

БИЗНЕС-ПЛАН



интернет-магазина мужской одежды «Jack-a-Dandy»



2015 г.

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

Описание бизнес-плана

Идея проекта

Проект нацелен на открытие интернет-магазина трендовой одежды и обуви, а также аксессуаров и предметов щегольства для молодых и энергичных мужчин, главными поставщиками которого выступят турецкие производители, что обеспечит качество тканей и пошива, а также привлечь и удержать потребителя конкурентными ценами. позволит

Специфика проекта

Для регистрации интернет-магазина обязательным условием будет являться покупка домена.

Возможные адреса сайта проекта: джекэдэнди.рф, jackadandy.ru, jackadandy.su, jackadandy.com.ru, jackadandy.net.ru jackadandy.org.ru, jackadandy.ru.net.

К особенностям работы интернет-магазинов можно отнести:

- работу круглосуточно без выходных и перерывов;
- сравнительно низкие расходы на персонал;
- возможность демонстрации всех товаров на одной «витрине»;
- возможность демонстрации позиций, которые только ожидаются;
- возможность сфокусироваться на конкретной аудитории;
- доступность из любой географической точки.

География проекта

Москва и Московская область.

Аудитория проекта

Россияне, проживающие на территории г. Москва и Московской области, преимущественно мужчины в возрасте 18-45 лет (ядро целевой аудитории).

Конкурентная среда

Интернет-магазин «Московский денди»: <http://moscowdandy.ru>;

Интернет-магазин «HENDERSON»: <http://catalog.henderson.ru>;

Интернет-магазин «KANZLER»: <http://www.kanzler-style.ru>;

Интернет-магазин «FANCY CREW»: <http://www.fancycrew.ru>;

Интернет-магазин «Meyer-Wegener»: <http://meyer-wegener.com>.

Финансовые показатели проекта

Показатель	Ед. изм.	Значение
Необходимые инвестиции	руб.	***
NPV	руб.	***
IRR	%	***
Срок окупаемости	лет	1,94
Дисконтированный срок окупаемости	лет	2,09

Выдержки из исследования

В современном мире мужчины уделяют своему внешнему виду не меньше внимания, чем женщины. Многие из них не просто интересуются модой, они разбираются в ней и следят за последними тенденциями. При всем этом им гораздо сложнее выбрать тот магазин, который отвечал бы всем желаемым критериям одновременно – общему стилю их жизни, особенностям фигуры, уровню дохода, требованиям к свойствам тканей и др. Причина этому весьма прозаичная – производители мужской одежды количественно уступают тем, кто шьет женские наряды, а в торговых точках мужские линии в основном выступают как дополнительные, вследствие чего их ассортимент ограничен.

Именно в силу приведенных обстоятельств интернет-магазин, который сфокусирует внимание исключительно на предметах мужского гардероба, привлечет внимание представителей целевой аудитории. Его специфика должна создать атмосферу своеобразного джентельменского клуба, где мужчину – потенциального покупателя – не будут отвлекать предложения о приобретении женских или детских вещей, а сдержанный дизайн сайта поспособствует концентрации внимания на получение того, за чем он к нему обратился.

Растущий средний класс в России требует достойного ассортимента и уровня сервиса, но брендов, удовлетворяющих их запросам, по-прежнему мало. Все товары интернет-магазина будут импортироваться с Турции, где себестоимость швейной продукции является ниже, чем у западных аналогов, из-за дешевизны рабочей силы, а поэтому он займет свою нишу в ненасыщенном среднем ценовом сегменте.

Потенциальными поставщиками для интернет-магазина могут стать такие турецкие предприятия, как «***», «***», «***», «***», «***», традиционно экспортирующие свою продукцию в страны СНГ. Контактная информация производителей указана непосредственно в тексте бизнес-плана.

Рынок мужской одежды занимает треть от всего объема рынка одежды в России и составляет *** млрд. руб. Таким образом, согласно маркетинговым

исследованиям, в среднем в год каждый мужчина в России тратит около *** руб. на покупку одежды.

