

Бизнес-план онлайн-сервиса ANYPLACE: сайт и мобильное приложения (с финансовой моделью)

<https://marketpublishers.ru/r/OB0FE919CEFRU.html>

Дата: 17.09.2017

Страниц: 92

Цена: 35 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: OB0FE919CEFRU

Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России и СНГ.

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле

в 3 альтернативных сценариях, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных.

Описание проекта

Суть и идея: вывод на рынок продукта-сервиса: сайт + мобильные приложения

Название проекта и приложений: AnyPlace.

Платформы: Android, iOS.

Инициатор: ООО *** (специализация: разработка мобильных приложений).

Концепция сервиса: реализация возможности для пользователя приложения найти интересующие места в непосредственной близости от его местонахождения (кафе, гостиницы, банкомат, выставки и т.д.).

География реализации: Россия.

Отрасль: согласно результатам, полученным в процессе анализа рынка, были выявлены

следующие благоприятные тенденции, оказывающие влияние на выход проекта на рынок и его дальнейшее развитие:

стремительный рост численности приложений ввиду их популярности;

широкая нишевая и категорийная принадлежность сервиса-приложения AnyPlace: приложение рассчитано на широкую аудиторию и относится к наиболее популярным категориям мобильных приложений (карты/навигация/поиск); помимо этой категории приложение можно также отнести к категориям заведения/рестораны, шоппинг/ритейл, путешествия, еда/напитки;

функционал приложения AnyPlace полностью отвечает главному тренду 2017 года – вместе с доступностью и простотой использования GPS на современных мобильных устройствах сервисы на основе локации продолжают развиваться, предлагая актуальную информацию и акции на основе их местоположения;

несколько направлений монетизации проекта, что минимизирует риск недополучения прибыли;

рост рынка смартфонов и рост степени проникновения смартфонов на территории России (50%) как основополагающий фактор, дающий возможность использования AnyPlace;

увеличение базы конечных пользователей за счет активного использования интернета на мобильных устройствах даже в городах с численностью ниже 100 000 человек, что говорит о возможном расширении проекта, с охватом мельчайших географических территорий;

стремительный рост рынка мобильных приложений и готовность пользователей использовать платные функции по платным моделям;

высокая степень зависимости пользователей от использования приложений как фактора комфортной жизни: так, ***% россиян регулярно пользуются приложениями на телефоне;

быстрый рост категорий мобильных приложений (численность приложений внутри категорий)– от ***% до ***% в год;

потенциальная численность аудитории конечных пользователей составляет порядка

*** млн. человек (только города-миллионники), а база юрлиц может составить до
***компаний (аналогично, только миллионники).

Конкурентная среда:

Google Maps

Яндекс Навигатор

2ГИС <https://2gis.ru/> (ООО «ДубльГИС»), представленный как сайтом, так и
мобильным приложением

Tripadvisor <https://www.tripadvisor.ru> (TripAdvisor LLC), который аналогично
реализован в виде комплексного продукта.

Продвижение приложений:

продвижение через магазины приложений

продвижение приложений в обзорах

продвижение в социальных сетях

создание страницы приложения

CPA-биржи (CPI)

Продвижение сайта:

контекстная реклама

поисковое продвижение – SEO

Выдержки из исследования

Актуальность выбранного сегмента

В рамках настоящего проекта компанией-инициатором – ООО «***» – предполагается вывод на рынок продукта-сервиса под названием AnyPlace, главной целью которого выступает реализация возможности для пользователя найти интересующие места в непосредственной близости от его местонахождения (кафе, гостиницы, банкомат, выставки и т.д.).

Сервис AnyPlace будет реализован в 2 направлениях: сайт AnyPlace и мобильное приложение с аналогичным названием.

С развитием высоких технологий, позволяющих создавать персональные мобильные устройства и различные гаджеты, рынок получил мощнейший стимул к развитию. Полюбившиеся миллионам современные смартфоны люди носят с собой всегда и везде. Телефоны играют важную роль в повседневной работе: с их помощью читают файлы, заходят на почту, печатают документы при помощи сетевого принтера. В связи с изменениями, на рынке постепенно сформировался отдельный сегмент – мобильные приложения.

