

Бизнес-план разработки и запуска кэшбэк сервиса

<https://marketpublishers.ru/r/RBDD32B024CRU.html>

Дата: 09.12.2018

Страниц: 78

Цена: 27 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: RBDD32B024CRU

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: разработка и запуск автоматизированного сервиса, объединяющего в себе лучшие возможности кэшбэк-сервисов и партнерских программ: возможность зарабатывать на подключении рефералов и получать процент с их покупок, а также привлекать коммерческие предприятия и получать процент с их оборота.

Платежная система кэшбэк-сервиса:

Премиум-аккаунт

30 дней

Реферальная программа

15% от кэшбэка друга пожизненно

Прогрессивная система ставок кэшбэка

+10% (от 1 000 руб. накопленного кэшбэка)

+20% (от 5 000 руб. накопленного кэшбэка)

+30% (от 10 000 руб. накопленного кэшбэка)

Партнерская программа

CPA сеть для вебмастеров, блогеров и владельцев YouTube каналов – % с покупок тех, кто кликнет или совершит покупку по ссылке

Промокоды и купоны на повышенный кэшбэк

Постоянное обновление

Минимальная сумма вывода

Без ограничений

Способы вывода средств

Банковская карта Visa/MasterCard

МИР

Яндекс.Деньги

QIWI кошелек

WebMoney

PayPal

Мобильный телефон

Рыночная ситуация:

1. За последнее десятилетие поведение покупателей серьезно изменилось. Так, в 2010 году в России начали развиваться купонные сервисы, однако их век оказался недолог. Сейчас они вытесняются с рынка кэшбэк-сервисами, которые становятся все более популярными. Теперь эксперты утверждают, что будущее за ними. Причина проста: покупатели становятся умнее и готовы считать, чтобы не тратить лишнего.

2. По данным рекламной сети ePN на лето 2017 года, аудитория кэшбэк-сервисов в России растет примерно на *** тыс. пользователей в месяц и особого замедления динамики не предвидится. Аудитория крупнейших российских сервисов кэшбека выросла на ***% по итогам 2017 года. Так, потенциальная аудитория кэшбэк-сервисов оценивается в *** млн. Например, кэшбэк-платформа WinWinPeople Capital, запущенная в мае 2017 года, состоянием на 01.01.2018 г. смогла привлечь более *** тыс. пользователей, что позволило

ей выйти на окупаемость.

3. Россия сейчас фактически повторяет путь других стран, где кэшбэк-сервисы появились раньше. По статистике, в США более ***% всех онлайн-покупок происходит с использованием этой технологии. В России только ***% регулярно пользуются различными сервисами с возвратом денег, будь то банковские карты, онлайн-магазины или салоны красоты.

4. Кэшбэк-сервисы запускают банки, ритейлеры, среди которых весьма крупные игроки – «Перекресток», «О`кей», «Ашан». И у тех, и у других есть как плюсы, так и минусы. К плюсам можно отнести удобство использования – клиенту банка или торговой сети не нужно регистрироваться в сторонних сервисах. Однако имеющиеся минусы могут стать существенным сдерживающим фактором развития данного сегмента. Кэшбэк-сервис ритейлера будет действовать только в данной торговой сети, что ограничивает выбор потребителя. Банковский кэшбэк в этом отношении удобнее, однако здесь клиенту, как правило, предоставляется минимальный кэшбэк по большинству категорий покупок и только по нескольким – чуть более высокий. Независимые кэшбэк-сервисы выигрывают у банковских программ и проектов торговых сетей именно потому, что не предполагают таких ограничений. Кэшбэк-сервисы работают с различными онлайн-ритейлерами, постоянно расширяют их список, а некоторые готовы выходить и в офлайн, подключая к сервису кафе, рестораны, салоны красоты и заправки.

5. Все чаще покупки совершают с мобильных устройств — смартфонов и планшетов. По февральским данным Фонда «Общественное мнение», *** млн. жителей России пользуются интернетом на мобильных устройствах. Рост этого показателя за год составил порядка ***%. В соответствии с растущей тенденцией использования интернета на мобильных устройствах, и в том числе с глобальной тенденцией интернет-шопинга, увеличилось количество пользователей мобильных приложений в категории «Покупки». Рост пользователей мобильного приложения ePN Cashback по сравнению с I полугодием 2017 года составил ***% на устройствах с операционной системой iOS и ***% — среди пользователей Android. Сегодня более ***% всех покупок кэшбэк-сервиса ePN совершается с помощью мобильных приложений.

