

БИЗНЕС – ПЛАН

«ДекорАРТ»

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

Руководитель: Сазанова Илона Евгеньевна

САВИНА ЛАДА АНАТОЛЬЕВНА



Организованна и всегда следую оставленной цели. Идеально разбираюсь в стилях, сочетании цветов и модных трендах.

Легко обучаемая, прошла курсы «Личная эффективность предпринимателя» от Сбербанка.

Способна работать в стрессовых условиях. Мотивирую окружающих на общий успех, грамотно делегирую задачи и контролирую результат.

+79370725569

ladasavina201002@gmail.com

[https://vk.com/ LadaSavinova](https://vk.com/LadaSavinova)

ЗАЙНЕТДИНОВА ДИНАРА ТЯУФИКОВНА



Креативная и внимательная!!! Очень люблю создавать красоту. Обладаю организаторскими способностями, легко взаимодействую с людьми.

Увлекаюсь блогерством, активно веду социальные сети, создаю увлекательный контент.

Имею опыт работы в Графические программы для свадебного декоратора. CorelDraw, 3d MAX, Photoshop, Sketch Up.

Обладаю навыками тайм менеджмента

+79635894259

Magdieva@bk.ru

https://vk.com/magdieva_1

1. РЕЗЮМЕ БИЗНЕС-ИДЕИ

Рынок услуг в своем роде уникален. В развитых странах более 30% рабочей силы задействовано именно в сфере услуг. В России в связи с интенсивным ростом числа предпринимателей и частных фирм этому сектору предрекают великое будущее. Уже давно было замечено, что повышение благосостояния населения обязательно ведет к желанию закрепить собственный престиж, переложить часть своих обязанностей на третьи лица. Когда речь идет о выполнении каких-либо функций, о которых имеешь не совсем четкое представление, и в то же время существуют независимые люди, которые сделают это намного лучше и быстрее, инстинктивно возникает мысль: «Почему бы, не поручить данную работу им, за хорошее вознаграждение, конечно?!»

Конкурентоспособность ДекорАРТ обеспечивается профессионалами, отлично знающими свое дело, учет личных пожеланий и предложений заказчика, соответствие цен качеству услуг.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА КОМАНДЫ

GAIN	
✓	Сила бренда, гарантийные обязательства
✓	Сильная команда профессионалов
✓	Способность быстро реагировать на изменяющиеся условия, клиентоориентированность
✓	Взаимозаменяемость
✓	Фокус на послепродажной поддержке



2. ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ

Цель проекта: получение положительных финансовых результатов, создание специализированного агентства свадебных церемоний-«выездная регистрация брака», предоставление многочисленных услуг по проведению семейных торжеств, посвященных бракосочетанию, приближенных к международному уровню, создание 6 рабочих мест.

Слоган проекта: ДекорАРТ - наша работа исполнять мечты! **Миссия проекта:** Удовлетворение потребностей клиентов в оформлении праздничных мероприятий.

Концепция бизнес проекта – создание и оформление в едином стиле значимого торжества. **Ценности «ДекорАРТ»:** Высокое чувство стиля, разработка индивидуального дизайна и воплощение его вплоть до мелочей. Профессиональная консультация и качественная работа. **Форма собственности** – ИП. ОКВЭД 92.3 – прочая зрелищно-развлекательная деятельность, 74.84 (предоставление прочих услуг), 74.81 (деятельность в области фотографии). **Налогообложение ИП – 13%** Согласно **целям SMART** с использованием показателей КРІ, проекта «ДекорАРТ» **задачами** являются:

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

Общая стоимость проекта «ДекорАРТ»: Под реализацию данного инвестиционного проекта планируется выделение собственных финансовых ресурсов в сумме 127 752 рубля 250 000 – грант по программе «Поддержка бизнеса»