Сегодня специалистами в области информационных технологий разрабатываются мобильные приложения, которые позволяют решать огромное количество задач, например, создание 3D анимации. Некоторые служат для того чтобы устанавливать соединение с сетью. Другие помогают оптимизировать маршрут. Третьи предназначены для тех, кто ищет самые выгодные магазины или с помощью которых можно заказать еду на дом. В основу каждой из таких программ легли определенные утилиты, что в результате позволяет быстро решать поставленную задачу, экономить время и достигать максимально комфортного уровня жизни.

Все мобильные приложения условно можно поделить на приложения для рабочих целей (в том числе – корпоративные и бизнес) и на развлекательные приложения. Первые позволяют контролировать бизнес-процессы, составлять аналитическую отчетность, выполнять другие производственные задачи. Вторые включают в себя разнообразные игры, софт для просмотра фильмов и прослушивания музыки, средства для общения и т.д. Так, каждое из мобильных приложений находит своего потребителя.

Мобильное приложение (англ. «Mobile app») – программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах. Многие мобильные приложения предустановлены на самом устройстве или могут быть загружены на него из онлайн-магазинов приложений, таких как App Store, Google Play, BlackBerry App

World, 1mobile market, windows phone store, Яндекс.store и других, бесплатно или за плату. Именно App Store и Google Play являются базовыми магазинами для загрузки приложений, имеющими наибольшее число приложений, пользователей, загрузок и издателей, ежедневно размещающих свои продукты.

Так, для того чтобы оценить масштаб рынка мобильных приложений, можно привести некоторые цифры из статистики магазинов. Детальный анализ будет приведен в разделе 2 настоящего документа «Анализ рынка».

Таблица 1. Статистика крупнейших магазинов приложений App Store и Google Play (2016 г.)

Наиболее популярными категориями приложений, согласно официальной статистике, выступают категории:

игры;

бизнес;

образование;

образ/стиль жизни;

развлечения/досуг.

Диаграмма 1. Доли наиболее популярных категорий приложений в общем объеме всех приложений

Так, ввиду специфики AnyPlace, предлагаемое приложение может быть отнесено к последней категории, входящей в ТОП по популярности.

Дополнительным аргументом в пользу актуальности создаваемого проекта и приложения в частности является тот факт, что каждое заведение потенциально хотело бы иметь собственное мобильное приложение, но часто на пути становится вопрос экономической целесообразности и финансовых возможностей компании. При помощи AnyPlace у

заведений нет необходимости нести дополнительные финансовые затраты, просто регистрируя предприятие в AnyPlace и делясь с потенциальными пользователями информацией, напоминая о себе и т.д., охватывая самую широкую аудиторию.

Суть проекта: идея и функционал приложения AnyPlace

Как уже упоминалось выше, основное назначение сервиса AnyPlace в рамках настоящего проекта – реализация возможности для пользователя найти интересующие места в непосредственной близости от его местонахождения.

Так, согласно идее проекта, сервис AnyPlace функционально предполагает работу с двумя целевыми группами, а именно:

группа B2B – заведения/места, которые будут регистрироваться в системе AnyPlace;

группа B2C – конечные пользователи сайта/приложения, которые с помощью сервиса AnyPlace будут искать необходимую информацию о заведениях/местах.

Таким образом, архитектура сервиса также поделена на 2 составляющие: модули, предназначенные для юрлиц (компаний) и модули для конечного пользователя. При посещении сайта пользователь выбирает, в каком статусе и с какой целью он находится на сайте, а именно: пользователь или компания. При выборе статуса «Пользователь» появляется возможность бесплатного поиска интересующей информации, при выборе статуса «Юрлицо» – предлагается зарегистрировать компанию или войти в уже существующий аккаунт.

Монетизация

Электронный бизнес (e-business) – повышение эффективности бизнеса, основанное на использовании информационных технологий, для того чтобы обеспечить взаимодействие деловых партнеров и создать интегрированную цепочку добавленной стоимости.

