

Бизнес-план шоу-рума женской одежды

<https://marketpublishers.ru/r/BA7F83F0B7AARU.html>

Дата: 17.03.2020

Страниц: 61

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

Артикул: BA7F83F0B7AARU

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: открытие шоу-рума женской одежды в г. Москва.

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. Москвичи в среднем совершают покупку одежды в offline-магазинах *** раза и каждая обходится в среднем около *** руб.
4. Объем потенциального рынка проекта составит:

действующий шоу-рум – *** покупок/год;

шоу-рум, планирующийся к открытию – *** 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.

Потребительская активность

Согласно исследования Deloitte, ***% россиян приобретают одежду в offline-магазинах. В среднем россияне совершают такую покупку около *** раз в течении квартала и каждая обходится в среднем около *** руб. Москвичи в среднем совершают покупку одежды *** раза и каждая обходится в среднем около *** руб.

Жители с высоким уровнем доходов тратят на покупку в среднем *** руб. и совершают в среднем *** покупки в квартал. Тогда как с низким уровнем доходов – около *** руб. и *** раза 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.

Объем потенциального рынка проекта составит:

действующий шоу-рум – * purchases/year;

шоу-рум, планирующийся к открытию – * purchases/year.

Содержание

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

2.1. Основные показатели fashion-рынка

2.2. Потребительская активность

2.3. 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. Сезонность

6.3. Цены

6.4. Объемы реализации

6.5. Выручка

6.6. Персонал

6.7. Затраты

6.8. Налоги

6.9. СОК

6.10. Инвестиции

6.11. Капитальные вложения

6.12. Отчет о прибыли и убытках

6.13. Отчет о движении денежных средств

6.14. Баланс

6.15. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC

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

Диаграмма 5. Диапазон цен в категории «Брюки», руб./ед.

Диаграмма 6. Диапазон цен в категории «Платье», руб./ед.

Диаграмма 7. Структура маркетинговых инструментов для онлайн-продвижения с учетом их эффективности, %

Диаграмма 8. Прогноз посещаемости согласно онлайн-калькулятора

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Топ-10 городов по присутствию международных брендов, Россия, 2018 г.

Таблица 2. Потребительская активность при покупке одежды, Россия

Таблица 3. Расчет объема потенциального рынка offline-магазинов

Таблица 4. Профили конкурентных проектов

Таблица 5. Профиль 12Storeez

Таблица 6. Профиль OLYAEGOROVA

Таблица 7. Профиль O.N.I. Collection

Таблица 8. Профиль GOG S

Таблица 9. Профиль IL Papavero

Таблица 10. Профиль Vassa&Co

Таблица 11. Профиль Reperoncino

Таблица 12. Маркетинговые инструменты online-магазинов

Таблица 13. Распределение количества заказов по каналам привлечения клиентов

Таблица 14. Исходные параметры, принятые для расчета бюджета на SEO-продвижение

Таблица 15. Бюджет на SEO-продвижение согласно онлайн-калькулятора

Таблица 16. Бюджет на SEO-продвижение для привлечения 178 клиентов

Таблица 17. Средние значения показателей при объеме трафика

Таблица 18. Бюджет на ключевые слова для привлечения клиентов

Таблица 19. Бюджет на рекламу в социальных сетях YouTube и Instagram

Таблица 20. Рекомендуемый бюджет на маркетинговые инициативы

Таблица 21. Штат персонала

Оформление заказа

Название: Бизнес-план шоу-рума женской одежды

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/BA7F83F0B7AARU.html>

Цена: 25 000 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/BA7F83F0B7AARU.html>