

Бизнес-план издательства бортового журнала "SKY"

<https://marketpublishers.ru/r/I427A40B321RU.html>

Дата: 15.11.2018

Страниц: 59

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

Артикул: I427A40B321RU

Описание

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

Идея проекта: запуск издательства бортового журнала «SKY». Бортовой журнал «SKY» – это современный life style журнал, рассчитанный на премиальный сегмент. Основное содержание связано с бизнес-авиацией, с людьми, достигшими высочайших успехов в личном и профессиональном плане, а также с премиум-товарами. За счет эксклюзивных материалов издание будет интересно самой премиальной аудитории.

Периодичность 12 раз в год.

Объем более 112 полос.

Тираж: 50 000 экземпляров в месяц.

География распространения: журнал будет распространяться во всех ЗОЛД, VIP- и бизнес-залах российских авиакомпаний, вылетающих из Шереметьево, Домодедово, Внуково, Пулково. Кроме того, журнал будет присутствовать во всех терминалах частной авиации и на бортах бизнес-джетов, вылетающих из бизнес-терминала Внуково-3. Бортовой журнал «SKY» также будет присутствовать в терминалах и бизнес-залах.

Рыночная ситуация:

1. В настоящее время журналы активно развивают свои сайты, привлекают туда рекламу, создают читательские сообщества в социальных сетях, осваивают мессенджеры, мобильные коммуникации, электронную подписку, организуют интернет-продажи модных товаров и

аксессуаров, проводят мероприятия и пр. Онлайн-составляющая журнального бренда (приложение, сайт, социальные медиа) даёт высокий уровень взаимодействия с пользователем и лучший эмоциональный резонанс по сравнению с сайтами в целом.

2. Сейчас доля журналов составляет ***% от всего рынка рекламы в центральной прессе России. ***% доходов от рекламы составляют ежемесячные журналы. Шесть из десяти крупнейших тематических ниш периодических печатных изданий по итогам 2017 года продемонстрировали рост рекламных бюджетов, наиболее заметным он был у бортовых журналов (+***%).

3. Ядро аудитории проекта – мужчины и женщины в возрасте *** лет. ***% – мужчины, *** % – женщины. Образование – высшее, знание языков, много путешествуют, семья, спорт, хобби связано с искусством или интеллектуальными занятиями, благотворительность, свободно пользуются новейшими гаджетами. Целевая аудитория проекта составила *** чел.

Конкурентное окружение:

Основными конкурентами проекта являются бортовые журналы, которые распространяются в бизнес-классах и VIP-залах ожидания: «***», «***», «***», «***».

Выдержки из исследования

Журнальный рынок России

По состоянию на 01.01.2018 г. число зарегистрированных в России журналов составило *** наименований, что почти на ***% больше количества зарегистрированных газет. Кроме того, в стране издаётся ещё *** сборников и *** альманаха. Журнальный рынок России цифровая революция также не обошла стороной и термины «мультимедийность» и «мультиформатность». В настоящее время журналы активно развивают свои сайты, привлекают туда рекламу, создают читательские сообщества в социальных сетях, осваивают мессенджеры, мобильные коммуникации, электронную подписку, организуют интернет-продажи модных товаров и аксессуаров, проводят мероприятия и пр. Онлайн-составляющая журнального бренда (приложение, сайт, социальные медиа) даёт высокий уровень взаимодействия с пользователем и лучший эмоциональный резонанс по сравнению с сайтами в целом.

Анализ современных читательских предпочтений позволяет сделать вывод, что интересы читателей журналов стали более сфокусированными, а их выбор – более точечным и

предопределённым заранее. В такой ситуации выигрывают издания с узнаваемым брендом, лидирующие в своих тематических нишах. Причём наибольший прирост читательской аудитории обеспечивает самая экономически активная часть аудитории в возрасте от 25 до 45 лет, имеющая доход выше среднего.

Диаграмма 1. Издательские дома по суммарной аудитории журналов, Россия, 2017 г., тыс. чел.

В 2017 году в сегментах спортивных и детских журналов увеличился объём читательской аудитории на ***% в обоих случаях. Аудитории прочих журнальных сегментов оставались более-менее стабильными. При этом общее снижение аудитории российских журналов за последние два года в среднем колебалось в пределах ***%. Исключением стал лишь сегмент «кулинария», потерявший 20% аудитории. Это связано с тем, что и сами такие журналы, и их аудитории активно «перетекают» в digital формат.

