|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план магазина профессиональной косметики (с финансовой моделью) (выпуск 2)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета | 25.08.2016 |
| Количество страниц | 69 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 руб. |
| Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4 | **Цель БП:** Создание специализированного магазина профессиональной косметики с уровнем цен, на среднерыночных условиях.  Бизнес - план содержит следующие основные блоки:   1. Описание товара/услуги 2. Анализ рынка 3. Маркетинговый план 4. План продаж 5. Производственная часть 6. Организационно-управленческая структура 7. Финансовый план 8. Организационный план осуществления проекта 9. Нормативная информация   Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. Суть проекта Создание специализированного магазина профессиональной косметики с уровнем цен, на среднерыночных условиях. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта **Краткосрочная цель:** …  **Долгосрочная цель:** …. Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 5 года (60 месяцев). Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции **Продукт** - ….  **Цена** - ….    **Сбыт** – ….  **Продвижение** – …. Стоимость проекта Объем необходимых инвестиций - …. руб. Источники финансирования проекта Собственные средства. Выгоды и риски проекта **Выгоды:**   * ….   **Риски:**   * …..  Ключевые экономические показатели эффективности проекта: ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **5** | | 3 | **Резюме проекта** | | | **6** | |  | 3.1 | *Суть проекта* | | *6* | |  | 3.2 | *Долгосрочные и краткосрочные цели проекта* | | *6* | |  | 3.3 | *Расчетные сроки проекта* | | *6* | |  | 3.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции* | | *6* | |  | 3.5 | *Стоимость проекта* | | *7* | |  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | | *7* | |  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | | *7* | |  | 3.8 | *Ключевые показатели эффективности проекта* | | *7* | | 4 | **Анализ рынка** | | | **9** | |  | 4.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | | *9* | |  |  | 4.1.1 | Текущая ситуация в отрасли | 9 | |  |  | 4.1.2 | Факторы, влияющие на отрасль | 9 | |  |  | 4.1.3 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 10 | |  | 4.2 | *Общие данные о рынке* | | *10* | |  |  | 4.2.1 | Объемы и емкость рынка | 10 | |  |  | 4.2.2 | Сегментация рынка | 11 | |  |  | 4.2.3 | Сегментирование по виду продукции | 11 | |  |  | 4.2.4 | Сегментирование в зависимости от состава активных веществ | 11 | |  |  | 4.2.5 | Сегментирование в зависимости от типов кожи | 13 | |  |  | 4.2.6 | Сегментирование в зависимости от этапов ухода за кожей | 13 | |  |  | 4.2.7 | Сегментирование по регламентам использования | 13 | |  |  | 4.2.8 | Сегментирование в соответствии с ГОСТами | 14 | |  |  | 4.2.9 | Тенденции в различных рыночных сегментах | 16 | |  | 4.3 | *Ценообразование на рынке* | | *18* | |  | 4.4 | *Конкурентный анализ* | | *20* | |  |  | 4.4. | Количественная и качественная характеристика | 20 | |  |  | 4.4. | Профили компаний розничного сектора рынка | 21 | |  |  | 4.4. | Тенденции в направлении конкуренции между компаниями розничного сектора | 26 | |  | 4.5 | *Анализ потребителей* | | *26* | |  | 4.6 | *Сегментация потребителей* | | *26* | |  |  | 4.6.1 | Потребители в сегменте B2C | 26 | |  |  | 4.6.2 | Потребители в сегменте B2B | 27 | |  | 4.7 | *Структура осведомленности потребителей о брендах профессиональной косметики.* | | *27* | |  | 4.8 | *Потребительские предпочтения по функциональным группам, месту потребления* | | *28* | |  | 4.9 | *Потребительские мотивации и поведение при покупке профессиональной косметики* | | *30* | |  | 4.10 | *Особенности потребления профессиональной косметики в России.* | | *31* | |  | 4.11 | *Медиа-предпочтения потребителей профессиональной косметики* | | *32* | |  | 4.12 | *Потребительские предпочтения в сегменте В2С* | | *32* | |  | 4.13 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | | *36* | | 5 | **Описание услуги** | | | **38** | |  | 5.1 | *Основные определения и описание товара* | | *38* | |  | 5.2 | *Сегментация услуги* | | *38* | |  | 5.3 | *Перспективы развития товара/услуги* | | *38* | | 6 | **Маркетинговый план** | | | **39** | |  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | | *39* | |  | 6.2 | *Ценовая политика* | | *39* | |  | 6.3 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | | *39* | | 7 | **План продаж** | | | **41** | |  | 7.1 | *Цены на товары* | | *41* | |  | 7.2 | *План продаж на расчетный период* | | *41* | |  | 7.3 | *Организация сбыта* | | *42* | | 8 | **Производственная часть** | | | **44** | |  | 8.1 | *Описание производственного процесса* | | *44* | |  | 8.2 | *Требования к поставщикам* | | *44* | |  | 8.3 | *Состав и стоимость оборудования* | | *44* | |  |  | 8.3.1 | Амортизация основных средств | 45 | |  | 8.