Несмотря на появление множества новых конкурентных магазинов, обороты предприятий торговли на рынке мужской моды растут. В последнее время объем продаж мужской одежды ежегодно увеличивался в денежном выражении, по разным оценкам, на **–**%, когда как общий рост рынка продаж одежды в России растет на 5–7%, в Европе прирост составляет 2–3%.

Как отмечают эксперты, в будущем стоит ожидать бум на рынке мужской моды благодаря электронной торговле. «Особой популярностью в интернет-магазинах будут все больше пользоваться такие категории товаров, как брюки, джемпера, рубашки и другие вещи мужского гардероба, не требующие тщательной примерки.

Позитивной тенденцией также считается то, что нецивилизованная розница стремительно сдает свои позиции, уступая именно онлайн-торговле и сетевому ритейлу. Современный потребитель становится более разборчивым, избирательным и требовательным. 71% от всей совокупности онлайн-покупателей считают приобретение одежды и обуви в интернете удобным из-за экономии времени, приобретения товара без наценок, а также – из-за возможности примерки вещей во время их доставки и их возврата в случае, если вещи не подошли.

Стоит отметить, что для достижения успеха в будущем владельцам интернет-магазинов уже сейчас стоит уделять больше внимания ассортименту, развивать несколько направлений одновременно. Перспективно выходить на рынок с интересными коллекциями, не оставаться позади модных тенденций и направлений, ведь мужскому населению интересны именно модные вещи, а не остатки нераспроданного товара прошлых сезонов.

Согласно конкурентному анализу, интернет-магазины исключительно мужской одежды встречаются не часто. Но чтобы выделиться на фоне остальных конкурентов, включающих как мужскую, так и женскую и детскую линии одежды, необходимо вкладывать средства в продвижение проекта на протяжении

всего периода его реализации, и прежде всего – на рекламу в среде Интернет. Рекомендуемыми видами продвижения бизнеса такого рода являются: поисковая оптимизация сайта, контекстная и баннерная реклама на страницах поисковых систем, а также ведение групп и реклама в социальных сетях.

Одним из факторов, влияющих на решение посетителя интернет-магазина о покупке товара, является доступность способа оплаты, наиболее удобного ему. Для этого предусмотрен как расчет наличными при доставке товара курьером, так и безналичный расчет с помощью банковских карт или электронных платежных систем. Для этого в рамках проекта запланировано сотрудничество с сервисом «Робокасса», который позволяет принимать от конечного покупателя оплату посредством порядка 40 способов.

Содержание

Перечень диаграмм, таблиц, рисунков	4
Резюме	6
Раздел 1. Описание проекта	8
1.1. Актуальность выбранного сегмента	8
1.2. Идея и суть проекта	8
1.3. Аудитория проекта	12
1.4. Ассортимент продукции	12
Раздел 2. Анализ рынка	14
2.1. Тенденции российского рынка розничной торговли одеждой	14
2.2. Рынок мужской одежды в России	16
2.3. Рынок интернет-торговли России	18
2.4. Fashion-сегмент российского рынка интернет-торговли	19
2.5. Портрет покупателя одежды онлайн	22
2.6. Численность аудитории проекта	23
2.7. Выбор источника информации при принятии решения о покупке	24
Раздел 3. Конкуренты и партнеры проекта	27
3.1. Группа лидеров fashion-сегмента российской онлайн-торговли	27
3.2. Популярные интернет-магазины мужской одежды Москвы и области	29
3.3. Поставщики продукции	36
3.4. Системы оплаты	39
3.5. Стратегическая конкурентная канва проекта «Jack-a-Dandy»	41
Раздел 4. Маркетинговый план	45
4.1. Юзабилити сайта	45
4.2. Поисковая оптимизация	45
4.3. Контекстная реклама	48
4.4. Продвижение в социальных сетях	49
Раздел 5. Организационный план	50
5.1. Специфика интернет-магазина	50
5.2. Логистика	52
5.3. Персонал проекта	54
5.4. План реализации проекта	54
Раздел 6. Финансовый план	56
6.1. Допущения проекта	56
6.2. Сезонность проекта	56
6.3. Объемы продаж	57
6.4. Выручка	59
6.5. Персонал проекта	60
6.6. Затраты	66
6.7. Налоги	70
6.8. Отчет о прибыли и убытках	72
6.9. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	75

