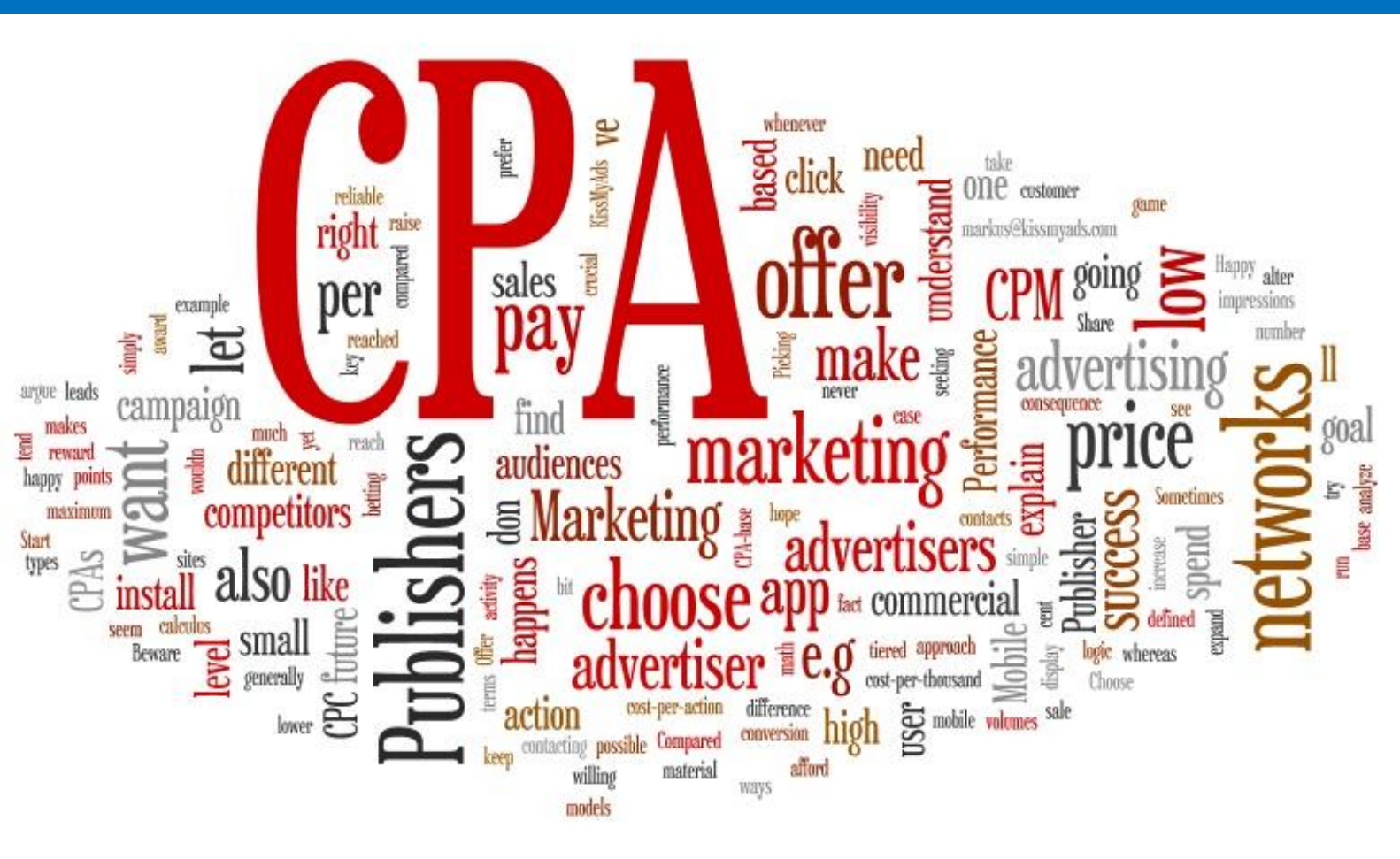


БИЗНЕС-ПЛАН

создания агрегатора партнерских программ по методу CPA (оплата за действие)



2015 г.

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

Описание проекта

Идея проекта

Создание агрегатора партнерских программ по методу CPA/CPL (с англ. Cost Per Action/Lead – оплата за действия/клиента).

Бизнес-модель

CPA-сеть, как посредник, получает комиссию за каждую удачную транзакцию в размере 10% от стоимости оффера.

