

БИЗНЕС-ПЛАН



строительного бизнес-портала «PROrab»



Россия – 2016 г.

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 проекта

Суть и идея: создание интернет-портала строительной тематики.

Специфика: портал объединит в себе несколько основных направлений и целей:

- представление актуальной и объективной информации, аналитических материалов, обзоров по направлению «строительство».
- представление единой базы компаний строительной сферы (справочник предприятий), по всем регионам России.
- объединение работодателей и соискателей на одной интернет-площадке (строительная биржа и вакансии по направлению строительство).

География: вся территория России.

Целевая аудитория:

| Раздел «Строительство» | Раздел «Работа. Вакансии» |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• строительно-ремонтные организации;• фирмы, которые занимаются городским и загородным строительством;• поставщики оборудования, расходных и стройматериалов для данной сферы;• компании, занимающиеся продажей или предоставлением в аренду стройтехники;• проектно-строительные компании;• дизайнерский бизнес и т.д. | <ul style="list-style-type: none">• соискатели (поиск работы в строительной сфере);• работодатели (компании от малого до крупного сегмента бизнеса, работающие в строительной сфере). |

Состояние в отрасли (рынок):

1. В связи с глобальным проникновением интернета и растущей степенью информатизации современного общества, человек все чаще обращается к всемирной сети в попытке решить насущные проблемы: покупка товаров, поиск работы, заказ услуг. Как следствие – интенсивно растет и предложение, а именно

– появляется все больше интернет-ресурсов, сайтов и порталов, которые имеют узкую специализацию и направлены на свою аудиторию.

2. В большом потоке информации человек хочет видеть именно то, что его интересует в данный момент, поэтому порталы широкого профиля (например, городские информационные порталы), уходят в прошлое, уступая место специализированным сайтам. Так, например, в процессе анализа рынка было установлено, что большое количество сайтов посвящено тематике «Строительство», «Авто», «Недвижимость», «Новости/СМИ». Это также можно объяснить и стремлением владельцев порталов упростить процесс продвижения собственных ресурсов, сведя поисковые запросы к единой тематике.

3. Тематика «Строительство» имеет значительную рыночную долю – ***% от общей массы ресурсов Рунета. Для сравнения, тематика «Работа» – ***%, а тематика «Знакомства/общения», куда вошли все социальные сети – только ***%. Данные факты подтверждают правильность выбора тематики инициаторами проекта и свидетельствуют о высоком потенциале строительной отрасли в сети интернет.

4. Важно отметить, что выделение строительных вакансий на портале станет бесспорным конкурентным преимуществом, так как часто, заходя на сайт для покупки строительных материалов, посетитель может одновременно выбрать и исполнителя необходимых работ, что, снова-таки, становится удобным ввиду информационной перегруженности современного пользователя.

Конкурентное окружение:

| Строительные порталы с размещением заказов/вакансий строительной тематики | Джоб-сайты | Строительные биржи |
|---|------------|--------------------|
| *** | *** | *** |

Финансовые показатели:

| Показатель | Ед. изм. | Значение |
|-----------------------------------|-----------|----------|
| Необходимые инвестиции | тыс. руб. | *** |
| NPV | тыс. руб. | *** |
| IRR | % | *** |
| Срок окупаемости | мес. | 17 |
| Дисконтированный срок окупаемости | мес. | 17 |

Выдержки из исследования

Монетизация данного проекта будет реализована посредством:

- размещения рекламы на страницах портала;
- пользовательских платежей за дополнительные услуги сайта.

В таблице ниже приведены расценки с указанием перечня дополнительных услуг...

Известно, что строительные порталы являются наиболее посещаемыми ресурсами в сети интернет. Секрет такой популярности, по мнению экспертов, – в активном развитии строительной отрасли вне зависимости от кризиса миллионы людей по всему миру строят, ремонтируют, перепланируют жилье и коммерческие объекты при помощи профильных специалистов и своими руками. В ситуации же, когда человек, имеющий образование совершенно отличное от строительного, к примеру, хочет возвести самостоятельно дом, у него возникает ряд организационных и технических вопросов. И здесь не обойтись без помощи популярных и информативных сайтов о строительстве, услугах, тенденциях в сфере.

По данным статистики, одними из самых популярных веб-ресурсов, которые раскручиваются в сети интернет, являются сайты, связанные со строительной тематикой, в том числе промосайты строительных компаний. Подтверждают это разные факторы – вакансии по специальностям, запросы фирм и т.д.

Если говорить о тенденции роста сайтов строительной тематики, то топ-10 самых конкурентных тематик Рунета на сегодняшний день выглядит так:

Говоря о направленности строительных сайтов и порталов, можно выделить основные типы строительных сайтов:

Портал в рамках проекта будет относиться к последней, 4-й категории, – **строительный портал** с географией охвата – все регионы России.