Всемирно известные модные журналы («Vogue», «Harper's Bazaar», «Vanity Fair» и др.) в настоящее время стали усиленно развивать свои сайты, запускают собственные интернет-магазины. По данным британской Ассоциации рекламодателей, рекламная выручка гламурных журналов снизилась в Великобритании за 2016 год на ***% до £*** млн. Прогноз агентства «Zenith Media» на 2017 год по британскому рынку исходит из того, что реклама предметов роскоши в стране вырастет с \$*** млн. до \$*** млн., но расходы на рекламу в гляцевых журналах уменьшатся с \$*** млн. до \$*** млн.

Впечатляющие темпы роста цифрового бизнеса в 2017 году продемонстрировала и ГК «Hearst Shkulev Group» (HSG), трафик интернет проектов которой, включающих в себя сеть женских интернет-порталов «Women's Network», сеть мужских ресурсов «Men's Network» и сеть городских интернет-порталов «Regional Network», стабильно рос и к концу 2017 г. достиг показателя в более чем *** млн. посетителей ежемесячно.

Диаграмма 2. Сайты общероссийских журналов по индексу цитируемости в социальных медиа, 2017 г., кол-во гиперссылок

Медиагруппа «АСМГ» – издатель журналов «Forbes», «Geo», «L'officiel», «SNC», «OK!», «Numero» и других – в рамках развития digital-проектов в декабре 2017 г. запустила мобильное приложение, в котором объединены все новые номера журналов, архивы

предыдущих выпусков и статьи в режиме онлайн с веб-сайтов: «forbes.ru», «sncmedia.ru», «okmagazine.ru», «lofficialrussia.ru», «rdh.ru» и «trendspace.ru». Свежие выпуски журналов появляются в приложении одновременно с поступлением в продажу печатных аналогов. О выходе нового номера пользователь узнает с помощью push-уведомления. Стоимость безлимитного доступа к журналам и архивам сравнима с ценой одного глянцевого журнала в печатном виде. Приложение доступно для скачивания в «Apple Store» и «Google Play».

Реклама в печатной прессе

Объем медийной рекламы в российских средствах её распространения за 2017 год увеличился на ***% и составил *** млрд руб. Падение показал только сегмент печатной прессы, рекламные доходы которого за 2017 год сократились на **%, в том числе, в газетах на **% и в журналах – на **%. Структуру рекламы в средствах ее распространения представим ниже на диаграмме.

Диаграмма 3. Структура рекламы в средствах её распространения, 2017 г., %

Наибольшую долю в структуре рекламы занимают телевиденье (**%) и интернет (**%). В общем медиамиксе России за 2017 год доля печати составила около **% против **% с небольшим годом ранее.

Сейчас доля журналов составляет **% от всего рынка рекламы в центральной прессе России. Среди них лидирует сегмент «Женские журналы», с долей доходов от рекламы за 2017 год в **%, **% из которых приносит товарная категория «Одежда, обувь, аксессуары».

Ассоциация коммуникативных агентств России (АКАР) оценивает сокращение рекламного рынка в журнальной прессе страны за 2017 год в **%, против **% годом ранее. Структуру рекламы в печатных изданиях рассмотрим ниже в таблице.

Таблица 1. Объём рынка рекламы в сегменте печатной прессы, Россия, 2017 г.

Как видно из диаграммы ниже, динамика рекламных бюджетов для газет и журналов Центральной прессы в 2017 году была различной: **% и **% к 2016 году соответственно. При этом рекламные доходы ежедневных газет и ежемесячных журналов остались на

уровне прошлого года, а падение затронуло главным образом «еженедельники»: газеты такого типа потеряли ***% рекламных бюджетов, а журналы – ***%.

Диаграмма 4. Доходы от рекламы отдельных типов изданий центральной прессы, Россия, 2016-2017 гг., млн. руб.

Таким образом, ***% доходов от рекламы составляют ежемесячные журналы.

Диаграмма 5. Доли различных типов изданий центральной прессы по доходам от рекламы, Россия, 2017 г., %

Как видно из таблицы ниже, шесть из десяти крупнейших тематических ниш периодических печатных изданий по итогам 2017 года продемонстрировали рост рекламных бюджетов, наиболее заметным он был у бортовых журналов (+***%), ежедневных качественных газет (+***%), изданий о кино и знаменитостях (+***%). В лидирующей нише «Женские журналы» рекламные бюджеты выросли на ***%. А более всего среди ТОП-10 тематических ниш изданий упали рекламные бюджеты еженедельных массовых газет и ТВ-гидов (-***% каждая). Для ниш, находящихся за пределами ТОП-10 суммарное падение бюджетов составило ***%..

Таблица 2. ТОП-10 тематических ниш изданий по объему рекламных бюджетов в центральной прессы, Россия, 2016-2017 гг., млрд. руб.