Основные каналы продвижения

Для повышения осведомленности потенциальной аудитории о CPA-сети будут использованы: продвижение в социальных сетях, прямая реклама(ролики на канале Youtube, участие в бесплатных программах на местном телевидении, реклама на радио, реклама в печатных средствах массовой информации.), проведение личных встреч с целевой аудиторией, контекстная реклама, реферальный маркетинг.

Рыночная ситуация

1. Уровень проникновения Интернет в России по состоянию на 2014 год достиг максимального значения – 96%, особенно это касается ядра аудитории и наиболее активной его части – 16-29 лет. Данный фактор благоприятно повлияет на численность и охват аудитории потенциальных заказчиков проекта.

2. Рынок электронной коммерции РФ находится в стадии интенсивного развития и показывает темпы роста в 15-20% ежегодно, по прогнозам, к 2018 году рынок достигнет объемов в 2180 млрд рублей. Данный факт можно считать крайне выгодным для реализуемого проекта, так как такая

динамика рынка, несомненно, говорит о стремительном росте численности интернет-магазинов, которые являются одним из сегментов аудитории проекта.

3. Рынок интернет-рекламы является наиболее динамично развивающимся сегментом с темпами роста 18-20% ежегодно, что говорит о растущем спросе, в частности и на услуги в направлении CPA-маркетинга.

Конкурентная среда

На рынке CPA маркетинга конкуренцию данному проекту составят:

- CPA-сеть «Admitad» (www.admitad.com);
- CPA-сеть «ActionPay» (www.actionpay.ru);
- CPA-сеть «CityAds» (www.cityads.ru);
- CPA-сеть «LeadGid» (www.leadgid.ru);
- CPA-сеть «Thor-CPA» (www.thor-cpa.com).

Создаваемый проект по основным критериям не проигрывает ближайшим конкурентам, а по некоторым – опережает их. Что позволяет рассчитывать на определенную долю рынка, а учитывая темпы роста рынка интернет рекламы – на ее увеличения в будущем. Что обеспечит, как рост CPA-сети, так и ее прибыльность.

Финансовые показатели проекта

Показатель	Ед. изм.	Значение
Необходимые инвестиции	руб.	***
NPV	руб.	***
IRR	%	***
Срок окупаемости	мес.	24
Дисконтированный срок окупаемости	мес.	27

Выдержки из исследования

СРА-маркетинг – один из методов интернет-рекламы. В связи с чем, динамика рынка СРА сопоставима с динамикой рынка интернет-рекламы. Наблюдается прямая зависимость численности и охвата аудитории потенциальных клиентов проекта от проникновения интернета в России, а также от тенденций рынка интернет коммерции.

По данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного в октябре 2014 г., интернетом пользуются 66% граждан России от 18 лет и старше или 76,3 млн. человек. Ежедневно выходят в Сеть – 46% или 53,6 млн. взрослых россиян.

В 2013 году наиболее высокими темпами аудитория интернета росла в Сибири, на Юге и Северном Кавказе, а также в центральных регионах России. В Санкт-Петербурге и на Дальнем Востоке рост аудитории и проникновения интернета полностью остановился.

По данным ФОМ, в 2013 году более трети прироста аудитории составили пользователи из сельской местности. Сегодня численность сельской аудитории интернета уже на четверть больше, чем в обеих российских столицах. Если в ближайшие годы проникновение интернета в сельской местности достигнет сегодняшнего уровня городов с населением менее 100 тысяч человек, то там появится еще около 3,5 миллиона новых пользователей.

В настоящее время рынок электронной коммерции в России находится на стадии интенсивного развития. Объем рынка e-commerce по итогам 2014 года превысил 683 млрд рублей и на протяжении последних 5 лет рос в среднем на 42,5% в год. На рынке интернет-торговли присутствует более 40 тыс. компаний. Некоторые ведущие представители добились увеличения продаж на 200-300%.

По оценкам экспертов J'son & Partners Consulting, рынок электронной коммерции России по итогам 2014 года составил 683 млрд рублей. Средний

рост рынка (CAGR) в 2009-2014 гг. был равен 42,5%. В 2014-2018 годах CAGR ожидается на уровне 7% в год.