При помощи данных и рейтинговых списков портала <http://www.liveinternet.ru> представляется возможным сопоставить доли рынка

сайтов и порталов различной тематики в Рунете, выделив строительную тематику в общем объеме интернет-ресурсов. Так, по состоянию на 3-й квартал 2016 года, доля сайтов по тематике «строительство» составляет ***%. Для сравнения, численность сайтов в категории «Знакомства и общение», куда входят социальные сети, составляет на момент анализа немногим более *** ресурсов, то есть ***% в процентном соотношении к общему числу ресурсов. Категории «Авто» – одна из наиболее многочисленных тематик (свыше ***ресурсов Рунета посвящено автомобильной тематике).

Так, в диаграмме ниже дан сравнительный анализ категории строительство в разрезе наиболее популярных категорий...

Тем не менее, если рассматривать категории не только с точки зрения долей в Рунете, но и по численности просмотров, то бесспорным лидером оказывается категория «Знакомство и общение» за счет уже упоминаемых социальных сетей (только соцсеть ВКонтакте в месяц имеет 435 млн. просмотров). Лидер же в категории «Строительство» – портал *** – имеет *** млн. просмотров ежемесячно (в категории «Авто» лидером является *** и *** млн. просмотров).

Таким образом, анализ данных LiveInternet позволил выделить лидеров рынка в сегменте «строительные порталы и сайты» – это компании, среди которых уже упомянутый выше ***, а также (приведен весь ТОП-10) ...

Специфика отрасли такова, что владельцы сайтов и порталов чаще всего держат статистику ресурсов закрытой, что вполне объяснимо, учитывая высокий уровень конкурентной борьбы в сфере.

Тем не менее, совокупный анализ группы сайтов в категории «Строительство» позволяет выделить некоторые особенности и тенденции, присущие данной тематике:

- Демографические и поведенческие характеристики аудитории (пол/возраст/пик временной активности);
- География посетителей (что важно при планировании маркетингового продвижения);

- Использование сайтов и порталов в разрезе платформ и операционных систем (важно при выборе механизмов разработки самой платформы);
- Источники трафика (то есть благодаря чему – или откуда – приходит основной поток целевой аудитории).

Портрет целевого посетителя портала

Итак, благодаря указанным направлениям, в целом посетителя строительного портала можно охарактеризовать следующим образом: мужчина/женщина (***) % против ***% посетителей), в возрасте ***лет, приходящие на портал *** (в ***% случаев) или из социальной сети *** (популярность ***%) в течение рабочего дня (с 8 утра до 17:00, с пиком с 11:00 до 16:00), с территории России (***)).

Временные пики можно также объяснить спецификой деятельности ядра аудитории – ***. Ниже приведены диаграммы, наглядно демонстрирующие тенденции, выведенные в процессе анализа рынка...

Анализ рынка job-порталов

Можно выделить следующие виды интернет-рекрутинга: ***

- ***
- ***
- ***
- ***
- ***

Все перечисленные виды онлайн-рекрутинга между собой можно разделить по принципу ... ***

Если говорить о рыночной доле джоб-порталов в структуре Рунета, то процент их несколько ниже, в сравнении с строительными порталами. Так, данные <http://www.liveinternet.ru> говорят о *** ресурсах по тематике «Работа» (на 3-й квартал 2016 года). В процентном выражении – это ***% (тематика

«Строительство» – ***%). Тем не менее, лидер тематики – *** – уверенно входит в ТОП-20 самых популярных интернет-ресурсов среди всех категорий, наряду с социальными сетями Вконтакте и Одноклассники, а также гигантом Mail.ru.

Неудивительно, что все большее количество владельцев сайтов отдают предпочтение джоб-тематике: по статистике, ***% соискателей прибегают к услугам подобных порталов, в особенности это касается крупных городов и миллионников. Важно отметить, что джоб-сайты являются источником информации и для работодателей: так, данные исследований подтверждают, что более трети кандидатов (***%) компании получают именно благодаря тематическим порталам по поиску работы/сотрудников.

Соответственно, можно уверенно говорить о современной актуальности портала, который включит в себя, в том числе, и строительные вакансии, а также о его растущем потенциале, так как оффлайн-средства поиска уходят в прошлое.

Анализ деятельности конкурентов

*** ...

Так, учитывая специфику проекта, конкурентными проектами выступают проекты трех категорий:

- строительные порталы с размещением заказов строительной тематики – прямая конкуренция;
- джоб-сайты – косвенная конкуренция;
- порталы – строительные биржи – косвенная конкуренция.

Ниже будут даны профили прямых конкурентов, т.е. строительных порталов с акцентированием внимания на порталах, которые выводят в качестве отдельного раздела или функциональной возможности биржу, где есть заказчики и исполнители.

Важно, что, по сути, такая биржа, хоть и является посредническим звеном между сторонами, не может обладать большой конкурентной силой по сравнению в разделом «Вакансии/Резюме», который будет создан инициаторами в рамках

рассматриваемого проекта, ввиду фактора «разовости» исполнения заказов и работ. В рамках же проекта речь пойдет именно о постоянном трудоустройстве.

