

# Бизнес-план розничного и оптового online шоу-рума женской одежды (с финансовой моделью)

<https://marketpublishers.ru/r/BC5A863EDCDERU.html>

Дата: 18.03.2020

Страниц: 71

Цена: 30 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: BC5A863EDCDERU

## Описание

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

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных

Идея проекта: организация деятельности розничного и оптового online шоу-рума женской одежды.

Рыночная ситуация:

1. Российский рынок одежды в 2018 году составил \*\*\* млрд. руб., на online сегмент приходится \*\*\*%.
2. В структуре fashion-рынка по ценовым сегментам в 2018 году \*\*\*% приходится на низкий ценовой сегмент, \*\*\*% на средний ценовой сегмент и \*\*\*% – на высокий.
3. В online-магазинах одежды было оформлено \*\*\* млн. заказов на сумму \*\*\* млрд. руб.
4. Популярными вариантами доставки в сегменте одежды и обуви являются доставка «до двери» на дом или в офис и самовывоз.
5. Москвичи в среднем совершают покупку одежды в в online-магазинах – \*\*\* раза в квартал, а средний чек составляет \*\*\* руб.
6. Объем потенциального рынка проекта составит:

розничный online-магазин – \*\*\* покупок/год;

оптовый online-магазин – \*\*\* покупок/год.

## Выдержки из исследования

### Основные показатели fashion-рынка

Согласно расчетам FCG, объем российского fashion-рынка (одежда, обувь и аксессуары) составил \*\*\* млрд. руб. На рынок одежды в 2018 году пришлось \*\*\* млрд. руб., что на \*\*\*% выше показателя 2017 года и на \*\*\*% выше уровня 2015 года.

Объем online-сегмента fashion-рынка в 2018 году составил \*\*\* млрд. руб. Прирост online-сегмента по итогам 2018 года составил порядка +\*\*\*%. От всего рынка online-торговли – fashion сегмент занимает около четверти на локальном рынке и около трети – на трансграничном. Основными драйверами роста являются крупные маркетплейсы, в частности, компания Wildberries.

Самая большая категория покупок внутри online-сегмента – одежда. Эта категория составляет более \*\*\*% (\*\*\* млрд. руб.).

В структуре fashion-рынка по ценовым сегментам в 2018 году \*\*\*% приходится на низкий ценовой сегмент. В 2016 году низкий ценовой сегмент вырос на \*\*\*% за счет сокращения среднего ценового сегмента.

Торговые марки эконом сегмента составляют от \*\*\* до \*\*\*% в общем списке представленных брендов по городам России. На торговые марки среднего сегмента приходится \*\*\*%. Люксовые монобренды представлены только в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. В других городах представленность ограничивается мультибрендовыми магазинами.

### Online-рынок одежды

Согласно отчету Data Insight, в России насчитывается около \*\*\* интернет-магазинов одежды и обуви с уровнем продаж не менее 1 заказа в сутки. \*\*\*% зарегистрированы в Москве и Московской области, \*\*\*% в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, остальные \*\*\*% распределились между другими городами России.

Наибольшую долю (\*\*\*%) составляют магазины широкого профиля, а на магазины, которые продают только одежду приходится \*\*\*%. При этом на магазины одежды приходится только \*\*\*% от общего количества онлайн-заказов и \*\*\*% объема продаж.

За период июль 2018 г. – июнь 2019 г. в интернет-магазинах одежды и обуви, было оформлено \*\*\* млн. заказов на сумму \*\*\* млрд. руб.

Таким образом, в магазинах одежды было оформлено \*\*\* млн. заказов на сумму \*\*\* млрд. руб.

Популярными вариантами доставки в сегменте одежды и обуви являются доставка «до двери» на дом или в офис и самовывоз. Особенностью крупных магазинов является опция бесплатной примерки – как на дому, так и в примерочных магазинов, и возврата не подошедшего товара. Некоторые магазины запускают собственные курьерские службы.

На российском рынке также есть несколько крупных оптовиков, у которых есть свои монобрендовые online-шоу-румы:

Antiga;

Endea;

КАЛЯЕВ;

1001 Платье.

#### Потребительская активность

Согласно исследования Deloitte, в online-магазинах покупают одежду \*\*\*% россиян (москвичи – \*\*\*%). Средняя покупка составляет \*\*\* руб., что на \*\*\* руб. дешевле, чем в offline-магазинах. В среднем россияне совершают две покупки в квартал. Москвичи в среднем совершают покупку одежды в online-магазинах \*\*\* раза в квартал, а средний чек составляет \*\*\* руб.

Жители с высоким уровнем доходов тратят на покупку в среднем \*\*\* руб. и совершают в среднем \*\*\* покупки в квартал.

#### Портрет типичного покупателя одежды:

Женщина

18-45 лет

Работает

Материальное положение не ниже среднего сегмента

Почти каждый третий россиянин (\*\*\*) покупает преимущественно одежду одно или нескольких любимых брендов. Для (%) россиян конкретные бренды не имеют определяющего значения, но им важно, чтобы бренд был известным. В тоже время для (%) россиян бренды не имеют значения и они готовы приобрести одежду неизвестных брендов. Среди жителей Москвы значительно выше доля (%) тех, кто покупает вещи преимущественно одного или нескольких брендов.