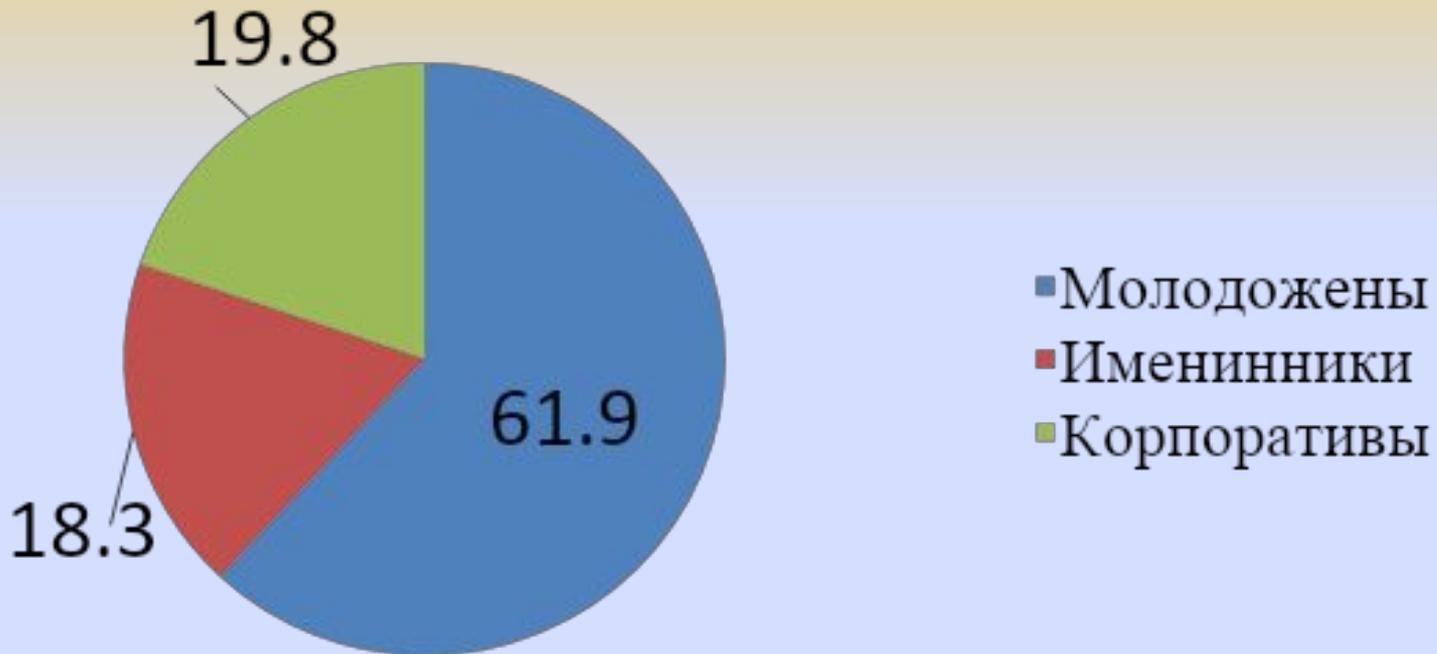
Сроки окупаемости бизнес-проекта: С учетом гранта (субсидии) 8 мес. Без учета гранта (субсидии) 23 мес. **Бюджетная эффективность.** Валовая сумма уплаты налогов в год составит 221 550 рублей **Показатели рентабельности:** 50,67%. **Сроки окупаемости:** 1 год 11 месяцев. Стоимость проекта составит 377752 руб. Срок окупаемости при пессимистичном прогнозе продаж составит 23 месяца. При финансовых расчетах данного бизнес-плана учитывались такие факторы как сезонность, рост выручки в связи с повышением качества услуги. Средний чек на услуги – 25000 руб.

Компания «ДекорАРТ» оказывает услуги оформления торжества, принимая заказы через социальные сети, сайт компании и администраторов ресторанов города Самара, находится по адресу: г. Самара, ул. Победы, 80 офис. 1 (субаренда). Для открытия бизнеса не требуется получение лицензии.

