

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

## ОТКРЫТИЯ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОГО МАГАЗИНА

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

г. Москва



<b>Аннотация .....</b>	<b>3</b>
<i>Цели исследования.....</i>	<i>3</i>
<i>Представленная информация .....</i>	<i>3</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>4</b>
<b>Список Приложений .....</b>	<b>7</b>
<b>Список диаграмм и таблиц.....</b>	<b>8</b>
<b>Содержание бизнес-плана.....</b>	<b>9</b>
<i>Суть проекта.....</i>	<i>9</i>
<i>География исследования.....</i>	<i>9</i>
<i>Методы сбора информации .....</i>	<i>9</i>
<i>Описание сегментов рынка .....</i>	<i>9</i>
<i>Конкурентный Анализ (пример описания одного участника рынка) .....</i>	<i>10</i>
<i>Л`Этуаль .....</i>	<i>10</i>

## АННОТАЦИЯ

### Цели исследования

Открытие парфюмерно-косметического магазина среднего ценового сегмента (мидл-класса).

### Представленная информация

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание услуг
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### ОГЛАВЛЕНИЕ

#### 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Расчетные сроки проекта

Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг

Стоимость проекта

Источники финансирования проекта

Выгоды и риски проекта

Ключевые экономические показатели эффективности проекта

#### 2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ)

Функциональное назначение услуг

Виды продукции

Стоимость продукции, принятая концепция ценообразования

Требования к контролю качества

Возможности для дальнейшего развития услуг

Патентно-лицензионная защита услуг

#### 3. АНАЛИЗ РЫНКА

Анализ положения дел в отрасли

Текущая ситуация в отрасли

Факторы, влияющие на отрасль

Тенденции развития отрасли

Общие данные о рынке

Объем рынка, потенциальная емкость рынка

Структура рынка

Ценообразование на рынке

Конечные потребители

Потенциальные потребители услуг

Сегментация потребителей по их потребностям, оценка сегментов потребителей

Описание основных сегментов потребителей, потребительские предпочтения

основных сегментов потребителей

Выбор и обоснование целевого сегмента

Конкурентный анализ

Описание и анализ потенциальных конкурентов

Л`Этуаль

Ile de Beute

Арбат Престиж

Articoli

Выбор и обоснование уникального достоинства услуги

#### 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию

Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта продукции

Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.

#### 5. ПЛАН СБЫТА

Цены на конкретные позиции продукции

Организация сбыта, каналы сбыта

Скорость товарооборота

План продаж на весь расчетный период (в соответствии с выбранными базовыми параметрами бизнеса)

#### 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции/организации услуги.

Требования к поставщикам/подрядчикам

Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг

План производства продукции/оказания услуг на расчетный период

#### 6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

Выбор и обоснование типа предприятия

Выбор и обоснование дополнительных сервисов

#### 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Организационная структура предприятия

Специализация, количество и состав сотрудников

Затраты на оплату труда

## 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем финансирования

Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)

Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)

Принципы расчета постоянных и операционных расходов (план по расходам)

Параметры финансовой части бизнес-плана, анализ чувствительности к изменениям параметров

Основные формы финансовых расчетов

Отчет о прибылях и убытках (показывает операционную деятельность предприятия по периодам)

План движения денежных средств (Кэш-Фло)

Показатели эффективности проекта

Внутренняя норма рентабельности, возврата инвестиций, Internal Rate of Return (IRR)

Срок окупаемости дисконтированный (Discounted payback period; (PBP) мес.), точка безубыточности.

## 9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативная база

Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)

## 10. Организационный план осуществления проекта

План-график реализации проекта

Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта (сводная таблица).

