3

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1.РЕЗЮМЕ БИЗНЕС ИДЕИ

2.ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ

3.ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК

4.ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА

5.МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

6.УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

7.ТЕХНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА

8.ПРИЛОЖЕНИЯ

ВИЗИТКА КОМАНДЫ

**ProFit**–это онлайн магазин по продаже не фармацевтических и спортивных товаров(в особенности тейпов и мазей) для спортсменов и танцоров. Фишкой нашего проекта будет создание YouTube канала с обучающими и полезными видеороликами.

Цели проекта: создать данный магазин , приносящий заработок. Разработать и начать ютуб канал.Задачей нашего проекта будет являться разработка ценностного предложения для потенциальных потребителей,

Миссия проекта: устранить проблемы, возникшие у наших потенциальных покупателей, а также способствование формирования здорового образа жизни населения, развивая лучшие товарные продукты.

Гипотеза: Как бы мы не рассказывали людям о данной проблемы, они не хотят думать о плохом. Поэтому если мы донесем нашу идею, покупатели будут активно приходить к нам.

 **КОМАНДА ProFit**

Член команды 1-Мильгунова Мария

20.07.2006

МБОУ гимназия 1 им. Н. И. Борцова г. Лебедянь

Призер онлайн Олимпиады по экономике «основы предпринимательства». Призёр и победитель многих олимпиад и конкурсов. Состоит в медиа группе РДШ.Танцор и волейболистка, лауреат 2 степени международного фестиваля-конкурса искусств «мир звёзд» в г. Санкт-Петербург. Прошла образовательный курс от Вышей Школы Экономики «психология». Прошла курсы от РДШ «основы социального проектирования» и « совместное лидерство»Лауреат 2 степени в танцевальном конкурсе «Утренняя звезда»

Основные компетенции: свободное владение английским языком, лидерство, организация и умение организовать команду, публичные презентации, социальная психология, умение создавать контент для соцсетей.

Член команды 2-Шумова Екатерина

02.10.2006

МБОУ гимназия 1 им. Н. И. Борцова г. Лебедянь

Победитель международного конкурса по танцам «Мир звёзд» 2021

Обучалась в медиашколе 2021

Прошла курсы «совместное лидерство» и «социальное проектирования

Лауреат 2 степени в танцевальном конкурсе «Утренняя звезда»

Лауреат 2 степени международного конкурса искусства и творчества « Горизонты»

Основные компетенции: Коммуникабельность, командная работа, стратегическое мышление, владение навыками монтажа для создания контента в наши соцсети.

Совокупность личных качеств и характеристик сподвигли участников на создание этого проекта. Мы считаем, что если объединить наши качества, мы добиться можем успеха в создании проекта, сделав всю работу по максимуму.

Сильные стороны проекта ProFit, которые были сформированы качествами участников:

—Ответственность и организованность. Очень важные качества, позволяющие нам грамотно и хорошо сделать данный проект.

—Коммуникабельность и клиентоориентированность.

И многие другие важные качества.

**РЕЗЮМЕ БИЗНЕС ИДЕИ**

ProFit-потому что нам важно ваше здоровье!

ProFit- уникальный магазин для тех, кто ведёт активный образ жизни и заботится о своём здоровье.

.На данный момент большое количество людей делают выбор в пользу здорового образа жизни и отдают предпочтение спорту и танцам. Как известно, спорт и танцы сопровождаются огромным количеством травм. Поэтому люди активно тратят на это деньги.

**Наш проект позволяет**

**Удовлетворить следующие потребности клиента**

**—**предотвращение полученных травм

—предоставление знаний и рекомендаций на тему травм в спорте

**Нейтрализовать «боль» клиента**

**—**не сформированная потребность у человека

—незнание о проблеме

ProFit- уникальный магазин для тех, кто ведёт активный образ жизни и заботится о своём здоровье. Проблема в том, что люди склонны не говорить о плохом и надеется что всё пройдёт само. Именно поэтому возникла идея создания YouTube канала, где мы будем рассказать о проблемах и предлагать решение. Если вам не всё равно на ваше здоровье, то ProFit именно для вас! Нужно зайти на сайт, зарегестрироваться,выбрать и оплатить нужный товар. Далее на почту придёт уведомление о заказе. Поскольку у нас ещё и открыта маленькая точка на базе спорткомплекса в нашем городе, товар можно приобрести и там.