Конкурентное окружение:

В настоящее время на рынке присутствует несколько десятков, а по некоторым данным, около сотни кэшбэк-сервисов. По количеству привлеченных клиентов, объему продаж и посещаемости, лидерами рынка на 2017 год являются такие кэшбэк-сервисы, как «***», «***», «***» и «***».

Выдержки из исследования

Общее описание рынка, включающее объем и динамику развития

По оценкам Cashback Industry News, мировой кэшбэк-рынок составляет более \$*** млрд. По данным аналитического сайта SimilarWeb, сегодня кэшбэк-программами хотя бы раз пользовались *** млн. чел., а ежемесячный прирост аудитории в период с января по июнь 2018 года составил порядка *** млн. чел. Суммарно за I полугодие 2018 года количество запросов в российском интернет-сегменте выросло на ***% согласно статистике сервиса wordstat.yandex.ru.

За последние 10 лет, в связи с резким ростом рынка электронной торговли, использование кэшбэка вышло за пределы банковского сектора и оформилось в отдельный бизнес. Все большей популярностью пользуются кэшбэк-сервисы.

Согласно исследований компании Amasty, показатели общего объема продаж в розничном сегменте мирового рынка e-commerce составили \$*** трлн., и вырастут до \$*** трлн. к 2021 году. Рост рынка e-commerce стимулирует развитие индустрии кэшбэк-сервисов во всём мире.

Диаграмма 1. Объем продаж в розничном сегменте мирового рынка e-commerce, 2016-2021 гг., трлн. \$

По данным АКИТ, объем российского рынка e-commerce в 2018 году составит *** млрд. руб., что на ***% больше в сравнении с 2017 годом.

Диаграмма 2. Динамика рынка e-commerce, Россия, 2014-2018 гг., млрд. руб.

Российский рынок e-commerce пока значительно отстает по большинству показателей от европейских площадок. Невысокий уровень проникновения интернета (***) и использования безналичных расчетов привели к тому, что по итогам 2017 года доля e-commerce в общей розничной торговле составила всего **%.

В настоящее время на рынке присутствует несколько десятков, а по некоторым данным,

около сотни кэшбэк-сервисов. Отдельные компании занимающиеся кэшбэком уже достигают годового объема продаж в более чем \$*** млрд., что подтверждает диаграмма ниже.

Диаграмма 3. Оценка кэшбэк-компаний, млрд. \$

В России, как и во всем мире кэшбэк-модель является чрезвычайно популярной и успешной, о чем свидетельствуют данные о количестве пользователей следующих кэшбэк-сервисов.

Диаграмма 4. Количество пользователей кэшбэк-сервисов, Россия, 2017 г., млн. чел.

Структура рынка, с указанием сегментов и направлений

По данным АКИТ, в России на сегмент трансграничной торговли в 2017 г. приходилось ***% рынка онлайн-ритейла, или *** млрд. руб. – пользователи стремились приобретать в интернете товары по более выгодным ценам по сравнению с офлайном ввиду рецессии, произошедшей в 2015 г.

Как видно из диаграмм ниже, больше всего приобретают онлайн «Бытовая техника и электроника» (***%) в российских интернет-магазинах, а в зарубежных магазинах лидирует категория «Одежда и обувь» (***%). К категории «Другое» относятся зоотовары, офисное оборудование, стройматериалы, украшения, продукты питания, книга.

Диаграмма 5. Распределение по товарным категориям на локальном рынке, Россия, 2017 г., %

Диаграмма 6. Распределение по товарным категориям на трансграничном рынке, Россия, 2017 г., %

Китай является бесспорным лидером среди зарубежного онлайн-шоппинга, прежде всего,

по причине доступных цен. Покупки в Германии предпочитают из-за доступа к товарам, которые недоступны в России.

Диаграмма 7. ТОП-5 стран популярных для онлайн-покупок, Россия, 2017 г., %

В таблице ниже представим лидеров среди интернет-магазинов в России, в разрезе популярных категорий товаров.

Таблица 1. Лидеры среди интернет-магазинов в разрезе популярных категорий товаров, Россия, I кв. 2018 г.

Таким образом, основными сегментами рынка для сервиса являются рынки «Электроники и техники», «Одежда, обувь и аксессуары», «Универсальные магазины» и «Товары для дома и ремонта».