Для оформления ИП «ДекорАРТ» использует в основном ткани, ленты декор, для уменьшения расходов планируется закупать все у одного поставщика, чтобы получить объемную скидку

3. ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК

B2C	B2B
Основная целевая аудитория будущие молодожены. Женщины и мужчины в возрасте от 18 до 60 лет (ядро)	Рестораны, кафе, парки, загородные отели, базы отдыха



Покупатели и потребители услуг «ДекорАРТ»

	Покупатели услуги	Потребители услуги
B2C	Мужчины и женщины в возрасте от 18 до 60 лет. Родители молодоженов, родители выпускников	Молодожены, изменники, выпускники
B2B	Владельцы, администраторы Кафе, рестораны, базы отдыха, столовые. Владельца магазинов – на открытие магазина	Гости, приглашенные на мероприятия

Портрет потребителя для рынка

Показатель	Значение
Географический	
Место проживания	г.о. Самара
Социально-демографический	
Возраст/пол	М.Ж. от 18 до 65, выпускники (сады, школы) от 6 лет
Гендерный признак	Мужчины и женщины
Уровень дохода	Уровень дохода родителей свыше 30000,00
Психографический	
Образ жизни	активный
Тип личности	Увлекающаяся натура
Поведенческий	
Повод для использования услуги	Украсить праздник
Интересы	Красота, эстетика стиль
Принцип выбора услуги	Реклама, рекомендации, традиции
Типичные проблемы, которые может решить товар	Некрасивое помещение, скучное торжество, не яркая фотозона

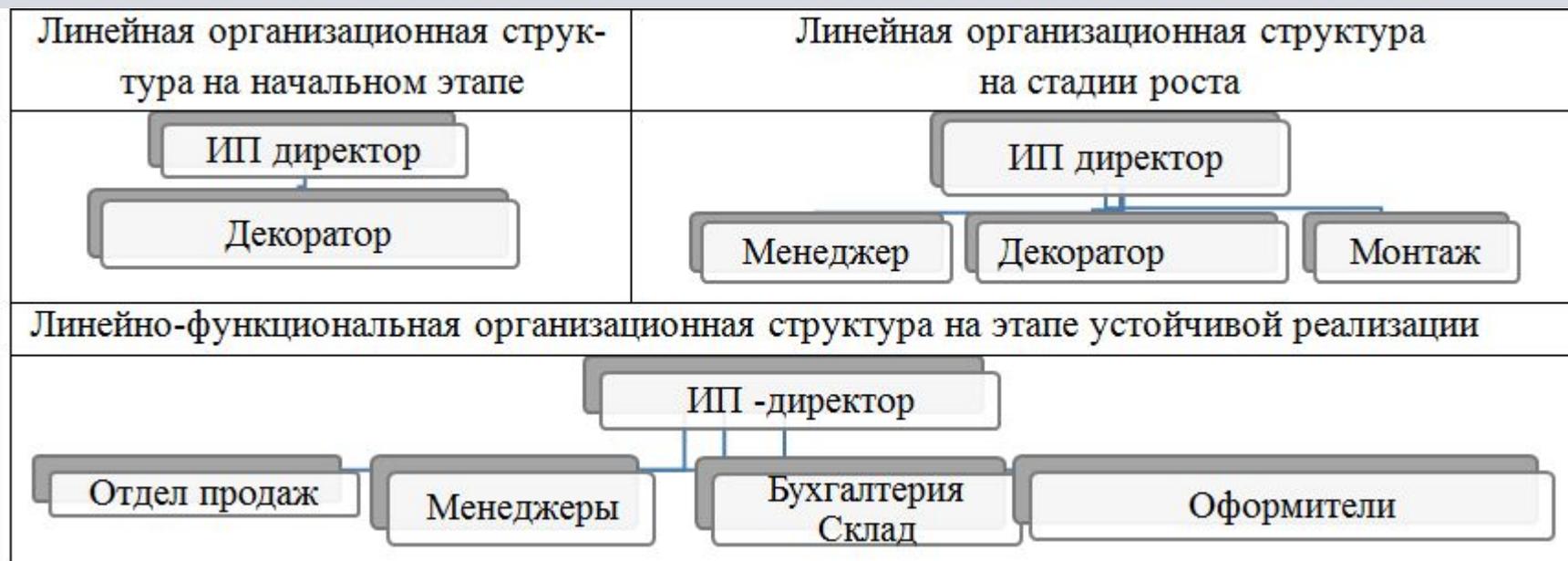
4. ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

