

# БИЗНЕС-ПЛАН



## Агентства интернет-маркетинга «DIGITAL-Effect»



2014 г.

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

*К данному бизнес-плану прилагается **финансовая модель** в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных.*

## **Описание проекта**

***Цель данного проекта:*** привлечение инвестиций для расширения агентства эффективного маркетинга «**DIGITAL-Effect**», которое предоставляет услуги системного маркетинга в оффлайн и онлайн-средах на территории Сибирского федерального округа (далее – СФО) и Дальнего Востока.

### ***Направления деятельности:***

- организация бизнес-мероприятий;
- продвижение бренда в интернете (SMM, SMO, SEO, e-mail-маркетинг, контент-маркетинг);
- управление репутацией;
- комплексная пиар поддержка в интернете, управление репутацией, промоушн, паблисити.
- абонентское обслуживание.

### ***Целевая аудитория агентства:***

- Бренд-менеджеры компаний и корпораций (рекламные компании в поддержку бренда/продукта);
- Отделы маркетинга компаний и предприятий (рутинная работа, дистанционное обслуживание);
- PR-агентства (все направления и виды услуг);
- Отдельные физические лица, компании, организаторы и учредители ивентов, представители сферы событийного маркетинга.

### *Финансовые показатели проекта:*

| Показатель                        | Ед. изм. | Значение |
|-----------------------------------|----------|----------|
| Необходимые инвестиции            | руб.     | ***      |
| NPV                               | руб.     | ***      |
| IRR                               | %        | ***      |
| Срок окупаемости                  | лет      | 1,00     |
| Дисконтированный срок окупаемости | лет      | 1,00     |

### *Выдержки из исследования:*

Общее число предприятий, потенциально входящих в аудиторию проекта, составляет \*\*\* единиц (Новосибирская область), из них наибольшую представленность имеют предприятия категорий оптовой и розничной торговли, а также предприятия и компании, осуществляющие операции с недвижимостью.

Проанализировав рынок интернет-маркетинга Российской Федерации, Новосибирска и области, а также рассмотрев тенденции роста интернет-сегмента по исследуемой территории, можно сделать следующие выводы.

В продвижение в интернете инвестируется много средств и значительная часть бизнеса становится зависимой от результатов этой работы, в связи с этим, все более важным становится вопрос надежности методов, профессионализма исполнителя и широкого спектра услуг: общее количество участников маркетингового рынка в России составляет примерно от \*\*\* (или около \*\*\*% общемирового числа) активно действующих единиц.

Будущее за сложными и эффективными услугами. Как отмечают участники рынка, задачи клиентов становятся более сложными, требуют все большей квалификации и сервисов в анализе конверсии услуг продвижения и интернет-рекламы (KPI-проектов, применение веб-аналитики). Вместе с этим количество компаний, специализирующихся на вопросах интернет-маркетинга и брендинга в 2013-м году выросло на \*\*\*% (по сравнению с 2012-м годом) и составило \*\*\* компаний.

Средняя оценка объема рынка маркетингового консалтинга также выросла – на \*\*\*% (по сравнению с уровнем 2012-го года) – и достигла \*\*\* млн. дол. США.

Данные показатели говорят о безусловном потенциале дальнейшего развития сегмента интернет-маркетинга, и потребности выхода на рынок квалифицированных специалистов, которые будут способны обеспечить растущий спрос. Сегодня качество, креативность и уровень цен являются главными параметрами при оценке работы агентства маркетингового консалтинга, а клиент готов платить больше: средний показатель по фактическому росту бюджетов на маркетинг составил + \*\*\*% роста к уровню 2012-го года.

Что касается Новосибирска, то текущие абсолютные показатели медиарынка Новосибирска в 2013 году составили \*\*\* млн. руб. без НДС, по сравнению с 2012 рынок вырос на \*\*\*% (около \*\*\* млн. рублей без НДС в абсолютном выражении). Среди динамических показателей роста сегментов медиaprостранства лучшие показатели имеет именно Интернет – рост \*\*\*%. Сегмент Интернета в 2013 году заработал порядка \*\*\* млн. рублей без НДС и вырос на \*\*\* % по сравнению с 2012 годом. При этом с точки зрения сегментов прибыль поделена следующим образом: \*\*\*% – создание и разработка сайтов, \*\*\*% – SEO-продвижение, \*\*\*% – контекстная реклама.