## 11. Список использованных источников информации

Источники информации

ПРИЛОЖЕНИЯ

## СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Выдержки из Постановления Правительства Российской Федерации «Об утверждении правил продажи отдельных видов товаров»

Приложение 2. Выдержки из Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью»

Приложение 3. Перечень торговых марок парфюмерии и косметики по ценовым группам

Приложение 4. Должностные инструкции персонала парфюмерно-косметического магазина

Директор

Бухгалтер

Продавец-консультант

Кладовщик

## СПИСОК ДИГРАММ И ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль
  - Таблица 2. Сегменты потребителей
  - Таблица 3. Описание сегментов потребителей
  - Таблица 4. Топ 10 наиболее популярных марок Ile de Beaute
  - Таблица 5. Цены на товар
  - Таблица 6. Схема работы магазина
  - Таблица 7. Распределение площади под различные помещения
  - Таблица 8. Состав и стоимость оборудования для магазина
  - Таблица 9. Штатное расписание
  - Таблица 10. Затраты на открытие магазина
  - Таблица 11. Постоянные и переменные затраты
  - Таблица 12. Отчет о прибылях и убытках, USD.
  - Таблица 13. План движения денежных средств (Cash Flow), USD.
  - Таблица 14. Точка безубыточности.
  - Таблица 15. Календарный план.
  - Таблица 16. Необходимые трудовые и финансовые ресурсы.
- Схема 1. Структура управления.



## СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

### СУТЬ ПРОЕКТА

Открытие парфюмерно-косметического магазина среднего ценового сегмента (мидл-класса).

Время работы – 12 часов в сутки.

### ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. Москва

### МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование

### ОПИСАНИЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

Сегментация московского рынка парфюмерии и косметики по формату торговли:

1. **розничные сети**: «ДугласРиволи», «Ile de Beaute», «Л'Этуаль», «Арбат Престиж», «Articoli» и т.д.
2. **фирменные магазины**: «En Vogue», «Боттега Верде», «Виватон», «Жан Клебер», «Yves Rocher» и т.д.
3. **магазины**: «Parfum-77», «Parfum –Museum», «Парфюм Палас» и т.д.
4. **отделы в торговых центрах**: «May Fair» (торговый центр «Галерея Аэропорт»), «Л'Этуаль» (торговый центр «МетроМаркет» и другие) и т.д.
5. **аптеки**: «Вита-Сервис», «36,6» и т.д.
6. **открытые рынки**: Центральная ярмарка на Тульской и т.д.

### КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ (ПРИМЕР ОПИСАНИЯ ОДНОГО УЧАСТНИКА РЫНКА)

#### Л'ЭТУАЛЬ

Позиционирует себя как крупнейшая в России сеть магазинов парфюмерии и косметики. В настоящее время **магазины открыты более чем в 25 городах России**, где представлены десятки тысяч наименований почти 150 известнейших марок-производителей. Среди партнеров сети такие фирмы, как: Christian Dior, Burberry, Davidoff, Sisley, Chopard, Kenzo, Estee Lauder, Clinique, YSL, Matis, Fendi, Gucci, Clarins и многие другие.

Первый бутик "Л'Этуаль" открылся **в Москве** в сентябре 1997 года. На сегодняшний день в городе **насчитывается более 30 магазинов**. В настоящее время число региональных магазинов выросло до 45. Среди них и самый крупный в сети, находящийся в Красноярске, площадью 750 кв.м. (<http://www.lettoile.ru>)

В качестве своих основных конкурентных преимуществ «Л'Этуаль» выделяет:

1. **прекрасный дизайн**, безупречный узнаваемый стиль с сине-бело-желтой волной логотипа;
2. **профессионализм, грамотность и вежливость продавцов-консультантов**, которые постоянно проходят специальную подготовку на внутренних и международных тренингах, проводимых фирмами-производителями элитной парфюмерии и косметики;
3. **богатый ассортимент** продукции;
4. **гибкая система скидок** (к примеру, постоянно действует система «подарок на покупку», с 2001 года введена система накопительных дисконтных карт);
5. **особый подход к покупателю** (на сегодняшний день, по данным компании, их более 200 тысяч) – «Л'Этуаль» одной из первых ввела систему самообслуживания, отказавшись от прилавков, которые часто психологически мешали клиентам самостоятельно сделать правильный выбор. (<http://www.lettoile.ru>)



Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки



**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honeywell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (АРЕХ), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.