Ключевые бизнес-процессы «ДекорАРТ»

Бизнес процес-сы	Характеристика бизнес процесса	Показатели эффективности бизнес процесса
Поддерживающий		
Анализ рынка	-сегментирование и анализ целевой аудитории; - опрос в googleформе; -изучение лицензионных маркетинговых исследований	-мониторинг потребностей покупателей «ДекорАРТ»; -систематическое обновление портрета потребителя.
Анализ деятельности конкурентов	- анализ деятельности конкурентов.	- мониторинг деятельности конкурентов; сравнительный анализ деятельности компании
Управление персоналом	-найм сотрудников; -проведение повышение квалификации сотрудников; составление плана мотивации персонала; оценка результатов и эффективности Качества бренда	-достижение сотрудниками эффективных показателей работы; - низкий коэффициент текучки кадров.
Операционный		
Формирование пакета услуг	-анализ ассортимента услуг -формирование ассортиментной линейки.	Для работы с NPS и LTV (Lifetimevalue – сумма доходов с одного клиента пока он пользуется вашей услугой)
Оказание услуги проведения оформления за-ла, торжества	-выбор метода реализации услуги -разработка шоу, работа совместно с другими сотрудниками event; контроль качества оказания услуг. Открытие филиалов, довольные клиенты	-положительные отзывы клиентов «ДекорАРТ» - отсутствие претензий клиентов. - мотивация и развитие совместной работы
Привлечение клиентов B2C сегмента	-продвижение в соц. сетях и с помощью сайта, коллаборация с помощью блогеров, рекомендации, сотрудничество с администраторами ресторанов	-увеличение числа привлеченных клиентов, улучшение качества услуги
Привлечение клиентов B2B сегмента	-встречи и заключение договоров с владельцами, администраторами ресторанов, кафе, базы отдыха г.о. Самара оказывающих event услуги	-выполнение показателей продаж.
Управляющий		
Формирование стратегии компании	- формирование краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных целей; - оценка результатов достижения поставленных целей.	-достижение поставленных целей.