Выделяют два основных класса систем для электронной коммерции:

Business-to-Business (B2B) – Бизнес-Бизнес: взаимодействие одного бизнеса с другим (организация поставок, обмен документацией, заказы, финансовые потоки, координация действий, совместные мероприятия). Решения для корпоративной электронной коммерции;

Business-to-Customer (B2C) – Бизнес-Потребитель: взаимодействие продавца и покупателя (приобретение клиентом товаров, услуги, получение консультаций, приобретение страховок и пр.)

Выделяют также модель Business-to-Business-to-Customer (B2B2C) – Бизнес-Бизнес-Потребитель, которая являет собой процесс интеграции систем класса B2B и B2C в единой платформе.

Так, в приложении AnyPlace инициаторами будет реализована именно модель Business-to-Business-to-Customer (B2B2C), что обосновано самим принципом действия сайта и приложения AnyPlace. Другими словами, проект AnyPlace как бизнес создает возможности для других бизнесов с целью коммерческого (рекламного, информационного) взаимодействия последних с конечными потребителями.

То есть схематично данная модель B2B2C применимо к AnyPlace может выглядеть следующим образом – рисунок ниже.

Диаграмма 2. Реализация модели B2B2C в проекте AnyPlace

Как видно из рисунка-схемы, AnyPlace не имеет прямого взаимодействия с конечными посетителями, создавая бизнес-благо только для среднего уровня участников цепи в указанной модели. То есть конечный пользователь, установив приложение AnyPlace, получает бесплатный доступ к базе данных – каталогу компаний, которые уже зарегистрированы в системе AnyPlace.

Исходя из вышесказанного, логичной и закономерной является сама модель монетизации AnyPlace: так, инициаторами проекта будет взиматься ежемесячная абонентская плата с компаний (мест), имеющих аккаунт/личный кабинет в рамках сервиса.

Размер абонентской платы составит *** рублей в месяц за 1 бизнес.

Помимо абонентской платы, инициаторами запланированы следующие направления по монетизации проекта:

Таким образом, прибыль проекта AnyPlace будет формироваться благодаря:

сбору ежемесячных платежей с компаний, зарегистрированных в системе;

размещению платных постов компаний;

отправке дополнительных платных push-уведомлений.

Рынок

Для рынка мобильных приложений, на котором функционирует проект AnyPlace, характерны несколько факторов, влияющих на активность и успешность участников рынка:

уровень проникновения интернета, в частности – использование интернета на мобильных устройствах

численность пользователей смартфонов;

динамика рынка мобильных приложений.

Так, в подразделах ниже будет рассмотрена динамика указанных факторов как основополагающих для потенциального развития проекта.

Согласно оценкам J'son & Partners Consulting, в 2016 году объем российского рынка смартфонов в натуральном выражении составил *** миллиона устройств. По сравнению с 2015 годом рынок вырос на ***, по сравнению с 2014 годом – на **%. Таким образом, можно сказать, что рынок смартфонов постепенно начинает восстанавливаться от последствий девальвации рубля, а пользователи начинают привыкать к новым реалиям и адаптироваться к новым ценам на устройства.

Диаграмма 3. Динамика численности продаж смартфонов, Россия, 2012-2016 гг., млн. ед.

Доля смартфонов в общих продажах мобильных терминалов (суммарных продаж мобильных телефонов и смартфонов) в 2016 году составила около **% в натуральном выражении, что на 5 п. п. выше, чем годом ранее.

В 2016 году каждый второй проданный смартфон поддерживал технологию высокоскоростного Интернета LTE. Продажи смартфонов с LTE-модулем выросли в 2016 году более чем в два раза по сравнению с 2015 годом. Основными драйверами роста рынка являются увеличение ассортимента LTE-устройств, снижение их средней стоимости, а

также выросший спрос на устройства среднего и премиального ценового сегмента.

Согласно статистике, в текущем 2017 году суммарное число пользователей смартфонов на территории России превысит *** млн. чел.

Диаграмма 4. Динамика численности владельцев смартфонов в России, 2015-2017 гг., млн. чел.