Рынок спортивных и фармацевтических товаров для спортсменов огромен. А ценовой диапазон достаточно широк. Информация раскидана по большому количеству интернет страниц, и даже если вы остановили свой выбор на определенном товаре, нет никакой гарантии, что заявленные характеристики будут совпадать с реальными.

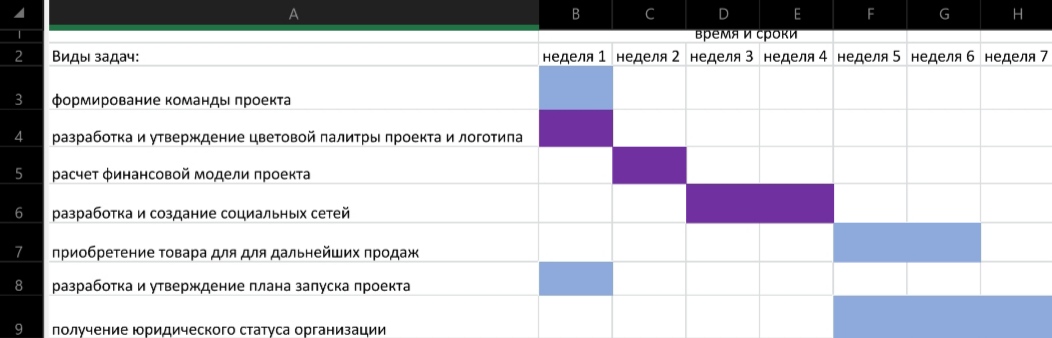
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ключевые  Паратнеры | Ключевые виды деятельности | Структура издержек | Ценностное  Предложение | Взаимодействие  С клиентом |
| Спортивные организации и спортшколы, | Продажа спортивных и в большей степени не фармацевтических товаров для спортсменов,  Ведение YouTube  канала на данную  тематику | Заработная плата, реклама | Удобный сайт, качественные товары по приемлемым ценам | Сайт, видеоуроки, социальные сети |
| Каналы  Сбыта | Потребительские сегменты | Потоки доходов |  |  |
| Сайт, прямые продажи | Люди, ведущие активный образ жизни; танцоры и  спортсмены, спортшколы и спорткомплексы | Продажа товаров через сайт и социальные сети. |  |  |

Таблица 1-бизнес модель проекта ProFit( CONVAS)

**ОПИСАНИЕ БИЗНЕС ИДЕИ**

Огранизационно-правовая форма–индивидуальное предпринимательство ( ИП)

Форма налогообложения – УСН (упрощенная форма налогообложения), объект налогообложения «от доходов». Основной вид деятельности (ОКВЭД) -47. 78.9-Торговля розничная непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах,47.91–Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет.

Таблица 2 « Диаграмма Ганта»

Основным преимуществом проекта является перспективная возможность сбыта продукции хорошего качества по приемлемым ценам и свой, удобный в использовании, сайт с продукцией. Также стоит отметить YouTube канал.

Организационная структура на стадии запуска и развития проекта ProFit -линейная.