По данным компания «Mediascope», больше всего рекламы потеряли журналы об электронике (-***%), для родителей (-***%), ТВ-гиды и издания о звёздах (-***% каждый из тематических сегментов), интерьерные журналы (-***%), т.е. сегменты, которые наиболее активно развиваются в интернете. В плюсе по рекламным доходам оказались женские издания и автожурналы (+***% в обоих случаях), бизнес-новости (+***%) и журналы о путешествиях (+***%). Но самый большой рост показали спортивные, кроссвордные и бортовые журналы (+***%, +***% и +***%).

Целевая аудитория проекта

Ядро аудитории проекта – мужчины и женщины в возрасте *** лет. ***% – мужчины, ***% – женщины. Образование – высшее, знание языков, много путешествуют, семья, спорт, хобби связано с искусством или интеллектуальными занятиями, благотворительность, свободно пользуются новейшими гаджетами.

После открытия в сентябре 2016 г. аэропорта Жуковский к востоку от Москвы, столица РФ располагает четырьмя гражданскими аэропортами (Шереметьево, Домодедово, Внуково и Жуковский), способными перевозить более *** млн. пассажиров в год. На московские аэропорты традиционно приходится львиная доля внутренних и международных перевозок страны.

Традиционно, первое и второе место по пассажироперевозкам делят между собой Шереметьево (за первое полугодие 2017 г. перевезено *** миллионов, или ***% от общего пассажиропотока столицы) и Домодедово (количество перевезенных за тот же период – *** миллионов, или **%), а доля Внуково, хотя и плавно растет в последние годы, пока держится в пределах ***% (*** миллионов).

Таблица 3. Средний пассажиропоток в месяц по аэропортам Москвы, чел.

Так как ядром целевой аудитории проекта являются пассажиры бизнес-класса, рассмотрим портрет пассажира бизнес-класса: ***% женщины, **% мужчины. Возраст пассажиров:

15-25 лет – ***%

26-34 года – ***%

35 – 44 года – ***%

45-54 года – ***%

55-64 года – ***%

старше 65 лет – ***%

Таблица 4. Расчет целевой аудитории бортового журнала «Sky»

Содержание

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, РИСУНКОВ

Резюме проекта

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Описание проекта
- 1.2. Рекламные возможности

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

- 2.1. Журнальный рынок России
 - 2.2. Реклама в печатной прессе
 - 2.3. Целевая аудитория проекта
- ВЫВОД по результатам анализа рынка

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

- 4.1. Сайт
- 4.2. Основные каналы продвижения

РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Офис и оборудование
- 5.2. 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. Инвестиции
 - 6.10. Капитальные вложения
 - 6.11. Амортизация
 - 6.12. Отчет о прибыли и убытках
 - 6.13. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
 - 6.14. Отчет о движении денежных средств
 - 6.15. Показатели экономической эффективности
 - 7.1. Анализ чувствительности
 - 7.2. Анализ безубыточности
- ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»**

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Издательские дома по суммарной аудитории журналов, Россия, 2017 г., тыс. чел.

Диаграмма 2. Сайты общероссийских журналов по индексу цитируемости в социальных медиа, 2017 г., кол-во гиперссылок

Диаграмма 3. Структура рекламы в средствах её распространения, 2017 г., %

Диаграмма 4. Доходы от рекламы отдельных типов изданий центральной прессы, Россия, 2016-2017 гг., млн. руб.

Диаграмма 5. Доли различных типов изданий центральной прессы по доходам от рекламы, Россия, 2017 г., %

Диаграмма 6. Стратегическая конкурентная канва по ценовому параметру (2-й разворот), руб.

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1 Обязательные рубрики «SKY»

Таблица 2. Прайс-лист на размещение рекламы в бортовом журнале «SKY»

Таблица 3. Прайс-лист на размещение рекламы на сайте «SKY»

Таблица 4. Объем рынка рекламы в сегменте печатной прессы, Россия, 2017 г.

Таблица 5. ТОП-10 тематических ниш изданий по объему рекламных бюджетов в центральной прессе, Россия, 2016-2017 гг., млрд руб.

Таблица 6. Средний пассажиропоток в месяц по аэропортам Москвы, чел.

Таблица 7. Расчет целевой аудитории бортового журнала «Sky»

Таблица 8. Профиль конкурентного проекта «Аэрофлот Premium»

Таблица 9. Профиль конкурентного проекта «Аэрофлот Style»

Таблица 10. Профиль конкурентного проекта «S7»

Таблица 11. Профиль конкурентного проекта «AEROFLOT WORLD»

Таблица 12. Стратегическая конкурентная канва по неценовым параметрам

Таблица 13. Инструменты продвижения бортового журнала «Sky»

Таблица 14. Оборудование

Таблица 15. Штатное расписание

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план издательства бортового журнала "SKY"

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/I427A40B321RU.html>

Цена: 25 000 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/I427A40B321RU.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