

Бизнес-план интернет-магазина галстуков-бабочек (с финансовой моделью)

<https://marketpublishers.ru/r/B49C25A52A6RU.html>

Дата: 05.02.2015

Страниц: 105

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

Артикул: B49C25A52A6RU

Описание

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

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

К данному бизнес-плану прилагается автоматизированная финансовая модель в формате Excel. Чтобы произвести перерасчеты под новый проект, достаточно просто изменить базовые показатели проекта. Финансовая модель построена таким образом, что изменение показателей эффективности проекта можно наблюдать сразу же после внесения изменений в существующий сценарий. Финансовая модель проста и удобна, что позволяет любому человеку успешно провести расчеты под собственный проект.

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: интеллидгент.рф, 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 АКССЕСУАРЫ 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 возрасти 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

Product name: Бизнес-план интернет-магазина галстуков-бабочек (с финансовой моделью)

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/B49C25A52A6RU.html>

Цена: 21 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service:

info@marketpublishers.ru

Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page <https://marketpublishers.ru/r/B49C25A52A6RU.html>

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:
Фамилия:
Email:
Компания:
Адрес:
Город:
Zip code:
Страна:
Tel:
Факс:
Your message:

****All fields are required**

Customer signature _____

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at <https://marketpublishers.com/docs/terms.html>

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970