

БИЗНЕС – ПЛАН

Модуль 3 Маркетинг

«ДекорАРТ»

Авторы проекта: Савина Л.А.
Зайнетдинова Д.Т.

Руководитель: Сазанова Илона Евгеньевна

Задачи проекта

Краткосрочные	Среднесрочные	Долгосрочные
<p>Запустить бизнес</p> <p>Достигнуть выручку 200 000 рублей в месяц</p> <p>Реклама на всех площадках (личный сайт, сайт «Горько», соц сети, Яндекс-услуги, «Авито» и др.).</p> <p>Формирование коммерческих связей для получения комиссионных</p> <p>положительные рекомендации от клиентов</p> <p>построение эффективной воронки продаж</p>	<p>расширение ассортимента услуг</p> <p>увеличить штат сотрудников до 12 человек</p> <p>Повысить профессиональные качества сотрудников</p> <p>Увеличить выручку на 400 % в месяц</p> <p>Повысить прайс в связи с высоким качеством представленной услуги</p>	<p>Открыть филиал в г. Похвистнево, Кинель, Сызрань, Тольятти.</p> <p>Записать и продавать онлайн курс «Декор»</p>

Рекламная модель AIDA

A = внимание: наличие группы в соц. сетях и красочный плакат привлечет внимание потенциальных клиентов.

I = интерес: группа в соц. сетях подогревает интерес целевой аудитории. Отталкиваясь от проблемы наш заголовок «Наша работа - исполнять мечты», он подогревает интерес наше УТП «только современный и качественный декор, работа профессионалов» наши клиенты хотят знать, как сделать самое лучшее оформление

D = желание: сделай свой день запоминающимся

A = действие: Закажи лучший декор

Рекламные компании



Каналы сбыта

Интернет-магазин (сайт, группы в соц. Сетях, блогеры, рекомендации, администраторы ресторанов)



Потребитель

Стратегия маркетинга

Товар/рынок	Старый товар	Новый товар
Старый рынок	Проникновение на рынок	Развитие товара
Новый рынок	Развитие рынка	Диверсификация

Критические стадии бизнес-процессов «ДекорАРТ»

Критические стадии бизнес-процессов	Характеристика
Отсутствие запланированного количества клиентов	Приведет к невыполнению плана продаж, соответственно снижению прибыли, повышению цен и снижению конкурентоспособности
Смена собственника арендуемого помещения	Возможность расторжения договора, повышение арендной платы.
Повышение арендной платы	Приведет к снижению прибыли, либо к повышению цен и снижению конкурентоспособности
Выявление клиентского запроса	Неверное определение сути запроса ведет к неправильному взаимодействию с клиентом и потере клиента

Таблица 12- Позитивный и негативный вариант развития бизнеса

Позитивный	Негативный
Расширение услуг ассортимент товаров	Формирование ассортимента исключительно по запросу клиента
Увеличение штата сотрудников – администратор – сайта, бухгалтер, монтажники, кладовщик	Сужение целевой аудитории
Стабильный спрос – формирование постоянной базы клиентов	Низкий спрос на услугу – пандемия, экономический спад
Средний чек 25000+ рублей	Средний чек ниже 15000+ рублей