По данным исследования «Билайн», наибольшее проникновение смартфонов отмечается у представителей младшего поколения россиян: среди пользователей до 18 лет оно составляет ***%.

Среди россиян в возрасте 19-25 лет этот показатель достигает ***%, 26-35 лет – ***%, 36-45 лет ***%, 46-54 года – ***%, 55-64 года – ***%, а 64 года и старше – ***%.

Диаграмма 5. Использование смартфонов в разрезе возрастных групп, в % от общего числа владельцев мобильных устройств в каждой из возрастных групп

Прирост российской аудитории пользователей интернет на мобильных устройствах в 2016 году составил *** млн. человек. Сегодня *** млн. россиян в возрасте от 16 лет пользуются интернетом на мобильных устройствах – смартфонах и планшетах (***% от всей аудитории). При этом рост аудитории наблюдался только на смартфонах – с 37,2% в 2015 году до ***% по итогам 2016 года. Пользование интернет на планшетах практически не изменилось.

Диаграмма 6. Использование интернета на смартфоне (аудитория 16+), Россия, 2013-2016 гг., в % от всего числа пользователей смартфонов

Сегодня уже даже в небольших населенных пунктах России – селах и малых городах до 100 тыс. чел. – использование интернета на смартфонах достигает 38-40%. Следовательно, можно предположить, что степень проникновения будет расти и численность пользователей, которым доступны современные технологии, также планомерно будет увеличиваться, что говорит о потенциале проектов, связанных с мобильными технологиями

и мобильными приложениями в частности.

Диаграмма 7. Использование интернета на смартфоне в зависимости от величины населенного пункта, Россия, в % от общего числа пользователей

Можно ожидать, что в 2017 году рост аудитории мобильного интернета продолжится.

Рынок мобильных приложений

По прогнозу AppAnnie, мировые загрузки мобильных приложений по всем магазинам будут расти на ***% в годовом исчислении и в 2021 году достигнут *** млрд., а мировые расходы будут расти на 18% и в 2021 году достигнут \$***млрд.

Так, на конец 2016 года в крупнейших магазинах приложений Google Play и iOS App Store суммарно было опубликовано свыше *** млн. приложений – ***млн. и ***млн. соответственно. Только за прошедший 2016 год разработчиками были опубликованы ***млн. приложений в Google Play и ***млн. приложений – в App Store. Диаграмма наглядно иллюстрирует положительную динамику за период 2011-2016 гг., демонстрируя рост более чем втрое.

Диаграмма 8. Число загружаемых новых приложений, Google Play и iOS App Store, 2012-2016 гг., млн. ед./год

Наиболее быстрорастущими категориями приложений за 2016 год стали категория «шоппинг» для iOS (350%) и категории «музыка» и «фото» для Google Play (порядка ***% каждая).

Диаграмма 9. Годовой рост категорий приложений, iOS, 2016 г.

Диаграмма 10. Годовой рост категорий приложений, Android, 2016 г.

За 2016 год более *** разработчиков впервые опубликовали приложения в магазинах, ***% – доля Google Play. Так, численность новых игроков, каждый год появляющихся на рынке, растет быстрыми темпами: с 2012 года их количество увеличилось в 1,5-2 раза.

Диаграмма 11. Число новых разработчиков, 2012-2016 гг., тыс. новых разработчиков/год

Ситуация на российском рынке

В 2016 году Россия занимала первое место по количеству загрузок (Google Play&iOS App Store) среди стран Европы и *** среди всех стран мира, пропустив вперед США, Китай, Индию и Бразилию. К 2021 году Россия возглавит этот рейтинг в странах Европы: количество загрузок превысит 8 млрд. Общемировое число загрузок приложений за 2016 год составило *** млрд. скачиваний. При этом на долю Российской Федерации пришлось чуть более *** млрд. загрузок.

В 2016 году суммарная выручка Google Play & iOS App Store в России составила почти \$*** млн., к 2021 году показатель превысит \$*** млн.