Таким образом, можно сказать, что ведущие направления деятельности агентства «DIGITAL-Effect» формируют общий объем прибыли подобных компаний на рынке, что говорит о перспективности и рентабельности выбранного проекта.

## Содержание

|   |    |
|---|----|
| Перечень таблиц, диаграмм, рисунков   | 4  |
| Раздел 1. Информация о проекте  | 6  |
| 1.1. Информация о проекте   | 6  |
| Раздел 2. Анализ рынка  | 13 |
| 2.1. Общий анализ маркетинговых услуг Российской Федерации                          | 15 |
| 2.2. Рынок интернет-маркетинга в России   | 23 |
| 2.3. Состояние развития социальных сетей в России                                   | 30 |
| 2.4. Специфика дифференциации маркетинговых и рекламных услуг Новосибирской области | 33 |
| 2.5. Общие выводы   | 37 |
| Раздел 3. Конкурентная среда проекта  | 40 |
| Раздел 4. План маркетинга   | 54 |
| 4.1. Юзабилити сайта  | 55 |
| 4.2. Поисковая оптимизация  | 55 |
| 4.3. Контекстная реклама  | 58 |
| 4.4. Продвижение в социальных сетях   | 59 |
| 4.5. Реклама на главных страницах поисковых систем                                  | 60 |
| Раздел 5. Организационный план  | 61 |
| 5.1. Персонал проекта   | 61 |
| 5.2. Расчет «себестоимости сотрудников» и мотивация                                 | 65 |
| 6. Финансовый план  | 67 |
| 6.1. Допущения проекта (основные параметры)   | 67 |
| 6.2. Объем продаж (реализация услуг)  | 68 |
| 6.3. Выручка проекта  | 70 |
| 6.4. Численность персонала  | 72 |
| 6.5. Заработная плата персонала   | 73 |
| 6.6. Фонд оплаты труда проекта  | 73 |
| 6.7. Налоги на ФОТ  | 74 |
| 6.8. Основные расходы по проекту  | 75 |
| 6.8.1. Операционные расходы   | 75 |
| 6.8.2. Коммерческие расходы   | 77 |
| 6.8.3. Управленческие расходы проекта   | 78 |

|   |     |
|---|-----|
| 6.8.4.Итого расходов всех категорий по годам    | 79  |
| 6.9.Налоги проекта                              | 79  |
| 6.10.Объем необходимых инвестиций               | 81  |
| 6.11.Капитальные вложения проекта               | 82  |
| 6.12.Отчет о прибылях и убытках проекта         | 83  |
| 6.13.Отчет о движении денежных средств          | 86  |
| 6.14.Расчет ставки дисконтирования методом WACC | 88  |
| 6.15.Денежный поток по годам                    | 98  |
| 6.16.Финансовые показатели проекта              | 99  |
| 7.Анализ чувствительности проекта               | 100 |
| ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»           | 109 |