*** ...

Стратегическая канва по проекту

На основе анализа конкурентов была построена конкурентная канва путем выставления экспертных оценок по набору следующих критериев:

- наличие биржи/вакансий;
- опыт работы на рынке;
- посещаемость площадки;
- наличие мобильной версии сайта и мобильного приложения;
- открытость информации о рекламных возможностях;
- активность в социальных сетях.

Каждой компании по каждому приведенному критерию были выставлены оценки от 1 до 5, таким образом, максимально возможный балл – 30. Результаты показаны на диаграмме и в таблице ниже...

Таким образом, как показал конкурентный анализ, максимальный балл не был выставлен ни одной из компаний ввиду отсутствия *** у каждого из представителей конкурентного окружения.

Учитывая специфику отрасли и активное использование мобильных устройств пользователями, наличие *** является одним из факторов лояльности конечного потребителя компании, ввиду чего инициаторами проекта в ближайшем будущем будет запланировано создание ***, что станет, в том числе, и сильным конкурентным преимуществом.

Что касается конкурентного окружения, то важно отметить, что проанализированные проекты отличаются значительным опытом и сроком функционирования на рынке, что объясняет и их сильные позиции среди аналогов, и серьезные поисковые позиции (в поисковых системах). Последний

фактор в значительной мере влияет на показатели посещаемости порталов, что отражено в профилях и сравнительной таблице.

Выводы согласно конкурентному анализу

Так, проведя глубокий анализ деятельности ближайших конкурентов, можно выделить их основные проблемы и не допускать их в будущей деятельности проекта. Для этого необходимо: ...

Содержание

| | |
|--|----|
| Раздел 1. Концепция проекта | 6 |
| Описание идеи проекта | 6 |
| Раздел 2. Анализ рынка | 16 |
| 2.1. Анализ рынка интернет-порталов в строительной сфере по России | 16 |
| 2.2. Портрет целевого посетителя портала | 19 |
| 2.3. Анализ рынка job-порталов | 22 |
| 2.4. Выводы | 25 |
| Раздел 3. Конкуренты | 26 |
| 3.1. Анализ деятельности конкурентов | 26 |
| 3.2. Стратегическая канва по проекту | 29 |
| 3.3. Выводы согласно конкурентному анализу | 31 |
| Раздел 4. Маркетинговый план | 33 |
| 4.1. Контекстная реклама | 33 |
| 4.2. Медийная баннерная реклама | 34 |
| 4.3. SEO-оптимизация (поисковое продвижение) | 35 |
| 4.4. Абонентское продвижение сайта | 35 |
| Раздел 5. Организационный план | 36 |
| 5.1. План найма персонала | 36 |
| 5.2. Календарный план реализации | 37 |
| Раздел 6. Финансовая модель | 39 |
| 6.1. Допущения | 39 |
| 6.2. Сезонность | 43 |
| 6.3. Цены | 44 |
| 6.4. Объемы реализации | 45 |
| 6.5. Выручка по проекту | 46 |
| 6.6. Персонал | 48 |
| 6.7. Затраты | 50 |
| 6.8. Налоговые платежи | 51 |
| 6.9. Отчет о прибылях и убытках | 52 |

| | |
|---|----|
| 6.10. Отчет о движении денежных средств | 53 |
| 6.11. Показатели экономической эффективности по проекту | 55 |
| Раздел 7. Анализ рисков проекта | 58 |
| 7.1. Анализ чувствительности по проекту | 58 |
| 7.2. Анализ безубыточности | 63 |

Перечень таблиц, диаграмм и рисунков

Таблицы

| | |
|---|----|
| Таблица 1. Платные услуги проекта | 14 |
| Таблица 2. Лидеры рынка в сегменте строительных порталов, 3-й квартал, 2016 год | 18 |
| Таблица 3. Профиль портала *** | 27 |
| Таблица 4. Профиль портала *** | 27 |
| Таблица 5. Профиль портала *** | 28 |
| Таблица 6. Профиль портала *** | 28 |
| Таблица 7. Профиль портала | 29 |
| Таблица 8. Сводная таблица по этапам разработки и затраты | 37 |
| Таблица 9. Календарная сетка реализации проекта | 38 |

Диаграммы

| | |
|--|----|
| Диаграмма 1. ТОП тематических категорий Рунета, 3-й квартал 2016 года, | 18 |
| Диаграмма 2. Стратегическая конкурентная канва | 30 |

Рисунки

| | |
|---|----|
| Рисунок 1. Раздел «Товары и услуги» | 8 |
| Рисунок 2. Раздел "Компании" | 8 |
| Рисунок 3. Раздел "Цены" | 9 |
| Рисунок 4. Пример внешнего вида калькулятора на портале | 10 |
| Рисунок 5. Внешний вид поискового окна портала | 10 |
| Рисунок 6. Новостной блок, раздел "Работа" | 12 |

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 "Стэл", Государственное предприятие УкрНИИИП "Масма", "Repoto 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»*