Руководство (директор) проекта ProFit–Мильгунова Мария

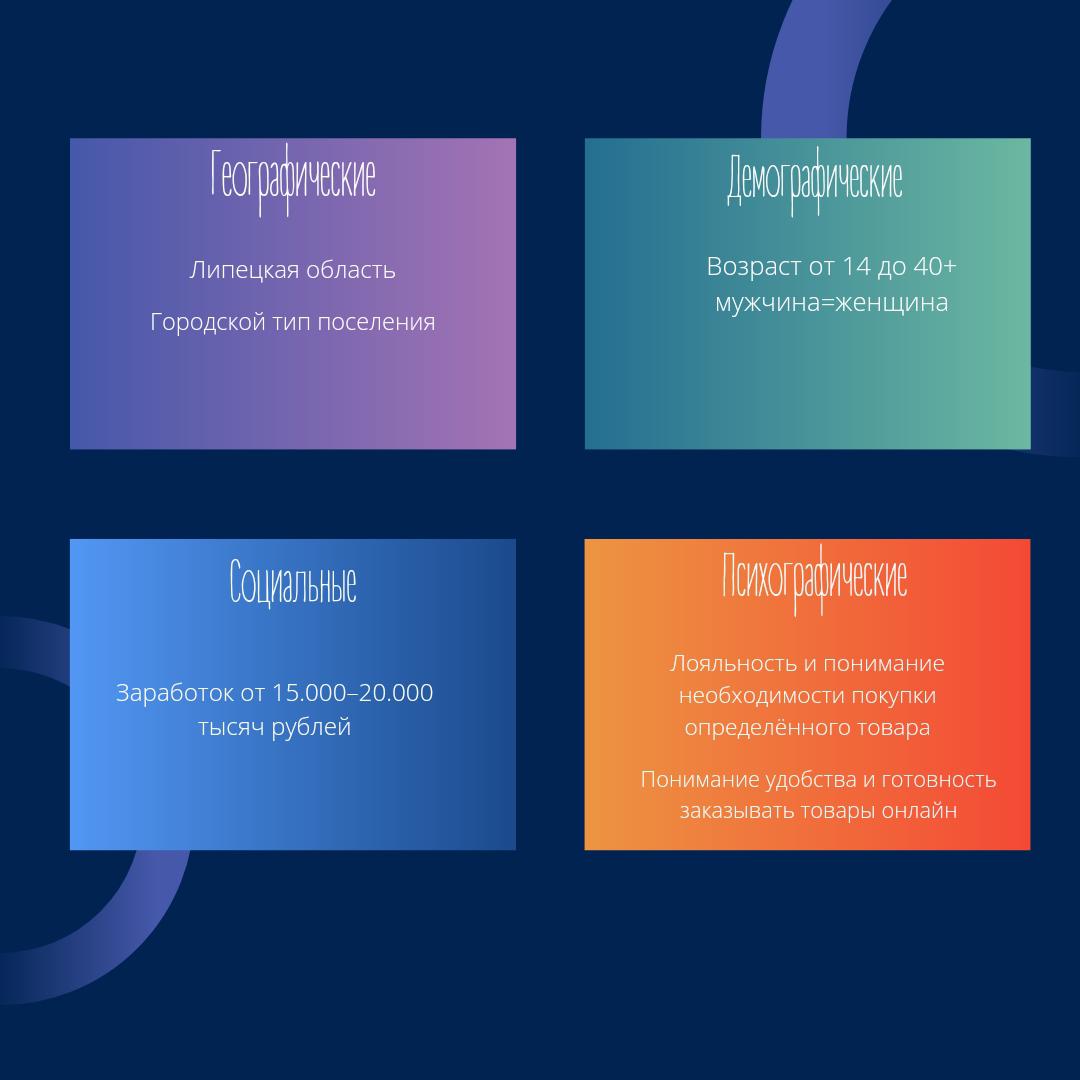
В ходе тестирования по стилям управления PAEI было выяснено:

Мильгунова Мария: **P** a **E** i – 33%, 19%, 27% 21% Руководство проектом, ведение соцсетей.

Шумова Екатерина p **A** e **I** – 15%, 25%, 27%, 33% Ведение YouTube канала, руководство сайтом.

**ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК**

Командой «ProFit» было проведено сегментирование целевого рынка по различным направлениям. Результаты данного процесса представлены на рисунке 1. Ключевым рынком «ProFit» станет рынок B2C(«business to consumer», «бизнес — потребителю»)



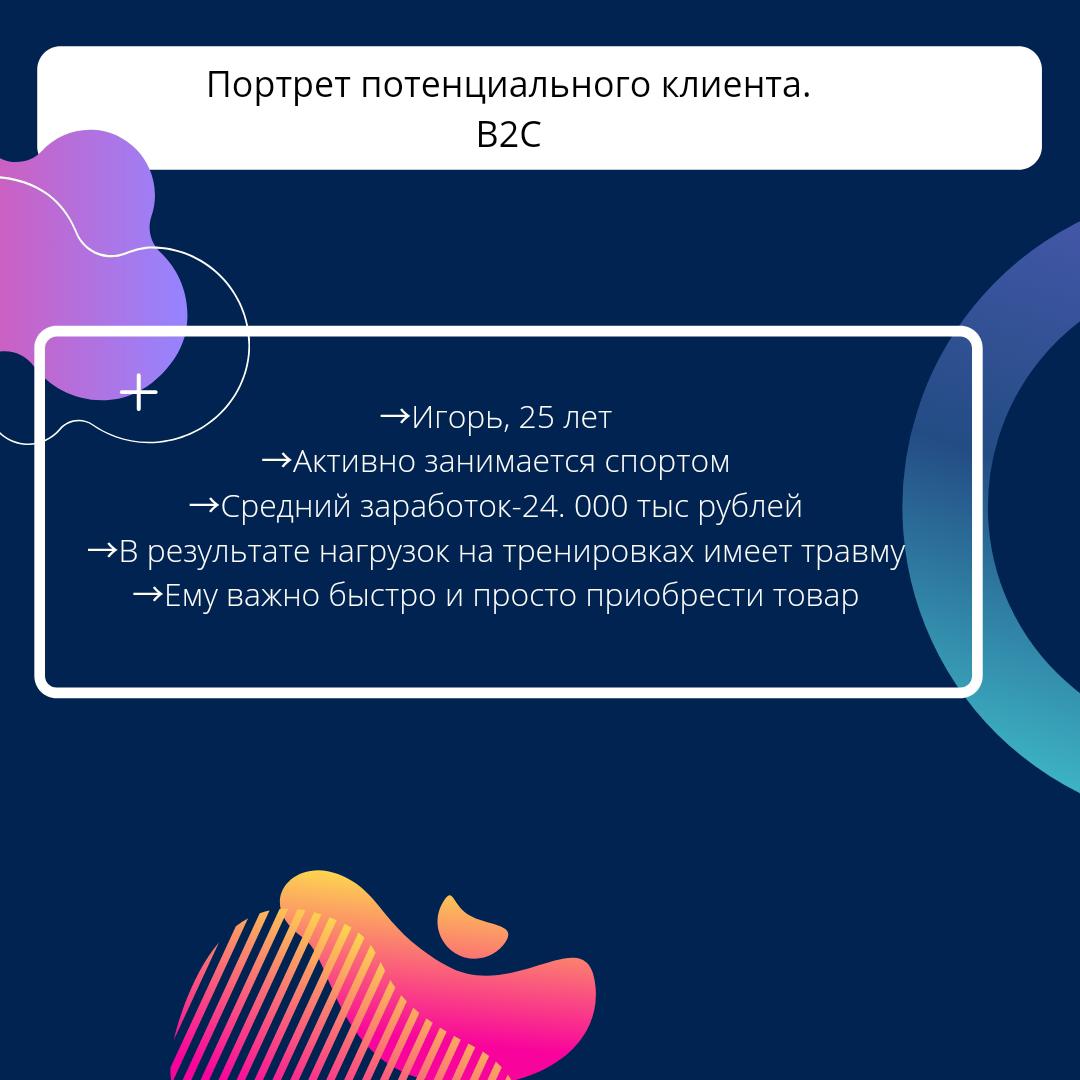
Мы раздели нашу целевую аудиторию на две группы по возрастам т.к. наш товар подходит под обширную аудиторию.