## Перечень таблиц, диаграмм

### ТАБЛИЦЫ

|  |    |
|--|----|
| Таблица 1. Организация бизнес-мероприятий  | 7  |
| Таблица 2. Продвижение бренда в Интернете  | 8  |
| Таблица 3. Управление репутацией   | 11 |
| Таблица 4. Оценки качества работы ведущих агентств интегрированных коммуникаций  | 19 |
| Таблица 5. Оценка качества работы ведущих ивент-агентств   | 19 |
| Таблица 6. ТОП-25 крупнейших рекламодателей России по итогам 2013 года, млн. руб. с НДС  | 20 |
| Таблица 7. ТОП-20 компаний, обладающих наибольшим рекламным бюджетом на интернет-рекламу на территории РФ, за 2013 г., в млн. руб, с НДС | 22 |
| Таблица 8. Абсолютные показатели и динамика Новосибирского медиарынка по сегментам, 2012-2013  | 34 |
| Таблица 9. План маркетинга (реализация проекта)  | 54 |
| Таблица 10. Рекламный бюджет проекта   | 60 |
| Таблица 11. Основные параметры проекта   | 67 |
| Таблица 12. Сезонная загрузка проекта  | 68 |
| Таблица 13. Объем продаж (реализация услуг)  | 68 |
| Таблица 14. Объем продаж (реализация услуг) по годам   | 70 |
| Таблица 15. Выручка проекта  | 70 |
| Таблица 16. Выручка проекта (по годам)   | 72 |
| Таблица 17. Численность персонала проекта  | 72 |
| Таблица 18. Заработная плата персонала   | 73 |
| Таблица 19. Фонд оплаты труда проекта  | 74 |
| Таблица 20. Налоги на ФОТ  | 74 |
| Таблица 21. Операционные расходы проекта   | 75 |
| Таблица 22. Операционные расходы проекта по годам  | 76 |
| Таблица 23. Коммерческие расходы по проекту  | 77 |
| Таблица 24. Коммерческие расходы по проекту по годам   | 77 |
| Таблица 25. Управленческие расходы по проекту  | 78 |
| Таблица 26. Управленческие расходы по годам  | 78 |
| Таблица 27. Итого расходов всех категорий по годам   | 79 |
| Таблица 28. Налоги проекта   | 79 |

|  |    |
|--|----|
| Таблица 29. Итого налогов по годам   | 81 |
| Таблица 30. Объем необходимых инвестиций   | 81 |
| Таблица 31. Капитальные вложения   | 82 |
| Таблица 32. Отчет о прибылях и убытках проекта   | 83 |
| Таблица 33. Отчет о движении денежных средств  | 86 |
| Таблица 34. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ | 93 |
| Таблица 35. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании                                | 94 |
| Таблица 36. Алгоритм расчета премии за специфический риск  | 95 |
| Таблица 37. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC   | 97 |
| Таблица 38. Денежный поток по годам  | 98 |
| Таблица 39. Денежные потоки накопленным итогом   | 99 |
| Таблица 40. Показатели финансовой эффективности проекта  | 99 |

## ДИАГРАММЫ

|   |    |
|---|----|
| Диаграмма 1. Дифференциация и количество предприятий Новосибирской области по экономическим направлениям деятельности и формам собственности, 1 полугодие 2014 г., единиц | 15 |
| Диаграмма 2. Прогнозы относительно роста степени интернетизации в различных сферах на территории РФ   | 16 |
| Диаграмма 3. Динамика роста числа маркетинговых агентств в разрезе 2012-2013 гг., ед.   | 16 |
| Диаграмма 4. Динамика роста объема рынка маркетингового консалтинга на территории РФ, в разрезе 2012-2013 гг.   | 17 |
| Диаграмма 5. Прогноз относительно динамики объемов рынка маркетинговых услуг на территории РФ в 2014 году   | 18 |
| Диаграмма 6. Основные направления развития маркетингового консалтинга в 2014 году   | 18 |
| Диаграмма 7. Рост бюджета на маркетинг в компаниях РФ, 2013 год   | 19 |
| Диаграмма 8. Эффективность привлечения интернет-аудитории различными каналами   | 26 |
| Диаграмма 9. Условия сотрудничества с текущей компанией   | 27 |
| Диаграмма 10. Стратегия присутствия в интернете на ближайшие 3-12 месяцев   | 27 |
| Диаграмма 11. Удовлетворенность результатом сотрудничества с текущей компанией  | 28 |
| Диаграмма 12. Измерение вложений в интернет-маркетинг   | 28 |
| Диаграмма 13. Источники поступления заказов в сфере интернет-маркетинга   | 29 |
| Диаграмма 14. Доля получаемых заказов в общем объеме прибыли интернет-агентств  | 30 |

