

БИЗНЕС-ПЛАН



маркетингового интернет-агентства



Россия- 2016

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.*

Описание бизнес-плана

Суть и идея проекта: открытие агентства эффективного маркетинга, которое предоставляет услуги системного маркетинга в онлайн-среде на территории г. ***, области и в регионах России.

Портфель услуг:

- контекстная реклама;
- SMM – маркетинг в социальных сетях;
- SEO – поисковое продвижение;
- сайты и оптимизированные лендинг-пейдж.

Целевая аудитория проекта:

- бренд-менеджеры компаний и корпораций (рекламные кампании в поддержку бренда/продукта);
- отделы маркетинга компаний и предприятий (рутинная работа, дистанционное обслуживание);
- отдельные физические лица, компании, организаторы и учредители ивентов, представители сферы событийного маркетинга.

Бизнес-модель: принцип деятельности компании будет состоять в привлечении заказов от российских компаний посредством продвижения сайта и рекламы, а затем – поиске компетентных профессионалов в этой отрасли из Украины или Белоруссии на биржах фриланса. Управление бизнес-процессами интернет-агентства будет возложено на project-менеджера, который будет выступать связующим звеном между заказчиком и исполнителем от имени агентства.

Конкурентная среда:

- TRINET (<http://www.trinet.ru/>)
- «Альтера» (<http://www.altera-media.com/>)
- «Медиасфера» (<http://www.media-sfera.com/>)
- Molinos (<http://molinos.ru/>)
- Artrix (<http://www.artrix.ru/>)

Финансовые показатели:

Показатель	Ед. изм.	Значение
Необходимые инвестиции	<i>руб.</i>	
NPV	<i>руб.</i>	
IRR	<i>%</i>	
Срок окупаемости	<i>мес.</i>	14
Дисконтированный срок окупаемости	<i>мес.</i>	14

Выдержки из исследования**Обоснование выбора портфеля услуг агентства**

Сегмент интернет-рекламы – единственный сегмент, показывающий рост в динамике 2013-2015 гг. Доля цифровой рекламы продолжает расти: ожидается, что в 2016 году доля затрат на интернет-рекламу составит ***% от общей суммы. При этом, контекстная реклама – одно из самых перспективных направлений рекламного рынка 2016 года. При сокращении бюджетов крупных рекламных кампаний контекстная реклама набирает свои обороты. На данный момент она занимает до 80% информационного интернет-пространства. Хотя многие специалисты не причисляют контекстную рекламу к общему рекламному рынку, она занимает 2 место после федерального телевизионного рекламного ресурса.

Продолжает увеличиваться и рынок маркетинга в социальных медиа. В 2015 году он вырос на 15%. Рынок поискового продвижения – SEO – достаточно стабилен (годовое снижение – до 3%)¹.

Таким образом, основными направлениями портфеля услуг будут:

- **контекстная реклама;**
- **SMM – маркетинг в социальных сетях;**
- **SEO – поисковое продвижение.**

Помимо трех основных видов услуг, агентство может разрабатывать также **сайты и оптимизированные лендинг-пейдж**, основным назначением которых будет работа в рамках кампании по поисковому продвижению и/или в рамках

¹ По материалам: <http://new-retail.ru>
<http://www.polylog.ru>
<http://www.advertology.ru>
<http://www.sostav.ru>

контекстной рекламы. Подробнее функции таких продуктов описаны в таблице ниже...

В целом рынок рекламы ***, как и общероссийский, в 2015 году заметно упал (см. Приложение 1). Стабильным ростом характеризуется только сегмент интернет-рекламы. За первое полугодие 2015 года рынок сократился на 27% до ***млрд. руб., если не учитывать сегмент интернета.

Объем рынка наружной рекламы ***, в 2015 году был оценен в *** млрд. руб., по сравнению с 2014 он сократился на **%. Это обусловлено демонтажем рекламных конструкций, коммерческая загрузка составляет всего лишь **%. Сократили объемы рекламы практически все отрасли: банки, автодилеры, операторы связи, общественное питание и развлечения. Спрос остался на старом уровне только у транспортных и интернет-компаний, а также компаний по продаже недвижимости.

Интернет-реклама выросла на 35%, до *** млрд. руб. Это частично вызвано перераспределением рекламных бюджетов внутри компаний после отказа от других видов продвижения. Но медийная реклама в интернете падает. Размещение баннеров сократилось на **%, на их место приходит контекстная реклама и реклама в социальных сетях. Объемы контекстной рекламы в 2015 году выросли на **%. Основными рекламодателями в Интернете были фармацевтические компании, ретейлеры и автодилеры.