В России даже пользователи с доходами ниже среднего чаще выбирают смартфон вместо компьютера, чтобы всегда оставаться на связи с миром. Исследования рынка показывают, что около половины всех пользователей мобильных телефонов загрузили приложения, а ***из них регулярно их используют.

Мобильные приложения увеличивают уровень клиентской лояльности (особенно в розничных продажах). Лояльные пользователи чаще скачивают мобильные приложения и тратят в них в *** раза больше времени, чем на мобильных версиях сайтов.

Так, согласно данным, в России среднее количество установок приложений на человека составляет *** единиц, при этом среднестатистический россиянин использует ***приложений в день, проводя в приложениях порядка ***часов ежедневно: так, согласно данным, общее число времени, проведенного в приложениях в 2016 году, составило ***млрд. часов. Таким образом, больше половины времени, затрачиваемого на использование смартфона, современный человек проводит именно в приложениях (всего телефон используется в среднем *** часа в сутки).

Среди самых скачиваемых приложений у российских пользователей лидируют ***. Компаниями-лидерами, чьи продукты скачивались активнее всего в 2016 году, были

Mail.Ru Group, ***. Лидером по доходам в России оказалось приложение ***. Далее идут приложение ***. Компания App Annie также оценила наиболее используемые среди россиян приложения. Среди владельцев устройств на операционной системе iOS это ***. Среди владельцев устройств на Android первые три позиции рейтинга занимают аналогичные продукты, далее следуют ***.

В разрезе популярности категорий – данные *** – наиболее популярной для российских пользователей категорией выступают игры (***%), на втором месте – погодные информеры (***%), на третьем – карты/навигация/поиск – ***%.

Диаграмма с детальными данными – ниже.

Помимо указанной категории, приложение AnyPlace можно также отнести к еще 4 категориям, которые выделены в перечне наиболее популярных:

Суммируя вышесказанное, важно отметить, что: ***

Потенциальная аудитория конечных пользователей (физлица)

С целью расчета максимальной численности потенциальных пользователей, которые могли бы установить приложение AnyPlace были выдвинуты некоторые гипотезы, исходя из специфики самого приложения, а также использованы данные выполненного ранее анализа рынка.

Итак, исходя из сути и назначения приложения AnyPlace, его потенциальным пользователем станут молодые люди (обоих полов), ведущие активный образ жизни, постоянно перемещающиеся как в рамках своего города, так и путешествующие по городам в туристических или бизнес-целях. Обязательным условием для использования приложения AnyPlace является наличие смартфона, на котором приложение может быть установлено, и подключения к сети интернет посредством мобильного устройства (вне зависимости от источника трафика: мобильный или Wi-Fi).

Следовательно, активными пользователями приложения выступят люди, имеющие смартфон, регулярно подключающиеся к интернету посредством него и активно использующие мобильные приложения.

Дополнительным допущением для расчета стал также фактор популярности центральной

категории, к которой может быть отнесено приложение AnyPlace, а именно – карты/поиск/навигация.

Так, инициаторами запланирован старт проекта, начиная с городов, население которых свыше 700 000 человек. Как следствие, для расчетов взяты города-миллионники России.

В таблице ниже приведены допущения и приведены значения показателей, что в конечном итоге позволяет оценить потенциальную численность пользователей приложения AnyPlace.

Таблица 2. Расчет потенциальной численности аудитории проекта (конечные пользователи, физлица)

Таким образом, при выходе проекта AnyPlace на рынок приложений в городах-миллионниках, потенциальная аудитория пользователей приложения составит порядка *** млн. человек.

Потенциальная аудитория конечных пользователей (компании/юрлица)

Ни для кого не секрет, что уровень проникновения мобильных устройств в нашу жизнь превысил отметку в ***%. Согласно данным исследования МАСМИ, ***% россиян пользуются смартфоном, даже сидя друг напротив друга в кафе. Естественно, такое интенсивное применение мобильных устройств подталкивает бизнес искать клиентов в сети. Подавляющее большинство уважающих себя компаний уже обзавелись страничками в Facebook, активно используют SMM и email-маркетинг для привлечения внимания к своей продукции. Однако эти методы не гарантируют 100-процентный охват пользователей мобильных устройств, а повышение лояльности к бренду зачастую настолько условно, что не стоит усилий.