В настоящее время в структуре рынка электронной коммерции наибольший удельный вес занимает сектор нефизических товаров и услуг, в 2012 году он составил 65% и оценивается в 255 млрд рублей. Традиционно большую часть покупок в интернете составляют билеты на транспорт, причем железнодорожные поездки также популярны, как и авиаперевозки. Также здесь следует выделить такие сегменты как цифровой контент, гостиницы и туризм, оплата штрафов и санкций, услуги связи.

В секторе товаров с физической доставкой (35% рынка) в последние годы очень активно развиваются такие сегменты, как одежда, обувь, парфюмерия и косметика. Следует отметить, что сектор физических товаров активно растет с момента становления рынка, общий объем в 2012 году оценивается в 137 млрд рублей. В ближайшие годы ожидается снижение темпов роста, и к 2016-2017 году доля физических товаров стабилизируется на отметке около 40% рынка.

Комиссия экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России подвела итоги развития рекламного рынка России за 2014 год. Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС составил чуть более 340 млрд руб., что на 4% больше, чем в предыдущем году. Важно отметить, что помимо общего роста рынка, рост сегмента «интернет» оказался наибольшим по сравнению с остальными сегментами и составил **18%** (по сравнению с 2013 годом), что составляет 24,8% общего объема в денежном выражении.

Содержание

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков	4
Резюме	6
Раздел 1. Описание проекта	8
1.1. Идея проекта	8
1.2. Концепция проекта	8
1.3. Бизнес-модель	10
1.4. Терминология	10
Раздел 2. Анализ рынка	12
2.1. Проникновение интернета в Российской Федерации	12
2.2. Обзор рынка e-commerce России	16
2.3. Рынок интернет-рекламы России	20
Раздел 3. Конкурентная среда	25
3.1. Ближайшие конкуренты на рынке	25
3.2. Стратегическая канва проекта	27
Раздел 4. Маркетинговый план	30
4.1. Продвижение в социальных сетях (Social Media Marketing, SMM)	30
4.2. Контекстная реклама	31
4.3. Прямая реклама	32
4.4. Реферальный маркетинг	33
4.5. Проведение личных встреч с целевой аудиторией	33
Раздел 5. Организационный план	35
5.1. Материальные ресурсы	35
5.2. Функциональные возможности CpaPlatform	38
5.2.1. Возможности и функции админа CPA-сети	38
5.2.2. Возможности и функции веб-мастера CPA-сети	45
5.2.3. Возможности и функции рекламодателя CPA-сети	54
5.2.4. Возможности и функции оператора Call-Центра CPA-сети	57
5.3. Персонал проекта	58
Раздел 6. Финансовый план	59
6.1. Допущения проекта	59
6.2. Сезонность проекта	60
6.3. Объемы продаж	61
6.4. Выручка	62
6.5. Персонал проекта	63
6.6. Затраты проекта	66
6.7. Налоги	69
6.8. Инвестиции	71
6.9. Капитальные вложения	71
6.10. Отчет о прибылях и убытках	72
6.11. Ставка дисконтирования	75
6.12. Отчет о движении денежных средств	85
6.13. Денежные потоки	88
6.14. Основные показатели финансовой эффективности проекта	88
Раздел 7. Анализ чувствительности	90
Информация о компании «VTSConsulting»	96

Перечень таблиц, диаграмм, рисунков

Таблицы

Таблица 1. Основные преимущества CPA-маркетинга	9
Таблица 2. Основные термины	10
Таблица 3. Основные показатели проникновения интернета по федеральным округам и городам федерального значения, РФ, 2014 год	15
Таблица 4. Доля сегмента интернет-рекламы в общем объеме рекламного рынка РФ, 2014 год	20
Таблица 5. Профиль CPA-сети «Admitad»	25
Таблица 6. Профиль CPA-сети «ActionPay»	25
Таблица 7. Профиль CPA-сети «CityAds»	26
Таблица 8. Профиль CPA-сети «LeadGid»	26
Таблица 9. Профиль CPA-сети «Thor-CPA»	27
Таблица 10. Персонал проекта	58
Таблица 11. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ	80
Таблица 12. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании	81
Таблица 13. Алгоритм расчета премии за специфический риск	81
Таблица 14. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	83
Таблица 15. Основные финансовые показатели проекта	89