Изменение объема рекламы на ТВ оценивают по-разному. КА Media Price полагают, что снижение неощутимо, а TNS-Россия говорят о росте ТВ рекламы на 19%.

Объем радио рекламы упал на **%. Основными рекламодателями на радио являются компании, предлагающие интернет-сервисы, услуги ремонта и медицинские товары.

Аналогично общим тенденциям, ***, рынок печатной рекламы упал в объемах примерно на **%.

Рынок ВТЛ-коммуникаций оценивают в ***млрд. руб., причем около 70% работ выполняются агентствами.

Самые масштабные рекламные кампании провели:

- Кондитерские изделия Ferrero,
- Продуктовый ритейлер «Лента»,
- Девелоперы Setl City и ЛСР.

Информация о крупнейших рекламодателях и их рекламных кампаниях приведена в таблице ниже...

Динамика рекламного рынка ***а за 2013-2015 годы показана в таблице ниже. В ***е наибольшее падение наблюдается в секторе наружной рекламы (**%), реклама в прессе и на радио идет на 2-ом месте (20%). Интернет-реклама выросла на более чем 30% в 2013 и 2014, а в 2015 – только на **%.

Доли отдельных сегментов рекламы в ***е состоянием на III квартал 2015 года приведены на диаграмме ниже (без учета сегмента интернет). Как видим, не смотря на падение объема наружной рекламы, этот сегмент составляет **% общего рекламного рынка. Структура рекламного рынка 13-ти крупнейших городов России очень схожа со структурой ***а:

- ТВ – **%,
- Радио – **%,
- Пресса – **%,
- Наружная реклама – **%.

Анализ рынка интернет-рекламы

Активное развитие интернет-рекламы в ***е отвечает общероссийским тенденциям (см. Приложение 1). Реклама во Всемирной сети становится такой популярной частично по причине все большего проникновения интернета в жизнь населения.

*** делит с Москвой первое место по проникновению интернета. По доступности интернета *** занимает второе место среди регионов, уступая только Москве. Интернет примерно в 1,5 раза доступнее, чем в среднем по стране. *** всё ещё первый в России по доле организаций с сайтами.

В таблице ниже приведены основные показатели развития интернета в ***е. Эти данные подтверждают тот факт, что в ***е интернет развит гораздо лучше, чем в целом по России.

Как упоминалось ранее, в 2014 году самый большой рост (+***%) пришелся на интернет-рекламу, а в 2015 – ***%. Интернет-рекламу можно еще делить на сегменты, хоть и оценить каждый в отдельности непросто. Тем не менее, опираясь на определения «медийной» и «контекстной» рекламы, принятые в АКАР, эксперты оценили рост первой в ***%, второй – в ***%. Также были учтены объемы SMM и PR, они составили еще ***%. Лидерами по объемам рекламных бюджетов оказались недвижимость, продажи автомобилей, непродуктовый ритейл и e-commerce. Незначительный рост данного сегмента в 2015 году эксперты объясняют сложной экономической ситуацией, а также рядом специфичных для Всемирной паутины моментов – скорость проникновения Интернета в целом замедляется (сравнительно с недавним прорывом), сегмент контекстной рекламы, являющийся драйвером роста рекламного рынка в последние годы, перегрет.

Рынок маркетинговых услуг в ***е характеризуется существенным спадом в 2015 году, но большинство экспертов и ведущих консалтинговых агентств прогнозируют стабилизацию и незначительный рост в целом на общероссийском рекламном рынке в 2016 году.

Анализ рынка полиграфических материалов показал, что производство такой продукции находится на одном уровне последние несколько лет, что говорит о стабильном спросе на этот вид рекламы.

Важно отметить, активный рост интернет-рекламы, а в частности – контекстной. Компании, клиенты маркетинговых агентств, перераспределяют свои рекламные бюджеты в пользу интернет-рекламы. Также потребители ищут те каналы продвижения, результаты которых легко можно оценить, а также те, которые быстро достигают своей целевой аудитории.

В целом, можно сказать, что популярностью будут пользоваться самые эффективные методы рекламы по сочетанию «цена-качество», то есть

дорогостоящие инструменты, такие как реклама на ТВ и радио, а также наружная реклама постепенно теряют свои позиции.

Таким образом, в рамках данного проекта рекомендуется сделать акцент на следующих видах деятельности:

- оказание услуг в сфере интернет-рекламы (SEO-оптимизация, контекстная реклама, SMM).