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | | *45* | |  | 8.5 | *Оценка затрат* | | *45* | |  |  | 8.5.1 | План по затратам | 47 | |  | 8.6 | *Оценка доходов* | | *50* | | 9 | **Организационно-управленческая структура** | | | **52** | |  | 9.1 | *Функциональное решение* | | *52* | |  |  | 9.1.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 52 | |  |  | 9.1.2 | Система налогообложения | 53 | |  | 9.2 | *Организационная структура* | | *53* | |  | 9.3 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | | *54* | |  | 9.4 | *Затраты на оплату труда* | | *55* | | 10 | **Финансовый план** | | | **56** | |  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | | *56* | |  | 10.2 | *Объем финансирования* | | *56* | |  | 10.3 | *Показатели эффективности проекта* | | *57* | |  | 10.4 | *Основные формы финансовых расчетов* | | *60* | |  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | | *67* | | 11 | **Организационный план осуществления проекта** | | | **69** | |  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | | *69* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Доля салонов красоты, делающих покупки в интернет – магазинах профессиональной косметики, %  Диаграмма 2. Отношение салонов красоты к покупкам в интернет-магазинах, %  Диаграмма 3. Ответы респондентов на вопрос «Какие марки профессиональной косметики для волос вы знаете?»  Диаграмма 4. Ответы респондентов на вопрос «Какие марки профессиональной косметики для ногтей вы знаете?»  Диаграмма 5. Ответы респондентов на вопрос «Какие марки профессиональной косметики для кожи вы знаете?»  Диаграмма 6. Ответы респондентов на вопрос «Какие марки профессиональной декоративной косметики вы знаете?»  Таблица 1. Показатели эффективности проекта  Таблица 2. Факторы, влияющие на отрасль  Таблица 3. Компании, осуществляющие розничную торговлю косметикой / профессиональной косметикой  Таблица 4. Сравнительная характеристика отдельных компаний розничного рынка профессиональной косметики  Таблица 5. Анализ результатов оценки важности критериев взаимодействия поставщиков профессиональной косметики и салонов красоты  Таблица 6. Цены на товары  Таблица 7. План продаж  Таблица 8. План продаж в натуральном выражении  Таблица 9. Состав и стоимость основного оборудования  Таблица 10. Управленческие расходы, руб.  Таблица 11. Коммерческие расходы, руб.  Таблица 12. Прочие расходы, руб.  Таблица 13. План по расходам на первый год проекта, руб.  Таблица 14. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 15. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 16. План по доходам на первый год проекта, руб.  Таблица 17. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 18. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 19. Штатное расписание  Таблица 20. Инвестиционные затраты  Таблица 21. Затраты до выхода на безубыточность  Таблица 22. Расчет итоговой стоимости проекта  Таблица 23. Чистый денежный поток, 1 проекта, тыс. руб.  Таблица 24. График окупаемости проекта, 2 и 3 год проекта, тыс. руб.  Таблица 25. График окупаемости проекта, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.  Таблица 26. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.  Таблица 27. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 28. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 29. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.  Таблица 30. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 31. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 32. Показатели эффективности проекта  Таблица 33. Анализ чувствительности проекта  Таблица 34. График реализации проекта  Схема 1. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП магазин професс. косметики 2016.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) специализируется на следующих сегментах рынка:

* Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
* ИТТ – рынок
* Рынок торгово-розничных предприятий
* Рынок отдыха и развлечений
* Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**