Диаграммы

Диаграмма 1. Проникновение интернета в РФ, данные ВЦИОМ, 2014 год, млн. чел.	12
Диаграмма 2. Проникновение интернета в России, данные Минкомсвязи РФ, 2014 год, млн. чел.	13
Диаграмма 3. Использование интернета возрастными группами населения РФ, 2014 год	14
Диаграмма 4. Соотношение физических и нефизических товаров в секторе электронной торговли РФ	18
Диаграмма 5. Доля интернет по сравнению с остальными сегментами распространения рекламы, млрд руб.	21
Диаграмма 6. Доли сегментов интернет-рекламы	22
Диаграмма 7. Сценарии возможного развития рынка интернет-рекламы России до 2018 года	23

Графики

График 1. Динамика рынка электронной коммерции РФ, млрд руб.	17
График 2. Стратегическая канва создаваемой сети	28

Рисунки

Рисунок 1. Главная страница админ-панели	38
Рисунок 2. Раздел меню «Пользователи»	38
Рисунок 3. Действия с веб-мастерами	39
Рисунок 4. Действия с рекламодателями	39
Рисунок 5. Раздел меню админ-панели «Индивидуальные выплаты»	40
Рисунок 6. Раздел меню админ-панели «Тикеты»	40
Рисунок 7. Раздел меню админ-панели «Офферы»	41

Рисунок 8. Раздел меню админ-панели «Добавить оффер»	41
Рисунок 9. Раздел меню админ-панели «Добавить оффер» (продолжение)	42
Рисунок 10. Раздел меню админ-панели «Новости»	42
Рисунок 11. Форма добавления новости	43
Рисунок 12. Раздел меню админ-панели «Визиты»	43
Рисунок 13. Раздел меню админ-панели «Выплаты»	44
Рисунок 14. Раздел меню админ-панели «Call-Центр»	44
Рисунок 15. Раздел меню админ-панели «E-mail рассылка»	45
Рисунок 16. Главная страница панели веб-мастера	45
Рисунок 17. Подраздел «Холд»	46
Рисунок 18. Раздел панели веб-мастера «Новости»	47
Рисунок 19. Подраздел панели веб-мастера «Статистика по дате»	47
Рисунок 20. Подраздел панели веб-мастера «Статистика по субаккаунтам»	48
Рисунок 21. Подраздел панели веб-мастера «Статистика по потокам»	48
Рисунок 22. Подраздел панели веб-мастера «Статистика по офферам»	49
Рисунок 23. Подраздел панели веб-мастера «Статистика по действиям»	49
Рисунок 24. Раздел панели веб-мастера «Мои потоки»	50
Рисунок 25. Подраздел панели веб-мастера «Создание/редактирование потока»	50
Рисунок 26. Раздел панели веб-мастера «Список офферов»	51
Рисунок 27. Карточка оффера	51
Рисунок 28. Раздел панели веб-мастера «Мои офферы»	52
Рисунок 29. Раздел панели веб-мастера «Выплаты»	52
Рисунок 30. Раздел панели веб-мастера «Тикеты»	53
Рисунок 31. Раздел панели веб-мастера «Настройки аккаунта»	53
Рисунок 32. Раздел панели рекламодателя «Главная страница»	54
Рисунок 33. Подраздел панели рекламодателя «Баланс»	54
Рисунок 34. Раздел панели рекламодателя «Мои офферы»	55
Рисунок 35. Раздел панели рекламодателя «Финансы»	55
Рисунок 36. Раздел панели рекламодателя «Статистика»	56
Рисунок 37. Раздел панели рекламодателя «Заказы»	56
Рисунок 38. Кабинет оператора Call-Центра	57
Рисунок 39. Карточка заказа	57

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»

«VTSConsulting» – лидер СНГ на рынке бизнес-планирования

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), сегодня – 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 узкоспециализированных проектов.

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

ООО «Землегодие-Инвест», ОАО «Воткинский завод», НПЗ «Стэлс», Государственное предприятие УкрНИИИП «Масма», «Reproto Technologies», компания «ВОК Монтаж Сервис», ООО «PRIMAS»

компания «Петровизард», Порт Темрюк, ООО «Спецбудпроект», группа компаний «SEMPROGROUP» ООО «Максимум Констракшн», «Росмолодежь», ООО «Сисиф Сервис», ООО «Завод ТИТАН», ООО «Проджект К»

ООО «Портал Логистик», НПЗ «Наука», Институт проблем материаловедения им. И.Н. Францевича НАН Украины, НТУУ «КПИ», Научный парк «Киевская политехника», 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»*