Объем потенциального рынка

В разделе будет рассчитан объем потенциального рынка проекта по 2-м направлениям:

розничный online-магазин;

оптовый online-магазин.

Для определения целевой аудитории розничного и оптового online-магазинов были использованы данные сервиса \*\*\*, который является мощным инструментом для всестороннего анализа сайтов конкурентов. \*\*\* – это онлайн сервис, который позволяет анализировать Интернет-трафик в разрезе регионов и тематик, определять основных игроков в той или иной сфере деятельности, а также каналы их продвижения. В рамках анализа было отобрано 5 шоу-румов, которые имеют розничный online-магазин и 4 оптовых монобрендовых онлайн-шоу-рума.

На основе представленных данных произведем расчет потенциального рынка проекта.

Объем потенциального рынка проекта составит:

розничный online-магазин – \*\*\* покупок/год;

оптовый online-магазин – \*\*\* покупок/год.

## Содержание

### РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

### РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

### РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

- 2.1. Основные показатели fashion-рынка
- 2.2. Online-рынок одежды
- 2.3. Потребительская активность
- 2.4. Объем потенциального рынка

Выводы

### РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

### РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

- 4.1. Эффективность маркетинговых инструментов
- 4.2. Каналы привлечения клиентов

### РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Персонал

### РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 6.1. Допущения, принятые для расчетов
- 6.2. Маркетинг
- 6.3. Сезонность
- 6.4. Цены
- 6.5. Объемы реализации
- 6.6. Выручка
- 6.7. Персонал
- 6.8. Затраты
- 6.9. Налоги
- 6.10. СОК
- 6.11. Инвестиции
- 6.12. Капитальные вложения

- 6.13. Отчет о прибыли и убытках
- 6.14. Отчет о движении денежных средств
- 6.15. Баланс
- 6.16. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.17. Показатели экономической эффективности

## **РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА**

- 7.1. Анализ чувствительности
- 7.2. Анализ безубыточности

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

### **ИЛЛЮСТРАЦИИ**

Диаграмма 1. Объем рынка одежды, Россия, 2015-2018 гг., млрд. руб.

Диаграмма 2. Структура рынка одежды, Россия, 2018 г., %

Диаграмма 3. Структура fashion-рынка по ценовым сегментам, Россия, 2015-2018 гг., %

Диаграмма 4. Структура online-сегмента fashion-рынка по специализации магазинов, Россия, %

Диаграмма 5. Доля интернет-магазинов, которые используют различные способы доставки, Россия, %

Диаграмма 6. Диапазон цен в категории «Топы и блузы», руб./ед.

Диаграмма 7. Диапазон цен в категории «Брюки», руб./ед.

Диаграмма 8. Диапазон цен в категории «Платье», руб./ед.

Диаграмма 9. Структура маркетинговых инструментов для онлайн-продвижения с учетом их эффективности, %

Диаграмма 10. Прогноз посещаемости согласно онлайн-калькулятора

## Таблицы

### ТАБЛИЦЫ

- Таблица 1. Топ-10 городов по присутствию международных брендов, Россия, 2018 г.
- Таблица 2. Профили оптовых монобрендовых online-шоу-румов
- Таблица 3. Потребительская активность при покупке одежды, Россия
- Таблица 4. Количество посетителей сайтов розничных online-шоу-румов
- Таблица 5. Количество посетителей сайтов оптовых online-шоу-румов
- Таблица 6. Расчет объема потенциального рынка розничного online-магазина
- Таблица 7. Расчет объема потенциального рынка оптового online-магазина
- Таблица 8. Профили конкурентных проектов
- Таблица 9. Профиль 12Storeez
- Таблица 10. Профиль OLYAEGOROVA
- Таблица 11. Профиль O.N.I. Collection
- Таблица 12. Профиль GOG S
- Таблица 13. Профиль IL Papavero
- Таблица 14. Профиль Vassa&Co
- Таблица 15. Профиль Peperoncino
- Таблица 16. Маркетинговые инструменты online-магазинов
- Таблица 17. Распределение количества заказов по каналам привлечения клиентов
- Таблица 18. Исходные параметры, принятые для расчета бюджета на SEO-продвижение
- Таблица 19. Бюджет на SEO-продвижение согласно онлайн-калькулятора
- Таблица 20. Бюджет на SEO-продвижение для привлечения 178 клиентов
- Таблица 21. Средние значения показателей при объеме трафика
- Таблица 22. Бюджет на ключевые слова для привлечения клиентов
- Таблица 23. Бюджет на рекламу в социальных сетях YouTube и Instagram
- Таблица 24. Рекомендуемый бюджет на маркетинговые инициативы
- Таблица 25. Штат персонала

## Оформление заказа

Название: Бизнес-план розничного и оптового online шоу-рума женской одежды (с финансовой моделью)

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/BC5A863EDCDERU.html>

Цена: 30 000 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/BC5A863EDCDERU.html>