

# Бизнес-план интернет-магазина мужской одежды

<https://marketpublishers.ru/r/BE7AD9F6939RU.html>

Дата: 03.02.2015

Страниц: 123

Цена: 21 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: BE7AD9F6939RU

## Описание

### Описание 'Бизнес-план интернет-магазина мужской одежды'

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

### Идея проекта

Проект нацелен на открытие интернет-магазина трендовой одежды и обуви, а также аксессуаров и предметов шегольства для молодых и энергичных мужчин, главными поставщиками которого выступят турецкие производители, что обеспечит качество тканей и пошива, а также привлечь и удержать потребителя конкурентными ценами. позволит

### Специфика проекта

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

Возможные адреса сайта проекта: джекэденди.рф, jackadandy.ru, jackadandy.su, jackadandy.com.ru, jackadandy.net.ru jackadandy.org.ru, jackadandy.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, преимущественно мужчины в возрасте 18-45 лет (ядро целевой аудитории).

## **Конкурентная среда**

Интернет-магазин «Московский денди»: [moscowdandy.ru](http://moscowdandy.ru);

Интернет-магазин «HENDERSON»: [catalog.henderson.ru](http://catalog.henderson.ru);

Интернет-магазин «KANZLER»: [www.kanzler-style.ru](http://www.kanzler-style.ru);

Интернет-магазин «FANCY CREW»: [www.fancycrew.ru](http://www.fancycrew.ru);

Интернет-магазин «Meyer-Wegener»: [meyer-wegener.com](http://meyer-wegener.com).

## **Выдержки из исследования**

В современном мире мужчины уделяют своему внешнему виду не меньше внимания, чем женщины. Многие из них не просто интересуются модой, они разбираются в ней и следят за последними тенденциями. При всем этом им гораздо сложнее выбрать тот магазин, который отвечал бы всем желаемым критериям одновременно – общему стилю их жизни, особенностям фигуры, уровню дохода, требованиям к свойствам тканей и др. Причина этому весьма прозаичная – производители мужской одежды количественно уступают тем, кто шьет женские наряды, а в торговых точках мужские линии в основном выступают как дополнительные, вследствие чего их ассортимент ограничен.

Именно в силу приведенных обстоятельств интернет-магазин, который сфокусирует внимание исключительно на предметах мужского гардероба, привлечет внимание представителей целевой аудитории. Его специфика должна создать атмосферу своеобразного джентельменского клуба, где мужчину – потенциального покупателя – не будут отвлекать предложения о приобретении женских или детских вещей, а сдержанный дизайн сайта поспособствует концентрации внимания на получение того, за чем он к нему обратился.

Растущий средний класс в России требует достойного ассортимента и уровня сервиса, но брендов, удовлетворяющих их запросам, по-прежнему мало. Все товары интернет-магазина будут импортироваться с Турции, где себестоимость швейной продукции является ниже, чем у западных аналогов, из-за дешевизны рабочей силы, а поэтому он займет свою нишу в ненасыщенном среднем ценовом сегменте.

Потенциальными поставщиками для интернет-магазина могут стать такие турецкие предприятия, как «\*\*\*», «\*\*\*», «\*\*\*», «\*\*\*», «\*\*\*», традиционно экспортирующие свою продукцию в страны СНГ. Контактная информация производителей указана непосредственно в тексте бизнес-плана.

Рынок мужской одежды занимает треть от всего объема рынка одежды в России и составляет \*\*\* млрд. руб. Таким образом, согласно маркетинговым исследованиям, в среднем в год каждый мужчина в России тратит около \*\*\* руб. на покупку одежды.

Несмотря на появление множества новых конкурентных магазинов, обороты предприятий торговли на рынке мужской моды растут. В последнее время объем продаж мужской одежды ежегодно увеличивался в денежном выражении, по разным оценкам, на \*\*-%, когда как общий рост рынка продаж одежды в России растет на 5–7%, в Европе прирост составляет 2–3%.

Как отмечают эксперты, в будущем стоит ожидать бум на рынке мужской моды благодаря электронной торговле. «Особой популярностью в интернет-магазинах будут все больше пользоваться такие категории товаров, как брюки, джемпера, рубашки и другие вещи мужского гардероба, не требующие тщательной примерки.

Позитивной тенденцией также считается то, что нецивилизованная розница стремительно сдает свои позиции, уступая именно онлайн-торговле и сетевому ритейлу. Современный потребитель становится более разборчивым, избирательным и требовательным. 71% от всей совокупности онлайн-покупателей считают приобретение одежды и обуви в интернете

удобным из-за экономии времени, приобретения товара без наценок, а также – из-за возможности примерки вещей во время их доставки и их возврата в случае, если вещи не подошли.