6.10. Отчет о движении денежных средств	86
6.11. Денежные потоки	87
Раздел 7. Анализ чувствительности	91
Приложение 1. Рейтинг эффективности интернет-магазинов одежды и обуви	97
Приложение 2. Перечень ключевых запросов по тематике проекта (статистика по Москве и Московской области)	99
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting	123

Перечень диаграмм, таблиц, рисунков

Таблицы

Таблица 1. ТОП наиболее популярных хостинг-провайдеров Рунета	10
Таблица 2. Преимущества интернет-магазина	11
Таблица 3. Классификация мужской одежды	12
Таблица 4. Классификация мужской обуви	13
Таблица 5. Способы оплаты заказов онлайн	23
Таблица 6. Потенциальная численность аудитории проекта	24
Таблица 7. Крупнейшие игроки рынка онлайн-ритейла в сегменте Fashion	27
Таблица 8. Популярные интернет-магазины мужской одежды Москвы и области	30
Таблица 9. Турецкие производители мужской одежды	37
Таблица 10. Сервис Робокасса	40
Таблица 11. Решетка «упразднить-снизить-повысить-создать» для интернет-магазина «Jack-a-Dandy»	43
Таблица 12. Возможности автоматизации алгоритма работы	51
Таблица 13. Тарификация логистической службы	52
Таблица 14. Компании, предоставляющие услуги логистики для e-commerce	52
Таблица 15. Персонал проекта	54
Таблица 16. План реализации проекта	55
Таблица 17. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ	80
Таблица 18. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании	81
Таблица 19. Алгоритм расчета премии за специфический риск	82
Таблица 20. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	84
Таблица 21. Основные финансовые показатели проекта	90
Таблица 22. Рейтинг эффективности интернет-магазинов одежды и обуви	97

Графики

График 1. Динамика расходов на одежду в России в 2003-2013 гг., %	14
График 2. Динамика продаж одежды в 2008-2013 гг. в Российской Федерации	15
График 3. Стратегическая канва проекта «Jack-a-Dandy»	44

Диаграммы

Диаграмма 1. Сегментация в секторе розничной торговли одеждой	16
Диаграмма 2. Доля интернет-торговли в обороте розницы Российской Федерации, %	18
Диаграмма 3. Количество интернет-магазинов, работающих в B2C сегменте e-commerce в России, тыс. шт.	19
Диаграмма 4. Структура fashion-ритейла	20
Диаграмма 5. Объем продаж по сегментам fashion-ритейла	21

Диаграмма 6. Распределение онлайн-покупателей одежды и обуви по полу и возрасту 22

Рисунки

Рисунок 1. Пример экрана модуля обработки заказов 53

Рисунок 2. Распределение оценок эффективности сайтов. Выбор товара: эмоциональный или рациональный 98

Рисунок 3. Распределение оценок эффективности сайтов. Принятие решения и заказ 98

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»***

«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 «Землеугодие-Инвест», ООО «Воткинский завод», ООО «Стэлс», Государственное предприятие УкрНИИ НП «Масма», «Reproto Technologies», «ВОК Монтаж Сервис», ООО «PRIMAS» компания «Петровизард», ОАО Порт Темрюк, ООО «Спецбудпроект», группа компаний «SEMPROGROUP» ООО «Максимус Констракшн», «Росмолодежь», ООО «Сисиф Сервис», «Завод ТИТАН», ООО «Проджект К» ООО «Портал Логистик», ООО НПК «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»*