

Бизнес-план

1. Конфиденциальность
2. Резюме
3. Этапы реализации проекта
4. Характеристика объекта
5. Целевая аудитория
6. Конкуренты
7. Концепция идеального продукта и перспективы развития
8. План маркетинга
9. Организационная структура
10. Оценка рисков и их оптимизация
11. Выводы

Приложения:

Приложение 1. Финансовая модель 10 млн

1. Конфиденциальность

Информация и данные, содержащиеся в данном бизнес-плане, являются конфиденциальными, предоставляются при условии, что они не будут переданы третьим лицам без предварительного согласия предприятия-заявителя и разработчика бизнес-плана.

Бизнес-план предназначен для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта и использования в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с заинтересованными инвесторами и кредиторами.

Принимая на рассмотрение данный бизнес - план, получатель берет на себя ответственность за соблюдение указанных условий.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные в данном документе, касающиеся расходов, объемов реализации, источников финансирования и прибыльности проекта, актуальны при условии форс мажорных обстоятельств и основываются на согласованных мнениях участников разработки бизнес-плана.

2. Резюме

Данный проект направлен на получение прибыли с продажи товаров на маркетплейсах. На данный момент уже запущены и функционируют 2 бренда на WildBerries. Уже протестировано несколько гипотез и выявлены рабочие системы продвижения товаров внутри маркетплейса.

Руководитель проекта **Погорелов Даниил Романович**

Данный проект направлен на:

1. Получение прибыли.
2. Расширение ассортиментной матрицы для увеличения объема продаж.

3. Удовлетворение потребительского спроса рынка в продаже товаров с заказом через систему Интернет.

Рассматривается финансирование в виде займа под **30 % годовых** необходимая сумма 1 раунда инвестирования 10 000 000 руб. Рассматривается частичное инвестирование от 200 000 руб. под 24% годовых, при сумме инвестирования от 1 000 000 процентная ставка составит 27%. Сумма инвестиций от 3 000 000 ставка 30% годовых (2,5% в месяц)

Выплата процентов по займу производится в течение 12 мес. с дальнейшим полным погашением суммы займа на 12 мес.

3. Сроки и основные этапы реализации проекта

I. Первым этапом является расширение штата. Основные вакансии, которые требуются:

1. HR-менеджер
2. Менеджер маркетплейса
3. Аналитик
4. Закупщик

II. Параллельно с этапом найма будет запущен процесс закупки товара. Данные по закупаемому товару его количеству есть в приложении 1

III. Третьим этапом является открытие собственного склада.

Открытие склада планируется к ноябрю месяцу, для оптимизации расходов хранения и упаковки, а также своевременному и грамотному под сорту товара на склады маркетплейса.

Так же для этих целей потребуется персонал:

1. Управляющий складом
2. Экспедитор
3. Упаковщики

IV. Седующий этап развития компании является расширение площадок сбыта топовых позиций товаров. В частности, речь идет о выводе товара на маркетплейс Ozon, с предварительным наймом профильного менеджера маркетплейса.

4. Характеристика объекта

Бренд на WildBerries представляет собой отдельную страницу с размещенными на ней товарами, (по терминологии маркетплейсов – карточки товаров). По сути бренд — это отдельный интернет-магазин, встроенный в экосистему маркетплейса.

В работе с маркетплейсами есть множество преимуществ относительно интернет-магазинов - это быстрый старт, гораздо меньшие постоянные затрат, быстрая окупаемость, более широкий круг покупателей.

При работе с маркетплейсами имеются следующие расходы:

- 1) Комиссия маркетплейса;
- 2) Логистика до покупателя;
- 3) Хранение на складе маркетплейса;

Данные затраты являются переменными и зависят от количества товара и продаж через маркетплейсы.

По мнению экспертов, для "быстрого старта" на маркетплейсе в самом простом варианте, не нужны отдельные офисные помещения, склады и большой штат. Для этого нужно снять комнату, фотографии заказывать в фотостудии, а товар забирать со складов поставщиков и упаковывать на фулфилманте.

