

# Бизнес-план розничного и оптового online шоу-рума женской одежды

<https://marketpublishers.ru/r/BE3E6B24745ERU.html>

Дата: 18.03.2020

Страниц: 71

Цена: 25 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: BE3E6B24745ERU

## Описание

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

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 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 расчетов 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 полюбившихся 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, %

## 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 покупки 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

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/BE3E6B24745ERU.html>

Цена: 25 000 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/BE3E6B24745ERU.html>