В тоже время, согласно статистике, ***% российских граждан ищут информацию о товаре через приложения, а ***% просматривают цены и отзывы. Вместе с тем лишь немногие компании озаботились созданием собственного приложения. Это преимущественно банки, крупные компании (для галочки) и сайты электронной коммерции. В первую очередь приложения создаются, чтобы отгородить клиентов от конкурентной информации и сделать движение односторонним, вести прямо к покупке.

Таким образом, приложение AnyPlace решает основную проблему потенциальных пользователей сегмента B2B, а именно – предоставляет дополнительный канал для

коммуникации заведений с конечным потребителем без необходимости создания дорогостоящего собственного мобильного приложения.

Для расчета потенциальной базы клиентов были взяты 2 портала, которые составляют конкуренцию сервису AnyPlace – <https://www.tripadvisor.ru> и <https://2gis.ru>, которые являются одними из крупнейших каталогов, содержащих практически полную базу всех мест, заведений и компаний России и позволяют отсортировать выдачу согласно множеству фильтров.

Так, для расчетов (как и в случае с физлицами-пользователями) были взяты города-миллионники. По каждому из городов будет приведена численность компаний, которые потенциально могут быть заинтересованы в расширении собственной клиентской базы посредством AnyPlace. Все компании/места приводятся по категориям, так как указываемые категории будут отвечать категориям для поиска сервиса AnyPlace.

Снизу будет представлена сводная таблица. В категорию достопримечательности входят следующие основные категории: ***

Согласно данным, полученным в результате расчетов, совокупная численность базы (максимально) составит порядка ***компаний на стартовой территории проекта (города-миллионники).

Содержание

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, РИСУНКОВ

Резюме проекта

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Актуальность выбранного сегмента
- 1.2. Инициатор проекта
- 1.3. Суть проекта: идея и функционал приложения AnyPlace
 - 1.3.1. Функционал AnyPlace для компаний (юрлица)
 - 1.3.2. Функционал приложения AnyPlace для пользователей
- 1.4. Монетизация приложения AnyPlace

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

- 2.1. Динамика численности пользователей смартфонов и интернета
- 2.2. Рынок мобильных приложений
- 2.3. Потенциальная аудитория конечных пользователей (физлица)
- 2.4. Потенциальная аудитория конечных пользователей (компании/юрлица)

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

- 4.1. Продвижение приложения AnyPlace
 - 4.1.1. Внутренние методы продвиженияПродвижение через магазины приложений
- 4.2. Внешние методы продвижения
 - Продвижение приложений в обзорах
 - Продвижение в социальных сетях
 - Создание страницы приложения
 - CPA-биржи (CPI)
- 4.2. Продвижение сайта AnyPlace
 - 4.2.1. Контекстная реклама
 - 4.2.2. Поисковое продвижение – SEO

РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПЛАН

Бизнес-план онлайн-сервиса ANYPLACE: сайт и мобильное приложения (с финансовой моделью)

- 5.1. План персонала проекта
- 5.2. Техническая реализация
 - 5.2.1. Сайт для клиентов, системы управления для заведений и системы управления для админа на YП2
 - 5.2.2. Разработка мобильного приложения для iOS и Android
- 5.3. Этапы проекта (календарный план)

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 6.1. Условия и 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. Налогообложение
- 6.9. Инвестиции
- 6.10. Капитальные вложения
- 6.11. Отчет о прибыли и убытках
- 6.12. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC
- 6.13. Отчет о движении денежных средств
- 6.14. Метрики проекта
- 6.15. Анализ экономической эффективности проекта
- 6.16. Альтернативные сценарии реализации проекта

РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

- 7.1. Анализ чувствительности проекта
- 7.2. Анализ безубыточности

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план онлайн-сервиса ANYPLACE: сайт и мобильное приложения (с финансовой моделью)

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/OB0FE919CEFRU.html>

Цена: 35 000 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/OB0FE919CEFRU.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