+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Бизнес-план портала по инициации альтернативных обменных сделок с недвижимостью (с финансовой моделью)

https://marketpublishers.ru/r/P8CD2F3A0D9RU.html
Дата: 22.01.2019
Страниц: 73
Цена: 32 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: P8CD2F3A0D9RU

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: развитие рекламного информационного портала по инициации альтернативных обменных сделок с недвижимостью в Российской Федерации.

Рыночная ситуация:

Успех альтернативных сделок

Зависит от состояния цен на рынке вторичной недвижимости. Самым выгодным является период, когда цены на рынке стабильны и отсутствуют резкие колебания валюты

Общий объём рынка альтернативных сделок

***

Целевая аудитория проекта

*** чел.

Процент альтернативных сделок на вторичном рынке недвижимости

***%

Наибольший процент альтернативных сделок на рынке недвижимости по региону

***% в Московском регионе, где действуют завышенные цены и населению выгоднее обменять квартиру, нежели рисковать потерять часть денег из-за возможных колебаний валют во время поиска нового жилья или же на выплату процентов по кредиту

Главный стимул для инвестирования людей в недвижимость в 2018-2019 гг.

Уровень инфляции, который по данным «Росстата» в 2019 году составит около 3% , может стать стимулом для инвестирования людей в недвижимость, и если на первичном рынке цены сразу же пересчитываются, то на рынке вторичного жилья тенденции предыдущих лет сохраняются дольше, а значит и цены остаются более выгодными с точки зрения покупателя

Сезонность

Высоким спросом альтернативные сделки пользуются в весенний и осенний периоды. Стагнация наблюдается в зимний и летний периоды

Главные тенденции

В 2019 году прогнозируется осуществление «отложенного спроса» на рынке вторичного жилья, ***% от которого приходится на альтернативные сделки

Конкурентное окружение:

Основные конкурентные сервисы: «***»,«***»,«***». Отличие этих сервисов от рекламного информационного портала в том, что они не делают акцент на альтернативных сделках, а являются платформами для подачи объявлений о продаже недвижимости.

Выдержки из исследования

Рынок альтернативных сделок

Сегодня альтернативная сделка – один из самых популярных видов сделок на вторичном рынке недвижимости. Согласно статистике, ***% сделок с квартирами – альтернативные («ГОРБЮРО недвижимости»), поэтому они считаются самым популярным механизмом решения проблемы с жильём в России.

Подобные тенденции присутствуют на рынке всегда (есть люди желающие съехаться, мечтающие о более просторном жилье, или, те, кто в силу обстоятельств вынужден искать себе квартиру с меньшей площадью ради доплаты). Высокий процент таких сделок на рынке вторичного жилья вызван тем, что участник не обязан выплачивать сразу полную сумму. Владелец может сперва продать жилье, а на средства, вырученные от продажи, сразу купить новую квартиру. Собственные накопления в таком случае задействуются только в качестве доплаты для улучшения жилищных условий, но в ***% таких случаев используются заемные средства (это осложняет проведение сделки).

На 2019 год прогнозируется осуществление «отложенного спроса» на рынке вторичного жилья. Общий объём «накопленного» спроса на вторичном рынке недвижимости городов-миллионников (с 2015 года) сегодня составляет ***% («Инком») потребности граждан в решении жилищных вопросов. ***% от этого «отложенного спроса» составляют альтернативные сделки (продавцы, которые за прошедшие годы не смогли продать свою недвижимость, чтобы купить новую квартиру).

В то же время, найти информацию о точном количестве альтернативных сделок невозможно, потому, что главная доля продаж названых в начале «свободными», на самом деле, оказываются «альтернативами». При условиях высокой конкуренции между продавцами и недостаточного спроса многие собственники специально искажают сведения об объекте продажи, таким образом пытаясь обратить на него внимание потенциальных покупателей. Ниже представлена сравнительная таблица количества и доли заявленных продавцами альтернативных и свободных продаж в Москве.

Таблица 1. Количество и доля заявленных продавцами альтернативных и свободных продаж, Москва, 2014-2017 гг.

****

Факторы влияния на успех альтернативных сделок

Успех альтернативных сделок зависит, в первую очередь, от ситуации на рынке недвижимости. Ниже в таблице представлены основные ценовые факторы рынка

недвижимости и их влияние на успех альтернативных сделок.

Таблица 2. Факторы влияния на успех альтернативных сделок

****

Целевая аудитория проекта

Рекламный информационный портал предназначен как для людей продающих или покупающих недвижимость для собственного пользования, так и для агентств или риелторов, поэтому основной аудиторией по проекту являются:

B2B: на конец 2017 года в России численность риелторов составила порядка *** тыс. и ещё примерно *** тыс. человек, которые занимаются этим не официально. Согласно тенденциям 2018 года и прогнозам на 2019 год к началу 2020 года количество риэлторов будет составлять не более *** тыс. человек.