Для работы на маркетплейсе нет необходимости в разработке системы интернет-магазина которая обошлась бы порядка 2000-5000 долларов.

Достаточно сделать качественный фото и видео контент, а также правильно составить описание к товару.

Также не нужно придумывать доменное имя для интернет-магазина вида www.домен.ru, а затем тратить большой рекламный бюджет на продвижение сайта в поисковых системах.

Нужно добавить, что ежемесячно потребуются офисные расходы на расходные материалы для оргтехники, канцелярские товары и пр.

Средняя стоимость одного товара будет зависеть от того товара, который предлагается владельцем. Минимальная стоимость товаров от 1500 рублей, при этом средняя прибыльность не менее 30%. Товар с меньшей стоимостью и маржинальностью не имеет смысла рассматривать т.к. затраты от логистики будут забирать основную часть прибыли.

Для того, чтобы товар хорошо продавался необходимо вывести его в топ в категории маркетплейса.

5. Целевая аудитория

Основная целевая аудитория маркетплейсов: 80 % это женщины; и основная их часть — это женщины от 20 до 45 лет со средним и ниже среднего достатком, в основном мамочки.

Проблематика ЦА: люди все больше заказывают вещи и товары из дома, при этом не обременяя себя походом в магазин и освобождая время для других дел, в частности заботой о детях.

6. Конкурененты

Маркетплейсы, в частности **WildBerries** очень сильно развиваются и все больше и больше поставщиков хотят на этом заработать и этому способствует большое количество курсов и обучений по торговле на маркетплейсах. Но мало кто на этих курсах учит проводить правильный анализ рынка.

Большинство из этих поставщиков заходят на маркетплейсы с точки зрения того, что бы им хотелось продавать и зачастую не смотрят на спрос рынка, либо проводят поверхностный анализ, а это лотерея, зайдет этот товар или нет вероятность крайне низкая.

Только малая часть поставщиков делает глубокий, детальный анализ рынка или его части. И к таким поставщикам относится наша компания. Мы проводим детальный анализ рынка и заходим только с тем товаром, который продается и на который спрос превышает предложения, таким образом мы не просто отбираем часть рынка у уже существующих игроков, а занимаем свободную часть рынка где имеется упущенная выручка.

7. Концепция идеального продукта и перспективы развития

Наша компания придерживается стратегии продажи сезонных товаров, т.к. на данный товар делается максимальная наценка и прибыль по ним можеткратно превышать вложенные средства и достигать до 300% от вложенного капитала.

Таким образом можно определить, что какого-то одного идеального товара для нашей компании нет и ассортиментная матрица будет состоять из товаров разных категорий. Но можно описать характеристики данного товара:

- Минимальная наценка 300%;
- Минимальная маржинальность 30%;
- Не габаритный товар;

- Имеет явно выраженную сезонность.

Но т.к. расположение товаров разного назначения на странице одного бренда выглядит несуразно и отталкивает покупателей то соответственно и брендов, которое наша компания заводит на маркетплейс может быть несколько.

Основные направления, на которые сейчас нацелена наша компания:

- Товары для школы (юбки, блузки)
- Пуховики
- Джинсы
- Куртки и джинсовки
- Также смотрим Купальников

8. План маркетинга

Главное преимущество маркетплейса заключается в том, что привлечение покупателей на площадку маркетплейс берет на себя. Задача поставщиков на начальных этапах заключается в том, чтобы продвинуть свой бренд в топ рейтинга внутри самого маркетплейса, для получения больших охватов, а впоследствии и больших продаж.

На данный момент существует несколько способов добиться этого, но все равно все сводится к одному и это непосредственная выручка, которую тот или иной товар делает внутри маркетплейса, т.к. чем больше товар подается, тем больше маркетплейс зарабатывает комиссии.

