|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план интернет-магазина одежды с финансовой моделью**  |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 27.12.2016 |
| Количество страниц | 74 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 интернет-магазина среднего формата, специализирующегося на продаже одежды для взрослых.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 интернет-магазина среднего формата, специализирующегося на продаже одежды для взрослых.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 | **1. 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 экономические показатели эффективности проекта:* | *8* |
| 4 | **Сегментация рынка** | **10** |
|  | 4.1 | *Сегментация по наличию/отсутствию специализации интернет-магазина* | *10* |
|  | 4.2 | *Сегментация по специализации интернет-магазина* | *10* |
|  | 4.3 | *Сегментация по количеству заказов* | *12* |
|  | 4.4 | *Сегментация по стратегии сбыта* | *15* |
|  | 4.5 | *Сегментация по наличию/отсутствию у интернет-магазина собственной курьерской службы* | *15* |
|  | 4.6 | *Сегментация по географии* | *15* |
|  | 4.7 | *Тенденции в различных рыночных сегментах* | *16* |
|  | 4.8 | *Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования* | *17* |
|  | 4.9 | *Перспективы развития* | *17* |
|  | 4.10 | *Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг* | *18* |
| 5 | **3. Анализ рынка** | **19** |
|  | 5.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | *19* |
|  |  | 5.1.1 | Факторы, влияющие на отрасль | 19 |
|  | 5.2 | *Общие данные о рынке* | *19* |
|  | 5.3 | *Объем и емкость рынка Интернет-торговли* | *19* |
|  | 5.4 | *Прогноз развития рынка до 2018 г.* | *20* |
|  | 5.5 | *Ценообразование на рынке* | *21* |
|  | 5.6 | *Конкурентный анализ* | *23* |
|  |  | 5.6.1 | Описание профилей крупнейших компаний | 23 |
| 6 | **Интернет-магазин WILDBERRIES.RU** | **24** |
| 7 | **Интернет-магазин KUPIVIP.RU** | **25** |
| 8 | **Интернет-магазин LAMODA.RU** | **26** |
| 9 | **Интернет-магазин QUELLE.RU** | **27** |
| 10 | **Интернет-магазин LAREDOUTE.RU** | **28** |
|  |  | 10.1.1 | Анализ политики продвижения | 28 |
|  | 10.2 | *Анализ потребителей* | *29* |
|  | 10.3 | *Описание потребителей* | *29* |
|  | 10.4 | *Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов* | *30* |
|  |  | 10.4.1 | Структура пользователей по месту жительства | 30 |
|  |  | 10.4.2 | Структура покупаемых в Интернет-магазинах товаров | 30 |
|  | 10.5 | *Прогнозы* | *32* |
|  | 10.6 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | *32* |
|  |  | 10.6.1 | Предпочтения в способе оплаты | 33 |
| 11 | **4. Маркетинговый план** | **35** |
|  | 11.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | *35* |
|  | 11.2 | *Ценовая политика* | *35* |
|  | 11.3 | *Порядок осуществление продаж* | *36* |
|  | 11.4 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | *37* |
| 12 | **5. План продаж** | **41** |
|  | 12.1 | *Организация сбыта. Каналы сбыта.* | *41* |
|  | 12.2 | *План продаж на весь расчетный период.* | *42* |
| 13 | **6. Производственная часть** | **43** |
|  | 13.1 | *Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги* | *43* |
|  | 13.2 | *Требования к поставщикам* | *44* |
|  | 13.3 | *Состав и стоимость оборудования* | *45* |
|  |  | 13.3.1 | Технические характеристики оборудования | 45 |
|  |  | 13.3.2 | Офисное оборудование | 45 |
|  |  | 13.3.3 | Таблица 11. Состав и стоимость офисного оборудования | 45 |
|  | 13.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | *46* |
|  | 13.5 | *Оценка затрат* | *46* |
|  |  | 13.5.1 | План по затратам | 49 |
|  | 13.6 | *Оценка доходов* | *52* |
|  | 13.7 | *6.1. Функциональное решение* | *54* |