1 группа: молодые люди от 14 до 25 лет

2 группа: от 25 до 40+

**Анализ рынка и отрасли**. На рынке Лебедяни как таковых специализированных магазинов нет. Но данные товары представлены в аптеках и спортивных магазинах. Всего в нашем городе действует 23 аптеки и 5 спортивных магазинов. В нашем городе около 9.000 тысяч человек занимаются спортом. И многие из них имеют даже хронические травмы. Поэтому открытие данного магазина в Лебедяни будет актуально.

**Портрет потенциального клиента**. В ходе работы над проектом был составлен портрет потенциального клиента. Это мужчина или женщина, в возрасте 25-35 лет, проживающий(ая) в городе Лебедянь, занимающийся(ая) спортом и с приобретённой травмой. С заработной платой от 20.000-25.000 тысяч рублей.

Рисунок 2-портрет потенциального клиента

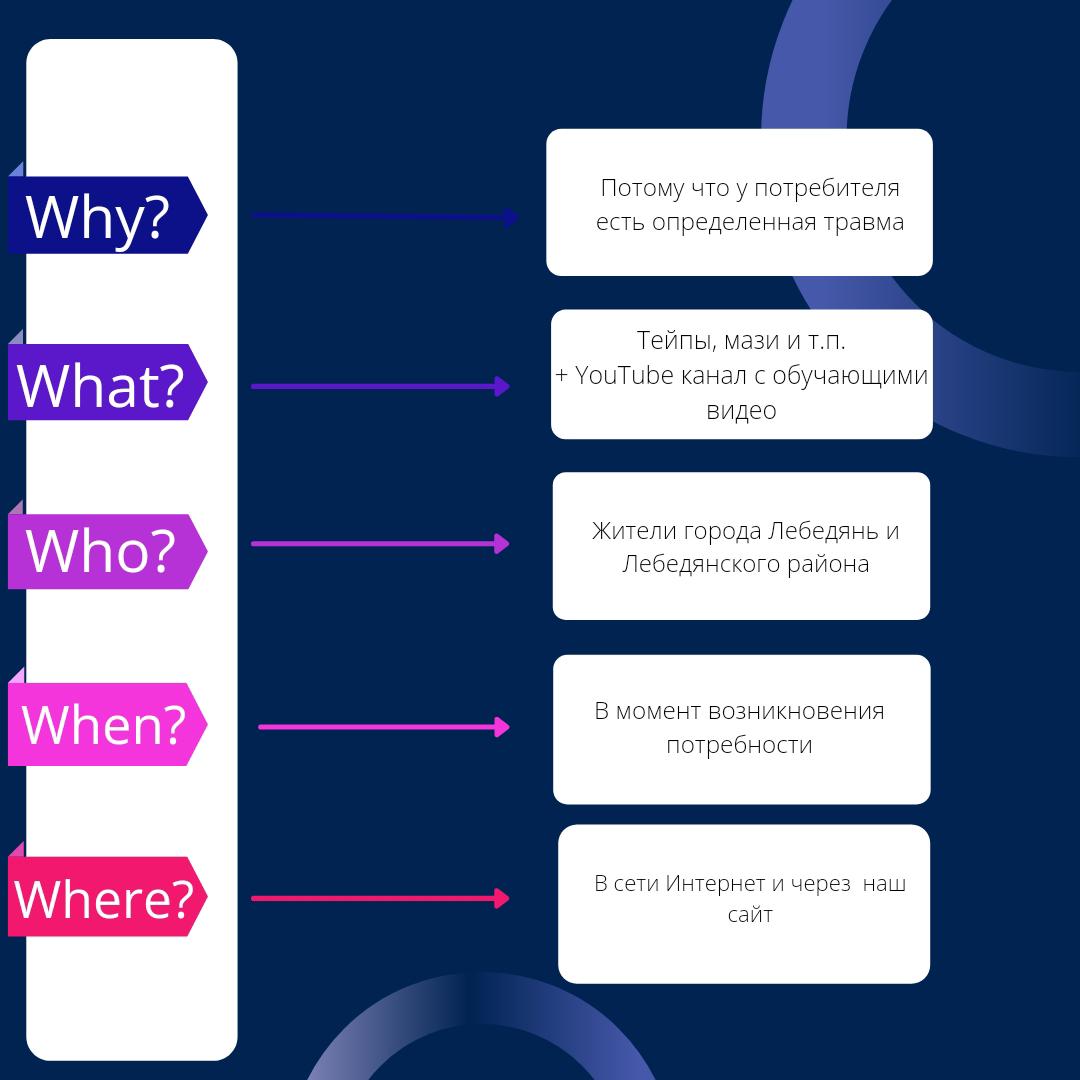
Принимая во внимание тот факт, что ключевой путь к успеху бизнес-проекта идет через понимание потребностей потенциальных потребителей и покупателей, сформированных на основе сходства предпочтений, далее авторами проекта был проведен анализ сегментации целевой аудитории согласно методике 5W Шеррингтона.