И самым действенным способом добиться этого является самовыкуп товара через специальные сервисы. Сумма и количество выкупов на прямую зависит объема рынка и количества крупных конкурентов на этом

рынке. Выкупленный товар потом возвращается на склад маркетплейса путем подгрузки этого товара, а средства за выкуп приходят на расчетный счет за вычетом комиссии маркетплейса.

Еще одним способом продвижения товара является: повышение количества категорий, в которые попадает данный товар внутри маркетплейса. И это достигается путем правильной работы с описанием товара в карточке товара. Также сюда можно отнести и SEO-оптимизацию для отображения карточки товара в поисковых системах.

И конечно же на маркетплейсе можно продвигаться с помощью закупки внешнего трафика: таргетированная реклама; закупка рекламы у блогеров; РСЯ и другие.

9. Организационная структура

На данный момент в структуру компании вхожу я и мой ассистент по работе с маркетплейсом. Ассистент занимается заполнением карточки товара, отвечает на вопросы покупателей и на отзывы и контролирует отгрузки товаров со склада фулфилмента на склад Wildberries.

Я занимаюсь анализом рынка, поиском поставщиков, закупкой товара и отгрузкой его на склад фулфилмента. Упаковка и маркировка товара производится на фулфилменте по техническому заданию составленным мною.

Сейчас ведется поиск и найм HR-менеджера. В его задачи будет входит выстраивание структуры компании, описание процессов, найм и введение в должность новых сотрудников.

Следующим этапом найма будет найм более опытного менеджера по работе с маркетплейсами.

Далее найм закупщика-аналитика, планируется, что это будет закупщик с навыками анализа рынка Wildberries. Если не удастся нанять такого

специалиста, но будет достойный кандидат, на его закупщика, будет также наниматься отдельный аналитик.

Планируется поиск маркетолога и таргетинга для качественной настройки рекламной кампании и привлечение внешнего трафика.

Также в планах по развитию компании стоит и отказ от фулфилмента и переход на собственный склад, но это после преодоления порога в 10 млн выручки, следовательно, потребуется складское помещение, стеллажи, термопринтер для печати штрих-кодов, вакуумный упаковщик и компьютер. А также весь необходимый персонал: администратор склада, упаковщик, грузчик и экспедитор.

На склад потребуется нанимать Управляющего, который будет контролировать остатки и вовремя подгружать их на склады Wildberries

10. Оценка рисков и их оптимизация

Риски при ведении данного вида бизнеса состоят в следующем:

Неправильно выбранный товар – данную проблему закрывает наша стратегия и система аналитики, которая позволяет выбрать товар с высоким спросом;

Товар не будет продаваться – в случае если товар не будет продаваться мы снижаем цену на товар до себестоимости, распродаем товар и возвращаем деньги в оборот для закупки другого товара;

Некачественный товар – мы контролируем поставку товаров и постоянно проверяем качество товара и его выбраковку и в случае если она превышает 5%, то мы перестаем работать с данным поставщиком, за редкими исключениями;

Сложно завоевать лояльность аудитории – для повышения лояльности покупателей мы следим за качественной упаковкой товара, отвечать на

вопросы покупателей и вкладывать дополнительные подарки для повышения лояльности;

Высокие издержки маркетплейса– для снижения комиссии Wildberries и логистики маркетплейса, мы распределяем товар по складам маркетплейса со сниженной ставкой по логистики, а также контролируем процент выкупа, за счет качества товара и его упаковки.

11. Выводы

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, является прибыльным и перспективным. Одними из главных условий его функционирования является грамотно построенные алгоритмы работы с поставщиками и своевременная подгрузка товара на склады Wildberries, привлекающие потенциальных потребителей товары. Создание компании по поставки товаров на маркетплейсы потребует грамотный анализ и выбор товара, тщательной проработки и значительных капитальных вложений. Я как руководитель проекта понимаю, и берет на себя ответственность за создание предприятия такого масштаба и характера.