|  |    |
|--|----|
| Диаграмма 15. Динамика роста пользователей социальных сетей в разрезе 2008-2015 гг.,                   | 32 |
| Диаграмма 16. Аудитория социальных сетей на территории РФ, 2 квартал 2014 г.                           | 33 |
| Диаграмма 17. Количество постов (сообщений) в различных социальных сетях в течение суток, РФ, 2014 год | 33 |
| Диаграмма 18. Динамика абсолютных показателей медиарынка Новосибирска 2012-2013 гг., млн. руб.         | 34 |
| Диаграмма 19. Распределение доходов между различными сегментами рынка Новосибирска. 2013 год, %.       | 35 |
| Диаграмма 20. Рост интернет-сегмента на территории Новосибирска и области, 2012-2013 гг., млн. руб.    | 37 |
| Диаграмма 21. Сегментация рекламных затрат на российском рынке, 2008 г.                                | 38 |
| Диаграмма 22. Сегментация рекламных затрат на российском рынке, 2013 г.                                | 38 |

*Благодарим Вас за оказанное доверие*

*и напоминаем, что:*

*✓ при покупке бизнес-плана компании  
«VTSConsulting» вы гарантированно получаете  
консультацию специалистов, которые работали  
над конкретным бизнес-планом*

*✓ в течение одного-двух часов наша команда будет  
готова отвечать на все вопросы, касающиеся  
структуры и содержания бизнес-плана.*

*С уважением,  
команда VTSConsulting*

## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»

Компания «VTSConsulting» была основана в мае 2010 года командой профессионалов во главе с Владиславом Цыгодой.

Владислав Цыгода – бизнес-консультант, признанный лидер в сфере бизнес-планирования на территории СНГ (по версии портала free-lance.ru), на сегодняшний день – руководитель рейтинговой консалтинговой компании.

Разработка бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, финансовых моделей и бизнес-презентаций – основные направления работы команды, в составе которой работают высококвалифицированные аналитики.

Опыт команды в сфере разработки инвестиционной документации – свыше 6 лет, и сегодня «VTSConsulting» – единственная компания в Украине, которая является партнером проекта «РБК. Исследование рынков».

### Команда VTSConsulting и принципы работы:

- ✓ уникальный подход к решению поставленных задач;
- ✓ безупречная репутация и высокая степень доверия клиентов;
- ✓ высокий профессионализм вне зависимости от сферы исследования;
- ✓ практический опыт работы, в том числе – в реализации сложных узкопециализированных проектов.

**Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом.  
И мы гордимся своими клиентами!**

ООО "Землегодие-Инвест",  
ОАО "Воткинский завод",  
НПП "Стэлс", Государственное  
предприятие УкрНИИ НП  
"Масма", "Reproto  
Technologies", компания "ВОК  
Монтаж Сервис", ООО  
"PRIMAS"

компания "Петровизард", Порт  
Темрюк, ООО "Спецбудпроект",  
группа компаний  
"SEMPROGROUP" ООО  
"Максимус Констракшн",  
"Росмолодежь", ООО "Сисиф  
Сервис", ООО "Завод ТИТАН",  
ООО "Проджект К"

ООО "Портал Логистик", НПК  
"Наука", Институт проблем  
материаловедения им. И.Н.  
Францевича НАН Украины,  
НТУУ "КПИ", Научный парк  
"Киевская политехника",  
Правительство России,  
Верховная Рада Украины

– далеко не полный список тех,  
кто остался доволен сотрудничеством с "VTSConsulting".

Компания "VTSConsulting" – это команда профессионалов, знания и опыт которых позволят Вам сэкономить деньги, нервы и время: подготовка инвестиционных документов займет от 4 до 10 дней.

Нас рекомендуют своим друзьям и деловым партнерам, потому что мы работаем на результат и полное удовлетворение потребностей Клиента. Таким образом, заказывая бизнес-план, информационный или инвестиционный меморандум у нас, Вы не тратитесь.

**Вы инвестируете.**

*С уважением,  
Владислав Цыгода,  
Руководитель "VTSConsulting"*