B2C: в отличии от целевой аудитории рынка первичной недвижимости, где классифицировать и описать потребительские портреты потенциальных клиентов довольно сложно (ведь купить квартиру в новостройке может каждый, кому больше 18 лет и позволяет финансовое положение), на рынке «вторички», а точнее альтернативных сделок, можно более точно проследить сегментацию среди людей, заключающих договора (в большинстве случаев это люди, которые заинтересованы в продаже собственного и приобритении нового жилья как можно быстрее и менее затратно), поэтому классификация аудитории будет выглядеть следующим образом:

одинокий молодой человек (мужчина или женщина), который хочет жить отдельно от родителей;

молодая семья с детьми, младшему из которых меньше 6 лет;

молодая семья с детьми, младшему из которых больше 6 лет;

пожилые супруги (старше 45 лет) с детьми;

пожилые супруги, дети которых уже покинули родной дом;

одинокий пожилой человек (мужчина или женщина), зачастую вдовец или вдова.

По итогам 2017 года на вторичном рынке недвижимости объем предложения по большинству региональных центров составляет от *** до ***квартир. Без учёта Санкт-Петербурга и Москвы, в России 83 региональных центра, это *** предложений на рынке.

Согласно данных «Росстат» на одного жителя в среднем приходится *** кв. м, таким образом, учитывая, что средняя цена на рынке вторичного жилья составляет *** тыс. руб./кв. м *, объем рынка в денежном выражении составит *** тыс. млрд. руб.

Поскольку количество альтернативных сделок на рынке вторичного жилья составляет ***%, то количество альтернативных сделок составит ***.

Таблица 3. Расчёт целевой аудитории

***

Анализ поисковых запросов

WordStat Yandex

Ссылаясь на WordStat Yandex можно проследить тенденцию повышения интереса людей к альтернативным сделкам.

Согласно статистике (которая приведена ниже), заметно повышение интереса к квартирам (на конец 2018 года количество запросов выросло на ***% по сравнению с итогами 2016 года).

Диаграмма 1. История показов фраз «купить дом» и «купить квартиру»

***

Запросов о покупке дома почти вдвое меньше, чем запросов о покупке квартиры. Количество запросов «купить дом» остаётся практически неизменным.

На основе этих данных (за последний год) ниже представлена ожидаемая сезонность по загрузке проекта (в процентном соотношении показано количество запросов о «продаже квартиры» за каждый месяц). Эти значения будут использоваться при разработке финансовой модели к данному бизнес-плану.

Диаграмма 2. Количество запросов, %

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

***

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Содержание

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, РИСУНКОВ

Резюме проекта

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

1.1. Суть и идея проекта
1.2. Альтернативные сделки
1.3. Услуги проекта

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

2.1. Рынок альтернативных сделок
2.2. Факторы влияния на успех альтернативных сделок
2.3. Целевая аудитория проекта
2.4. Анализ поисковых запросов
Выводы по разделу

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

3.1. Профили основных конкурентных сервисов
3.2. Стратегическая канва рекламного информационного портала
Выводы по разделу

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

4.1. Метод эксперимента
4.2. Анализ каналов маркетинговых коммуникаций
  4.2.1. Продвижение рекламы в Интернете
  4.2.2. Реклама на радио
  4.2.3. Реклама в социальных сетях
  4.2.4. Прямые контакты с агентствами
4.3. Бюджет на маркетинговые инициативы

РАЗДЕЛ 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

5.1. Помещение и оборудование

5.2. Персонал
5.3. Процесс развития проекта

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

6.1. Допущения, принятые для расчетов
6.2. Сезонность
6.3. Цены
6.4. Маркетинг
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
6.16. Расчет стоимости методом дисконтирования денежных потоков

РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

7.1. Анализ чувствительности
7.2. Анализ безубыточности
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. История показов фраз «купить дом» и «купить квартиру»
Диаграмма 2. Количество запросов, %
Диаграмма 3. Стратегическая канва рекламного информационного портала и конкурентных сервисов

РИСУНКИ

Рисунок 1. Структура используемых каналов маркетинговых коммуникаций

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Плюсы и минусы продажи альтернативной квартиры
Таблица 2. Услуги проекта
Таблица 3. Количество и доля заявленных продавцами альтернативных и свободных продаж, Москва, 2014-2017 гг.
Таблица 4. Факторы влияния на успех альтернативных сделок
Таблица 5. Расчёт целевой аудитории
Таблица 6. Итоги анализа рынка альтернативных сделок
Таблица 7. Профиль конкурентного проекта «***»
Таблица 8. Профиль конкурентного проекта «***»
Таблица 9. Профиль конкурентного проекта «***»
Таблица 10.Тарифы дополнительных услуг при размещении объявлений продаж
Таблица 11. Основные каналы маркетинговых коммуникаций
Таблица 12. Контекстная реклама
Таблица 13.Бюджет на контекстную рекламу (бюджет за проведение рекламы в течении месяца)
Таблица 14. Рекламный бюджет на радиостанции «***»
Таблица 15. Рекламный бюджет на радиостанции «***»
Таблица 16. Рекламный бюджет на радиостанции «***»
Таблица 17. Общий рекламный бюджет для радиостанций
Таблица 18. Бюджет рекламы в ВКонтакте
Таблица 19. Бюджет рекламы в Facebook
Таблица 20. Способы организации работы прямых контактов с агентствами
Таблица 21. Оценочная стоимость маркетинговых мероприятий
Таблица 22. Расчёт затрат на помещение и оборудование
Таблица 23. Персонал проекта

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план портала по инициации альтернативных обменных сделок с недвижимостью (с финансовой моделью)

Product link: https://marketpublishers.ru/r/P8CD2F3A0D9RU.html

Цена: 32 000 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/P8CD2F3A0D9RU.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

Custumer 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