Основные потенциальные потребители в разрезе сегментов рынка

Недавние исследования показывают, что потребители по всему миру сильно заинтересованы в простых способах экономии денег при покупке товаров и услуг: ***% потребителей определяют себя как «ориентированные на цену» и находятся в поиске наиболее низких цен, наибольшего кэшбэка и самых крупных скидок;

*** % заинтересован в поиске товаров, при покупке которых возможен кэшбэк – это также верно и для семей с высоким доходом;

***% используют купоны, которые они находят в различных онлайн- и офлайн-источниках;

***% потребителей будут продолжать использовать купоны, даже если крупно выиграют в лотерею;

***% процент миллениалов тратят более двух часов в неделю на поиски купонов и скидок;

***% потребителей во всем мире демонстрируют высокую готовность перехода с одного на другой онлайн-магазин, платформу или даже бренд, если это позволит сэкономить достаточно денег.

Все эти исследования ясно показывают, что существует высокая и устойчивая заинтересованность потребителя в новых методах экономии денег при совершении покупок, а также высокая готовность к смене представителя товаров и услуг среди.

Прогноз развития конъюнктуры рынка на период до 2025 года

Учитывая основные тенденции и факторы развития на диаграммах ниже представим прогноз объема мирового и российского рынка кэшбэка на период до 2025 г.

Диаграмма 8. Прогноз объём продаж в розничном сегменте и кэшбэка на мировом рынке e-commerce, 2018-2025 гг., млрд. \$

Таким образом, объем мирового рынка кэшбэка составит к 2025 году \$*** млрд.

Диаграмма 9. Прогноз объём продаж в розничном сегменте на рынке e-commerce и кэшбэка, Россия, 2018-2025 гг., млрд. руб.

Объем российского рынка кэшбэка составит к 2025 году 75 млрд. руб.

Описание основного целевого потребителя продукции по отраслевым сегментам с примерами потребителей

Для частных потребителей по всему миру наиболее известная форма электронной коммерции относится к категории бизнеса для потребителей (B2C), которая включает онлайн-магазины или интернет-магазины. Business to consumer (B2C) – продукт ориентирован на конечного, рядового потребителя. На протяжении 2017 г. в Россия в сегменте онлайн-продаж B2C было совершено *** млн. сделок на общую сумму *** млрд. руб., средний чек покупки составил *** руб. На рынке действует *** тыс. продавцов и *** млн. покупателей (по данным Data Insight).

Согласно онлайн-опросу, проведенного Data Insight, ***% интернет-покупателей составляют женщины. Представим портрет интернет-покупателя на диаграммах ниже.

Диаграмма 10. Портрет интернет-покупателя: возраст, Россия, %

Почти половину (***) составляют люди в возрасте от 25 до 34 лет.

Диаграмма 11. Портрет интернет-покупателя: уровень доходов, Россия, %

Треть покупателей имеет средний доход, еще около % – выше среднего. Людей с низким доходом всего %.

Диаграмма 12. Портрет интернет-покупателя: интернет-стаж, Россия, %

Подавляющее большинство (%) имеют стаж использования интернета более 5 лет.

Целевой сегмент пользователей – молодые, активные люди в возрасте от 25 до 45 лет, со средней и выше средней зарплатой, которые пользуются интернетом свыше 5 лет.

Таблица 2. Расчет целевой аудитории проекта, Россия, млн. чел.

Содержание

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, РИСУНКОВ

РАЗДЕЛ 1. ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

- 1.1. Описание существующей проблемы на рынке
- 1.2. Описание продукта
- 1.3. Описание технологии
- 1.4. Описание конкурентных преимуществ, а именно сравнение ключевых параметров продукции
- 1.5. Описание характеристик прототипа

РАЗДЕЛ 2. ОПИСАНИЕ РЫНКА

- 2.1. Общее описание рынка, включающее объем и динамику развития
- 2.2. Структура рынка, с указанием сегментов и направлений
- 2.3. Основные потенциальные потребители в разрезе сегментов рынка
- 2.4. Актуальные тренды развития рынка (тенденции и факторы развития)
- 2.5. Основные и альтернативные конкуренты
- 2.6. Основные технологии производства аналогичной продукции
- 2.7. Прогноз развития конъюнктуры рынка на период до 2025 года
- 2.8. Описание основного целевого потребителя продукции по отраслевым сегментам с примерами потребителей
- 2.9. Барьеры выхода на рынок