Рисунок 3-сегментация целевой аудитории по методике 5W Шеррингтона

**Анализ рынка сбыта.** Проанализировав целевую аудиторию Проекта, выделив ключевые сегменты потребителей и покупателей, определим объем целевого рынка в стоимостном и количественном показателях.

По данным сайта( <https://chislennost.com/ru/ru/population_of_lebedyan_2901.html>) население в Лебедяни на 2022 год составляет 21 043 человека. Далее вычислим объем рынка.



Рисунок 5- схема объема рынка

Потенциальный объем рынка(ЦФО) состсвит-11 724 523 человек

Общий объем целевого рынка(Липецкая область) оставит около 1 128 192 человека

Доступный объем рынка(Лебедянь) 21 043 человека

Реально достижимый объем рынка(те люди, которым необходим товар)-5.000 человек

Средняя цена нашего товара за штуку около 350 рублей, следовательно реально достижимый объем рынка в стоимости составит 1 500 000.

**ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА**

Продуктивность и результативность работы, напрямую зависит от правильного формулирования поставленных задач и их выполнения, поэтому эффективное планирование рабочего процесса играет ключевое значение. Работа будет происходить в несколько этапов

**1 этап.** Формирование основных бизнес процессов проекта ProFit

Определение движения финансовых потоков Проекта;

Разработка финансового плана (бюджета) Проекта;

Определение себестоимость каждой услуги ;

Разработка организационной структуры;

И так далее.

**2 этап.** Создание сайта нашего онлайн-магазина

**3 этап.** Создание аккаунта в таких социальных сетях как Instagram и VK.

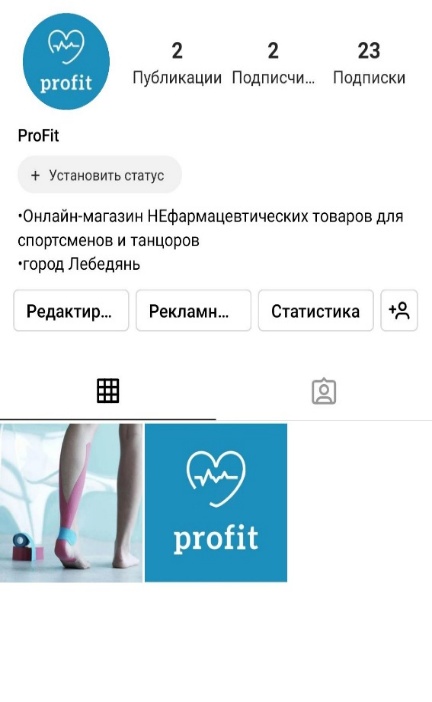
Большинство людей узнают о продукте именно через интернет и социальные сети

Рисунок 6

**4** этап. Размещение рекламы в различных социальных сетях.

Реклама эффективна, когда нужно донести ваше послание до целевых потребителей. Это важное средство дифференциации продукта, брендинга и формирования позиции на рынке. Она предоставляет полную свободу действий для того, чтобы подчеркнуть полезные черты, а также интересные способы применения продукта.