Стоит отметить, что для достижения успеха в будущем владельцам интернет-магазинов уже сейчас стоит уделять больше внимания ассортименту, развивать несколько направлений одновременно. Перспективно выходить на рынок с интересными коллекциями, не оставаться позади модных тенденций и направлений, ведь мужскому населению интересны именно модные вещи, а не остатки нераспроданного товара прошлых сезонов.

Согласно конкурентному анализу, интернет-магазины исключительно мужской одежды встречаются не часто. Но чтобы выделиться на фоне остальных конкурентов, включающих как мужскую, так и женскую и детскую линии одежды, необходимо вкладывать средства в продвижение проекта на протяжении всего периода его реализации, и прежде всего – на рекламу в среде Интернет. Рекомендуемыми видами продвижения бизнеса такого рода являются: поисковая оптимизация сайта, контекстная и баннерная реклама на страницах поисковых систем, а также ведение групп и реклама в социальных сетях.

Одним из факторов, влияющих на решение посетителя интернет-магазина о покупке товара, является доступность способа оплаты, наиболее удобного ему. Для этого предусмотрен как расчет наличными при доставке товара курьером, так и безналичный расчет с помощью банковских карт или электронных платежных систем. Для этого в рамках проекта запланировано сотрудничество с сервисом «Робокасса», который позволяет принимать от конечного покупателя оплату посредством порядка 40 способов.

## 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. Тенденции российского рынка розничной торговли одеждой
- 2.2. Рынок мужской одежды в России
- 2.3. Рынок интернет-торговли России
- 2.4. Fashion-сегмент российского рынка интернет-торговли
- 2.5. Портрет покупателя одежды онлайн
- 2.6. Численность аудитории проекта
- 2.7. Выбор источника информации при принятии решения о покупке

### РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТЫ И ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА

- 3.1. Группа лидеров fashion-сегмента российской онлайн-торговли
- 3.2. Популярные интернет-магазины мужской одежды Москвы и области
- 3.3. Поставщики продукции
- 3.4. Системы оплаты
- 3.5. Стратегическая конкурентная канва проекта «Jack-a-Dandy»

### 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. Специфика интернет-магазина

- 5.2. Логистика
- 5.3. Персонал проекта
- 5.4. План 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. Отчет о прибыли и убытках
- 6.9. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.10. Отчет о движении денежных средств
- 6.11. Денежные потоки

## **РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ**

### **ПРИЛОЖЕНИЕ 1. РЕЙТИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ**

### **ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПЕРЕЧЕНЬ КЛЮЧЕВЫХ ЗАПРОСОВ ПО ТЕМАТИКЕ ПРОЕКТА (СТАТИСТИКА ПО МОСКВЕ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

### **ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»**

### **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. Структура fashion-ритейла
- Диаграмма 5. Объем продаж по сегментам fashion-ритейла
- Диаграмма 6. Распределение онлайн-покупателей одежды и обуви по полу и возрасту

### **РИСУНКИ**

Рисунок 1. Пример экрана модуля обработки заказов

Рисунок 2. Распределение оценок эффективности сайтов. Выбор товара: эмоциональный или рациональный

Рисунок 3. Распределение оценок эффективности сайтов. Принятие решения и заказ

## Таблицы

### ТАБЛИЦЫ

- Таблица 1. ТОП наиболее популярных хостинг-провайдеров Рунета
- Таблица 2. Преимущества интернет-магазина
- Таблица 3. Классификация мужской одежды
- Таблица 4. Классификация мужской обуви
- Таблица 5. Способы оплаты заказов онлайн
- Таблица 6. Потенциальная численность аудитории проекта
- Таблица 7. Крупнейшие игроки рынка онлайн-ритейла в сегменте Fashion
- Таблица 8. Популярные интернет-магазины мужской одежды Москвы и области
- Таблица 9. Турецкие производители мужской одежды
- Таблица 10. Сервис Робокасса
- Таблица 11. Решетка «упразднить-снизить-повысить-создать» для интернет-магазина «Jack-a-Dandy»
- Таблица 12. Возможности автоматизации алгоритма работы
- Таблица 13. Тарификация логистической службы
- Таблица 14. Компании, предоставляющие услуги логистики для e-commerce
- Таблица 15. Персонал проекта
- Таблица 16. План реализации проекта
- Таблица 17. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ
- Таблица 18. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании
- Таблица 19. Алгоритм расчета премии за специфический риск
- Таблица 20. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- Таблица 21. Основные финансовые показатели проекта
- Таблица 22. Рейтинг эффективности интернет-магазинов одежды и обуви



## Графики

### 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 «Jack-a-Dandy»

## Оформление заказа

Название: Бизнес-план интернет-магазина мужской одежды

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/BE7AD9F6939RU.html>

Цена: 21 000 руб.

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

[info@marketpublishers.ru](mailto:info@marketpublishers.ru)

## Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/BE7AD9F6939RU.html>