РАЗДЕЛ 3. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

- 3.1. Основные партнеры
- 3.2. Основные ресурсы (перечень необходимых технических ресурсов и компетенций для запуска производства или услуги)
- 3.3. Отношения с клиентами (план развития отношения с ключевыми клиентами, механизмы контрактования, стратегия ценообразования и прочее)
- 3.4. Каналы продаж с оценкой эффективности каждого канала с учетом целевых клиентских сегментов
- 3.5. Сегментирование клиентов: описание для каждого сегмента ценность продукта и потребительская стоимость
- 3.6. Конкурентная динамика: риски одновременного выхода на рынок конкурентов со схожей технологией

РАЗДЕЛ 4. ОПИСАНИЕ КОМАНДЫ

РАЗДЕЛ 5. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ОПЕРАЦИОННОЙ МОДЕЛИ

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

РАЗДЕЛ 7. ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА БИЗНЕСА

РАЗДЕЛ 8. РИСКИ

Приложение 1. Финансовый план

Допущения, принятые для расчетов

Сезонность

Цены

Объемы реализации

Выручка

Персонал

Затраты

Налоги

Инвестиции

Капитальные вложения

Амортизация

Отчет о прибыли и убытках

Расчет ставки дисконтирования по методу WACC

Отчет о движении денежных средств

Анализ чувствительности

Анализ безубыточности

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Объем продаж в розничном сегменте мирового рынка e-commerce, 2016-2021 гг., трлн. \$

Диаграмма 2. Динамика рынка e-commerce, Россия, 2014-2018 гг., млрд. руб.

Диаграмма 3. Оценка кэшбэк-компаний, млрд. \$

Диаграмма 4. Количество пользователей кэшбэк-сервисов, Россия, 2017 г., млн. чел.

Диаграмма 5. Распределение по товарным категориям на локальном рынке, Россия, 2017 г., %

Диаграмма 6. Распределение по товарным категориям на трансграничном рынке, Россия, 2017 г., %

Диаграмма 7. ТОП-5 стран популярных для онлайн-покупок, Россия, 2017 г., %

Диаграмма 8. Количество магазинов конкурентных кэшбек-сервисов категория «Одежда, обувь и аксессуары», ед.

Диаграмма 9. Средний процент кэшбэка конкурентных кэшбек-сервисов по величине кэшбэка в категории «Одежда, обувь и аксессуары», %

Диаграмма 10. Прогноз объем продаж в розничном сегменте и кэшбэка на мировом рынке e-commerce, 2018-2025 гг., млрд. \$

Диаграмма 11. Прогноз объем продаж в розничном сегменте на рынке e-commerce и кэшбэка, Россия, 2018-2025 гг., млрд. руб.

Диаграмма 12. Портрет интернет-покупателя: возраст, Россия, %

Диаграмма 13. Портрет интернет-покупателя: уровень доходов, Россия, %

Диаграмма 14. Портрет интернет-покупателя: интернет-стаж, Россия, %

Диаграмма 15. Увеличение продаж через кэшбэк, млн. \$

РИСУНКИ

Рисунок 1. Описание технологии для покупателей

Рисунок 2. Описание технологии для бизнеса

Таблица 1. Возможности сервиса

Таблица 2. Сравнение ключевых параметров кэшбэк-сервиса с конкурентными проектами

Таблица 3. Характеристики сервиса

Таблица 4. Лидеры среди интернет-магазинов в разрезе популярных категорий товаров, Россия, I кв. 2018 г.

Таблица 5. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 6. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 7. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 8. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 9. Профиль конкурентного проекта «***»

Таблица 10. Сравнительный анализ конкурентных кэшбек-сервисов по величине кэшбэка в категории «Одежда, обувь и аксессуары»

Таблица 11. Расчет целевой аудитории проекта, Россия, млн. чел.

Таблица 12. Основные партнеры кэшбек-сервиса

Таблица 13. План работ по созданию кэшбек-сервиса

Таблица 14. Платежная система кэшбек-сервиса

Таблица 15. Каналы продвижения кэшбек-сервиса

Таблица 16. SWOT-анализ кэшбек-сервиса

Таблица 17. Команда проекта

Таблица 18. Дорожная карта разработки и запуска кэшбек-сервиса

Таблица 19. Показатели экономической эффективности проекта

Таблица 20. Терминальная стоимость компании (Модель Гордона)

Таблица 21. Риски проекта

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план разработки и запуска кэшбэк сервиса

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/RBDD32B024CRU.html>

Цена: 27 000 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/RBDD32B024CRU.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