**5 этап**. Начало работы « ProFit»

**МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

Команда Проекта « ProFit» понимает необходимость и важность создания положительного имиджа для потенциальных клиентов путем разработки и активного внедрения маркетинговой стратегии, нацеленной, прежде всего, на увеличение стоимости Бренда и повышения лояльности целевых клиентов. С целью выбора маркетинговой стратегии Проекта и разработки ее ключевых элементов выделим основные цели и задачи в области маркетинга (см. рис. 5).

**Целью** маркетинговой стратегии будет являться обеспечение стабильных покупок в нашем магазине.

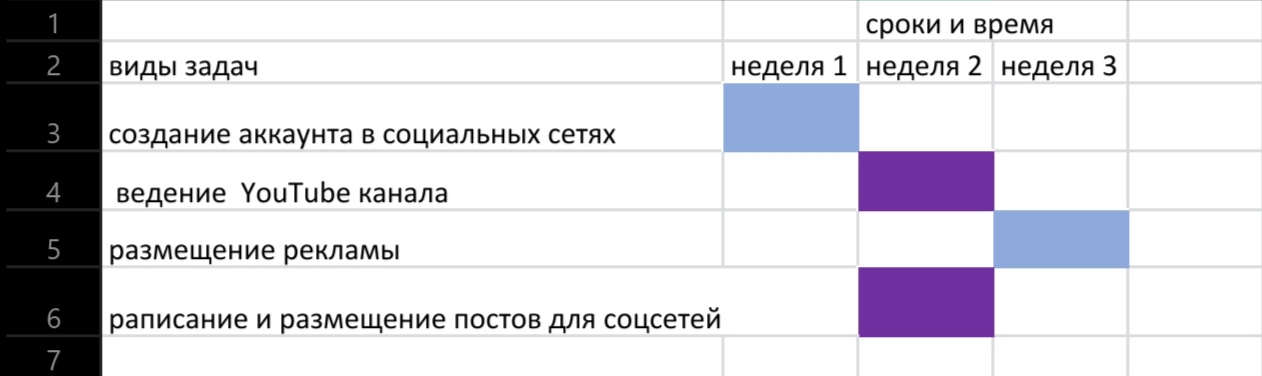


Таблица 3-маркетинговый план(диаграмма Ганта)

Для выработки маркетинговой стратегии командой «ProFit» был проведены SWOT и PEST анализ.