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



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

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

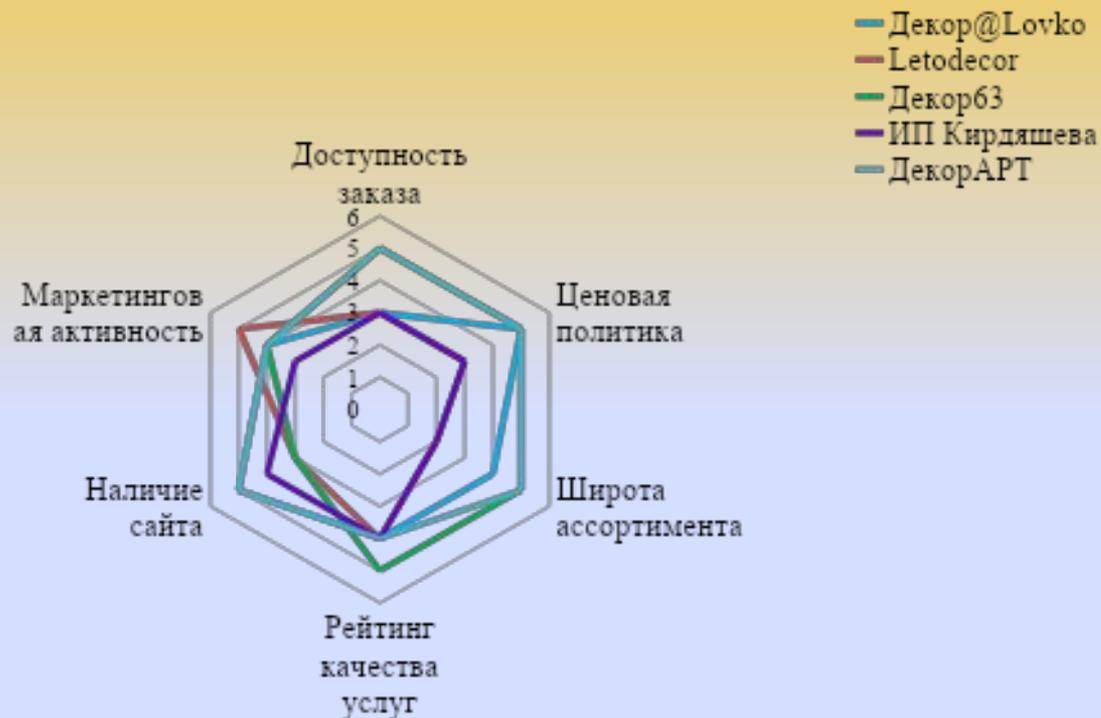
Таблица 13 – Антикризисный план

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.

5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Таблица 14 - Сводный анализ конкурентной среды (5 Сил Портера)

Параметр	Значение	Описание	Направление работы
Угрозы со стороны товаров-заменителей	Низкая	«ДекорАРТ» обладает уникальным предложением на рынке г.о. Самара, предлагает оформление в стиле НЕОН	Поддерживать стратегию лидерства в нише, совершенствовать предложение за счет внедрения комплексной услуги, расширять ассортимент.
Угрозы внутренней конкуренции	Высокий	Рынок «ДекорАРТ» является высоко конкурентным для г.о. Самара	Проводить постоянный мониторинг предложения конкурентов. Проводить мероприятия по повышению осведомленности об услуге
Угрозы со стороны новых игроков	Высокий	Высокий риск ввода новых игроков, за счет привлекательности за счет высокой маржи и отсутствия лицензирования	Необходимо проводить постоянный мониторинг новых компаний, маркетинговые мероприятия с целью привлечения клиентов повышения их лояльности.
Угрозы потери текущих клиентов	Средний	Существование более выгодных предложений услуги, по более низкой цене, но более низкого качества. Падение продаж при уходе клиентов.	Расширение ассортимента. Повышение качества оказания услуги.
Угроза нестабильности поставщиков	Средний	В случае повышенного спроса на декор, требуется закупка материалов, тканей, может возникнуть угроза с поставками	Анализ деятельности поставщиков по рейтинговой системе, возможность смены поставщика.
Итого	Средний	3,8	



Анализ конкурентной среды

Таблица 15–SWOT- анализ «ДекорАРТ»

Сильные стороны	Слабые стороны
Уникальность предложения НЕОН. Отсутствие прямой территориальной конкуренции. Широкий охват сегментов рынка В2В, В2С Не требует дополнительных лицензий и патента. Высокая квалификация сотрудников. Доступные цены. Высокое качество исполнения	Снижение доходов население. Заккрытие ресторанов, кафе (пандемия) Отсутствие опыта работы на рынке услуг. Постоянно меняется мода, растут затраты
Возможности	Угрозы
Открытие филиала, сотрудничество с партнерами за комиссионные	Появление у крупных игроков на рынке аналогичных предложений. Появление аналогов с более функциональными характеристиками. Снижение доходов

Стратегия маркетинга

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

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



Потребитель

Каналы сбыта

Модель комплекса маркетинга 4P для «ДекорАРТ»

Продукт (Product)	«ДекорАРТ» – предлагает современное модное оформление, дизайн
Цена (Price)	Продукция «ДекорАРТ» предлагается в разных ценовых сегментах от 1500 руб. до 85000 руб., что позволяет удовлетворить потребности различной целевой аудитории. Средний чек 25000 руб.
Местопродажи (Place)	Сбыт осуществляется через систему интернет - заказов и по договорам с организациями, физ лицами
Продвижение (Promotion)	Продвижение продукции осуществляется с помощью инструментов: соц. сети (VK: таргетинг и реклама в сообществах, Instagram). Сайт «ДекорАРТ», рекомендации администраторов ресторанов
Люди (People)	Наши декораторы имеют высокую квалификацию, внимательны к каждому клиенту

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

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>	