Указанные выше сферы являются востребованными на рынке, а спрос на них растет либо же остается на стабильном уровне.

Содержание

Перечень таблиц, диаграмм и рисунков	4
Раздел 1. Описание проекта	6
Раздел 2. Рекламный рынок	9
2.1. Общая характеристика тенденций рынка рекламы	9
2.2. Анализ рынка печатной рекламы	11
2.3. Анализ рынка интернет-рекламы	17
2.4. Выводы по анализу рынка и рекомендации	18
Раздел 3. Конкурентное окружение проекта	20
3.1. Обзор ведущих маркетинговых агентств	20
3.2. Конкуренты проекта в сфере интернет-продвижения	25
3.3. Стратегическая канва проекта	32
Раздел 4. Стратегия реализации проекта и маркетинг	34
4.1. Рекомендации по стратегии реализации	34
4.2. Бизнес-модель проекта	37
4.3. Маркетинговая стратегия компании на рынке	39
4.4. Рекомендации по сайту агентства	45
4.5. Экспериментальный маркетинг как способ оптимизации рекламных бюджетов	47
4.6. Поисковая оптимизация как инструмент продвижения	48
4.7. Контекстная реклама как инструмент продвижения	50
4.8. Продвижение в социальных сетях как инструмент продвижения	51
Раздел 5. Организационный план	56
5.1. Алгоритм открытия интернет-агентства	56
Раздел 6. Финансовый план	62
6.1. Допущения проекта	62
6.2. Сезонность проекта	63
6.3. Объемы реализации	64
6.4. Выручка	65
6.5. Персонал проекта	66
6.6. Затраты	69
6.7. Налоги	69
6.8. Инвестиции	70
6.9. Капитальные вложения	70
6.10. Отчет о прибыли и убытках	70
6.11. Отчет о движении денежных средств	73
6.12. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	76

6.13. Денежные потоки	76
6.14. Показатели экономической эффективности проекта	76
Раздел 7. Анализ рисков	79
7.1. Анализ чувствительности	79
7.2. Анализ безубыточности	83
7.3. PEST-анализ проекта	85
Приложения	87
Приложение 1. Анализ российского рынка рекламы	87
1.1. Общие тенденции развития российского рекламного рынка	87
1.2. Влияние мировых трендов на российский рынок рекламы	88
1.3. Прогнозы развития рекламного рынка	90
1.4. Игроки рынка рекламы	91
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»	97

Перечень таблиц, диаграмм и рисунков

Таблица 1. Портфель услуг маркетингового агентства	7
Таблица 2. Крупнейшие рекламодатели ***а	10
Таблица 3. Рекламный рынок ***а, 2013-2015	10
Таблица 4. Виды рекламы	12
Таблица 5. Рейтинг компаний ***а в сфере полиграфической рекламы	13
Таблица 6. Частота показов запросов по тематике полиграфии в Яндекс	16
Таблица 7. Показатели распространения Интернета в ***е	17
Таблица 8. Топ-20 агентств в рубрике «интернет-реклама» в ***е, 2016	20
Таблица 9. Рейтинг агентств по поиску в Яндекс и Google	23
Таблица 10. Рейтинг интернет-агентств согласно рейтингу Рунета	24
Таблица 11. Стратегия реализации проекта	34
Таблица 12. Бизнес-модель проекта	37
Таблица 13. Стоимость услуги «Оформление группы»	54
Таблица 14. Стоимость услуги «Продвижение в социальных сетях»	54
Таблица 15. Оплата работы исполнителей-фрилансеров	59
Таблица 16. Показатели российского рынка рекламы, I кв. 2015 года	87
Таблица 17. Прогноз развития рынка рекламы, 2016 год	91
Таблица 18. Рейтинг digital-агентств России	91
Таблица 19. Услуги ведущих медийных агентств	94
Диаграмма 1. Динамика основных сегментов интернет-рекламы, Россия, 2013-2015 гг., млрд. руб.	7
Диаграмма 2. Доли сегментов на рекламном рынке ***а	11
Диаграмма 3. Популярность полиграфических материалов	15
Диаграмма 4. Популярность сувенирной продукции	15
Диаграмма 5. Динамика производства полиграфической продукции	16
Диаграмма 6. Стратегическая канва проекта	33
Диаграмма 7. Количество уникальных авторов социальных сетей, Россия, 2015-2016 год, млн. чел.	53
Диаграмма 8. Динамика рекламного рынка 2005–2015	88
Диаграмма 9. Затраты на мобайл-рекламу в России с 2013 года и прогноз	90

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 узкоспециализированных 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***