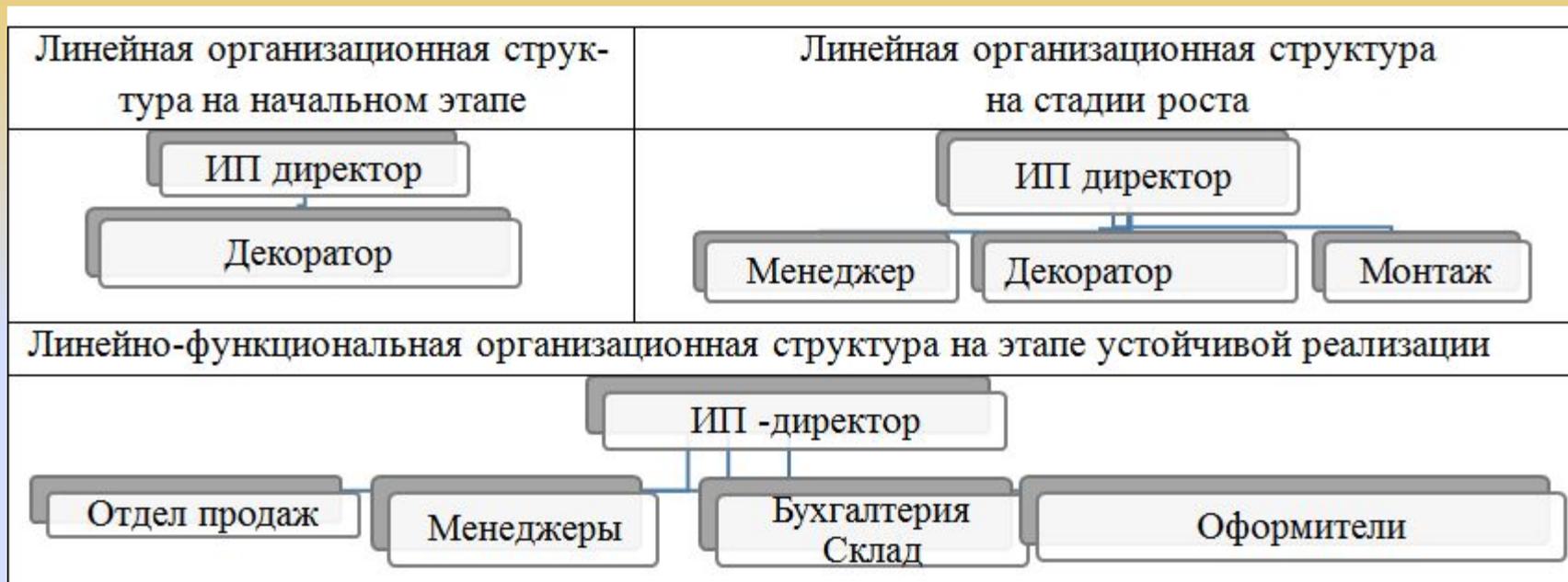
Таблица 13 – Антикризисный план

Негативный	Решение проблем
Формирование ассортимента исключительно по запросу клиента	Концентрация на наиболее востребованных тканях и декора, трендовых цветов
Сужение целевой аудитории	Пересмотр финансирования маркетинговых инструментов, изменение маркетинговой стратегии
Низкий спрос на услугу – отсутствие Низкий спрос на услугу – пандемия, экономический спад	Коллаборация с блогерами по бартеру (за рекламу), активное ведение соц сетей, розыгрыши. Онлайн курс «Декор»
Средний чек ниже 25000+ рублей	Предложение системы скидок, лояльности клиентам, услуг с невысокой стоимостью.

Потребности в ресурсах

Материальные ресурсы:	Информационные ресурсы:
<p>Швейная машина , Гладильная доска с парогенератором Цифровая камера, Объектив, Усилитель мощности, Активная акустическая система, Радиосистема вокальная Проектор, Экран для проектора, Стол офисный 3шт, Стул офисный 3шт, Ноутбук, Панорамный светодиодный прожектор Генератор снега, Генератор легкого дыма, Генератор мыльных пузырей, Газовый баллон для шариков, Бензиновый генератор Принтер, Микшерный пульт</p>	<p>Маркетинговые исследования, законодательные акты в области бухгалтерского учета, налогового и гражданского законодательства.</p>
Финансовые ресурсы:	Кадровые ресурсы:
<p>Денежные средства на первоначальном этапе в сумме 377752 250 00рублей грант и 127752 (собственные сбережения Савина Лады)</p>	<p>Декораторы - умение проводить оформлять , оформители Бухгалтер – знание программы 1 С.</p>

Организационная структура управления «ДекорАРТ» в трех периодах (краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный)



6 УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

Прогноз продаж услуги на 2021г.

Показатели	1	2		3
	Приход де- нег, руб.	Отток денег, руб.		Остаток руб. (1-2)
		Расход, руб.	Налоги, руб.	
Первоначальные вложения	300 000,00	377 752,00	-	-77 752,00
1 месяц	143 000,00	122 254,00	18 590,00	-75596,00
2 месяц	143 000,00	122 254,00	18 590,00	-73 440,00
3 месяц	143 000,00	122 254,00	18 590,00	-71 284,00
4 месяц	143 000,00	122 254,00	18 590,00	-69 128,00
5 месяц	143 000,00	122 254,00	18 590,00	-66 972,00
6 месяц	143 000,00	122 254,00	18 590,00	-64 816,00
7 месяц	179 500,00	122 254,00	23 335,00	-30 945,00
8 месяц	179 500,00	122 254,00	23 335,00	2 966,00

Бизнес модель Остервальдера ИП «ДекорАРТ»

<p>ПАРТНЕРЫ ресторан «Рич Гарден», «Распутин», «Максимилиан», «ЯР», «Фламан», таверна «Фигаро», кафе «Старый Замок», «Разгулай», и многими другими в г. Похвистнево-ресторан «Фьюжен», кафе «Березка» Корпоративная связь (Билайн, МТС) Интернет провайдер (ЭГС телеком), Коммунальные поставщики (Самараэнерго, горводоканал, Межрегионгаз), Типография (печать визиток, флаеров) «НЕТПринт», Рекламное агентство «Skiler», монтажные работы</p>	<p>ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Предоставление услуги, оформление, неоновое оформление залов торжества</p> <p>РЕСУРСЫ: Материальные ресурсы (Помещение, столы, стулья, шкафы, компьютеры, принтер, аппаратура для проведения шоу) Персонал (директор, менеджеры, аниматоры, водители, видео операторы), финансы (личные средства основателя ИП)</p>	<p>ПРОДУКТ Декор, выездная регистрация, оформление фотозоны, оформление ширмы, столов, залников, стульев, презитивума. Создание индивидуального дизайна, оформление фужеров, бутылкок, пригласительных</p>	<p>ЦЕННОСТИ: Высокое чувство стиля, клиентоориентированность, качество исполнения</p> <p>КАНАЛЫ СВЯЗИ Администраторы ресторанов, сотрудники Загса, Интернет, телефон, личные связи, социальные группы (Vk, Instagram), сайт «ДекорАРТ», чат бот в телеграмме, WhatsApp, Viber. Электронная почта.</p>	<p>СЕГМЕНТЫ КЛИЕНТОВ B2C Мужчины, женщины – заказывающие оформление торжества. B2B руководители кафе, ресторанов, заказывающие декор</p>
<p>РАСХОДЫ: закупка тканей декора, свеч, искусственных цветов, закупка офисной мебели, закупка компьютеров и орг. техники, зарплата сотрудникам, отчисление в ПФР, ФСС, уплата налогов, аренда, расходы на телефонную связь, интернет, GSM, амортизацию, продвижение бизнеса (реклама, ведение соцсетей)</p>			<p>ДОХОДЫ: Выручка от предоставления услуг оформления, выручка от продажи стилистически товаров</p>	