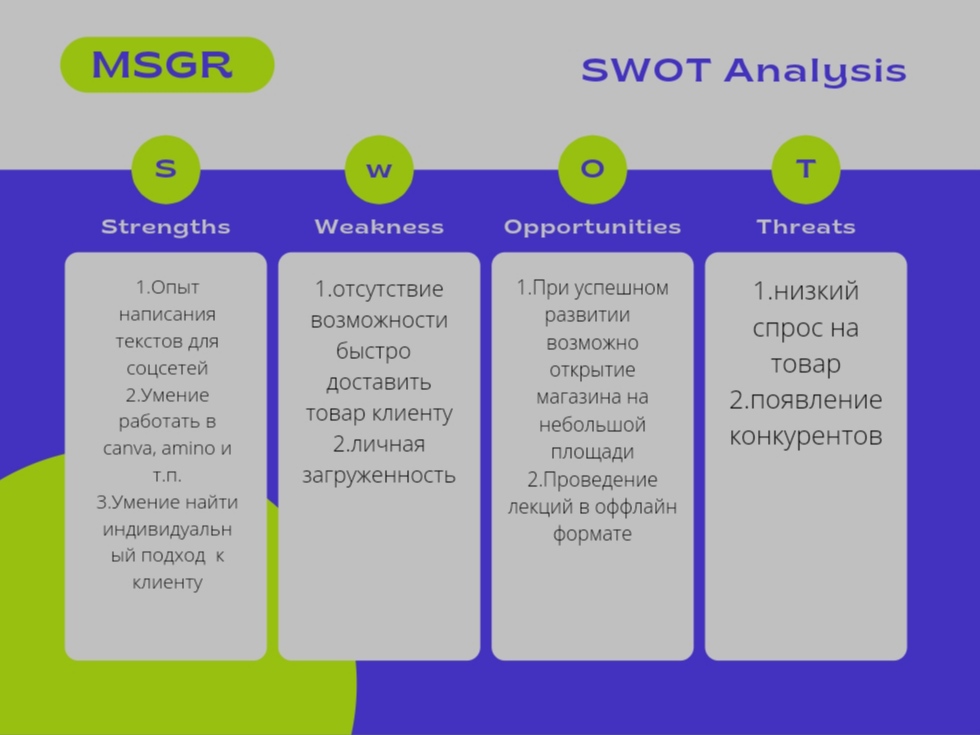
SWOT анализ

Рисунок 7-SWOT анализ

Далее проведем анализ конкурентной среды (рынка)проекта «ProFit» применяя методику анализа «5 сил Портера». Полученные результаты представим в виде таблицы.

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| Угроза со стороны товаров-заменителей | Низкий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей |
| Оценка угрозы входа новых игроков | Высокий уровень угрозы входа новых игроков |
| Уровень угрозы ухода со стороны потребителей | Средний уровень угрозы ухода со стороны потребителей |
| Уровень угрозы со стороны поставщиков | Средний уровень угрозы со стороны поставщиков |

Таблица 4- «5 сил Портера»

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ**

 Устойчивое развитие и коммерческий успех – взаимозависимые направления успеха бизнеса. Реализация компанией принципов устойчивого развития, учитывая экологические, социальные и экономические факторы воздействия, отвечает интересам всех ее заинтересованных сторон и оказывает положительное влияние на развитие бизнеса. В рамках разработки и реализации плана устойчивого развития Проекта авторами были выделены следующие цели:

1. Генеральная цель Проекта (Долгосрочная цель)- способствование формирования здорового образа жизни населения, развивая лучшие товарные и технологические продукты.

2. Среднесрочная цель- убеждение и демонстрация потребителям важности и необходимости нашего продукта через You Tube

3. Краткосрочная цель – решить возникшие проблемы покупателя, путём приобретения нашего товара.

Как показал потенциальный рынок продукции для спорта имен высокий спрос. В самом начале нашего проекта мы планируем продавать, около 45 товаров в месяц

После отработки стратегий планируется открываться точка на базе спортивного комплекса . Позитивные и негативные сценарии представлены в таблице ниже

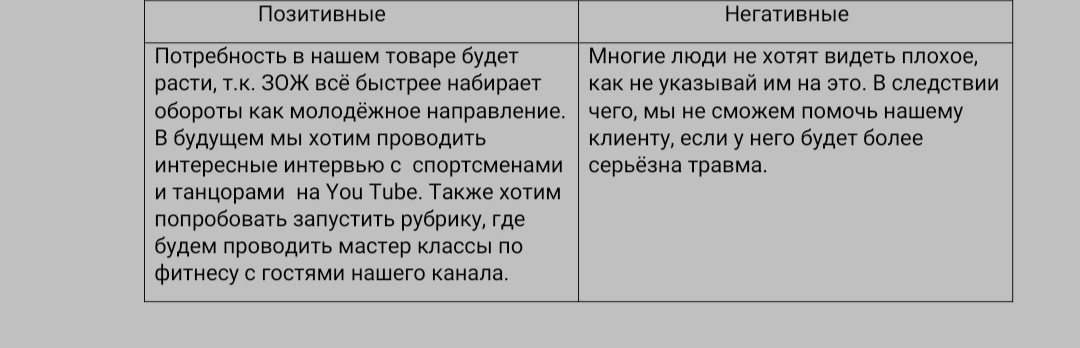


Таблица 4-Позитивные и негативные сценарии проекта «ProFit»