|  |  | 13.7.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 54 |
| 14 | **7. Организационно-управленческая структура** | **55** |
|  | 14.1 | *Организационная структура* | *55* |
|  | 14.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | *55* |
|  | 14.3 | *Затраты на оплату труда* | *56* |
| 15 | **8. Финансовый план** | **58** |
|  | 15.1 | *Основные параметры расчетов* | *58* |
|  | 15.2 | *Объем финансирования* | *58* |
|  | 15.3 | *Основные формы финансовых расчетов* | *59* |
|  | 15.4 | *Основные формы бухгалтерской отчетности* | *61* |
|  |  | 15.4.1 | Отчет о прибылях и убытках | 61 |
|  |  | 15.4.2 | Отчет о движении денежных средств | 65 |
|  | 15.5 | *Анализ чувствительности* | *71* |
| 16 | **10. Нормативная информация** | **73** |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Оборот интернет – торговли в 2014 году по категориям, %Диаграмма 2. Максимальные посещаемости интернет-магазинов по категориям (сентябрь/октябрь 2014 года), млн. посещений в месяцДиаграмма 3. Доля интернет-магазинов различного типа в общем объёме годового оборота магазинов, %Диаграмма 4. Доля интернет-магазинов различного типа в общем объёме годового оборота магазинов, %Диаграмма 5. Прогноз развития рынка интернет-торговли РФ, 2015-2018 гг., млрд. руб.Диаграмма 6. Распределение потребителей, совершавших покупку в Интернет-магазинах по регионам в 2014 году в России, %Диаграмма 7. Товары и услуги, покупаемые в Интернет-магазинах в 2014 году в России, млрд. рублейДиаграмма 8. Среднесуточное число заказов в товарных категориях в 2014 г., %Диаграмма 9. Предпочтения жителей России в форме оплаты покупок в Интернете, в 2014 годуТаблица 1. Ключевые экономические показатели эффективности проектаТаблица 2. Оборот интернет – торговли в 2014 году по категориям, млрд. руб., %Таблица 3. Среднегодовой оборот магазина в зависимости от категории, в 2014 г., млн. рублейТаблица 4. Положительные и отрицательные факторы влияющие на отрасльТаблица 5. Рейтинг интернет-магазинов, работающих в сегменте «одежда, обувь и аксессуары» по среднемесячному обороту в 2014г.Таблица 6. Цены на ассортимент продукции, руб.Таблица 7. Факторы микросреды влияющие на сбыт:Таблица 8. Факторы макросреды, влияющие на сбытТаблица 9. План продаж интернет магазина, шт.Таблица 10. Календарный план реализации проектаТаблица 11. Состав и стоимость офисного оборудованияТаблица 12. Управленческие расходы, руб.Таблица 13. Коммерческие расходы, руб.Таблица 14. Прочие расходы, руб.Таблица 15. План по расходам на первый год проекта, руб.Таблица 16. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 17. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 18. План по доходам на первый год проекта, руб.Таблица 19. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 20. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 21. Штат компанииТаблица 22. Инвестиционные затратыТаблица 23. Затраты до выхода на безубыточностьТаблица 24. Расчет итоговой стоимости проектаТаблица 25. Чистый денежный поток (1 год), тыс. руб.Таблица 26. Чистый денежный поток (2-3 год), тыс. руб.Таблица 27. Чистый денежный поток (4-5 год), тыс. руб.Таблица 28. Отчет о прибылях и убытках (часть 1)Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках (часть 2)Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках (часть 3)Таблица 31. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.Таблица 32. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.Таблица 33. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.Таблица 34. Показатели эффективности проектаТаблица 35. Анализ чувствительности проектаСхема 1. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП интернет-магазин одежды 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.**