекта
- 5.4. Последовательность реализации проекта

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 6.1. Допущения проекта
- 6.2. Сезонность проекта
- 6.3. Объемы продаж
- 6.4. Выручка
- 6.5. Персонал проекта
- 6.6. Затраты
- 6.7. Налоги
- 6.8. Инвестиции проекта
- 6.9. Капитальные вложения проекта
- 6.10. Отчет о прибыли и убытках
- 6.11. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.12. Отчет о движении денежных средств
- 6.13. Денежные потоки
- 6.14. Основные показатели финансовой эффективности проекта

РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. СООТНОШЕНИЕ ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ, ПРИБРЕТАЕМЫХ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ ПО КРИТЕРИЯМ ВЕЛИЧИНЫ ОБОРОТА И КОЛИЧЕСТВА ЗАКАЗОВ В СУТКИ

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ОБОРОТ ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ ИНТЕРНЕТ- МАГАЗИНОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПЕРЕЧЕНЬ КЛЮЧЕВЫХ ЗАПРОСОВ ПО ТЕМАТИКЕ ПРОЕКТА (СТАТИСТИКА ПО МОСКВЕ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»

ГРАФИКИ

График 1. Динамика расходов на одежду в России в 2003-2013 гг., %

График 2. Динамика продаж одежды в 2008-2013 гг. в Российской Федерации

График 3. Стратегическая канва проекта «Intelligent»

РИСУНКИ

Рисунок 1. Модуль обработки заказов

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

- Таблица 1. ТОП наиболее популярных хостинг-провайдеров Рунета
- Таблица 2. Преимущества интернет-магазина
- Таблица 3. Категории товаров в интернет-магазине «Intelligent»
- Таблица 4. Способы оплаты заказов онлайн
- Таблица 5. Количество потенциальных покупателей
- Таблица 6. Интернет-магазины, реализующие галстуки-бабочки ручного производства
- Таблица 7. Интернет-магазины, реализующие фабричные галстуки-бабочки
- Таблица 8. Сервис приема платежей Робокасса
- Таблица 9. Решетка «упразднить-снизить-повысить-создать»
- Таблица 10. Функционал программы автоматизации работы
- Таблица 11. Стоимость курьерских услуг
- Таблица 12. Курьерские службы доставки Москвы
- Таблица 13. Персонал проекта
- Таблица 14. План реализации проекта
- Таблица 15. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ
- Таблица 16. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании
- Таблица 17. Алгоритм расчета премии за специфический риск
- Таблица 18. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- Таблица 19. Основные финансовые показатели проекта

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Сегментация в секторе розничной торговли одеждой

Диаграмма 2. Доля интернет-торговли в обороте розницы Российской Федерации, %

Диаграмма 3. Количество интернет-магазинов, работающих в B2C сегменте e-commerce в России, тыс. шт.

Диаграмма 4. Сравнение частоты совершения интернет-покупок в России в 2012-2013 гг.

Диаграмма 5. Стаж покупателей в среде Интернет

Диаграмма 6. Структура fashion-ритейла

Диаграмма 7. Объем продаж по сегментам fashion-ритейла

Диаграмма 8. Распределение онлайн-покупателей в сегменте fashion по полу и возрасту

Диаграмма 9. Используемые источники информации при принятии решения о покупке

Диаграмма 10. Соотношение товарных категорий, приобретаемых в интернет-магазинах

Диаграмма 11. Соотношение интернет-магазинов по категориям

Диаграмма 12. Сравнение оборота товарных категорий интернет-магазинов,

Оформление заказа

Название: Бизнес-план интернет-магазина галстуков-бабочек

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/B72E96B7313RU.html>

Цена: 17 500 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета: <https://marketpublishers.ru/r/B72E96B7313RU.html>