

---

# Менеджмент Интернет-проектов

Составление бизнес-плана

# Деловой цикл интернет-компании

---

- выбор направления сетевого бизнеса
  - составление бизнес-планов для внутреннего пользования и для привлечения внешнего финансирования
  - финансовое планирование и анализ рисков
  - система продаж на сайте компании, налаживание отношений с поставщиками
  - продвижение и распространение товаров и услуг
  - управление активами компании
-

# Зачем составлять бизнес-план?

---

Развитие компании обеспечивают инвестиции

- ❑ создание новых проектов
- ❑ модернизация и реконструкция
- ❑ инвестирование в активы (нематериальные, оборотные, финансовые)

Бизнес-план – наиболее адекватный способ представления инвестиционных проектов

- ✓ для внутренних целей компании (выбора направления инвестирования)
  - ✓ для привлечения сторонних инвестиций
-

# Бизнес-план для внутренних целей

---

Необходим для взвешенной оценки перспектив направления инвестирования  
Оцениваются:

- размер необходимых инвестиций
  - срок возврата инвестиций
  - риск, связанный с данным проектом
  - ожидаемые финансовые результаты и финансовые показатели проекта
  - соответствие проекта общей стратегии компании
-

# Бизнес-план для привлечения инвестиций

---

Бизнес-план должен:

- ✓ Быть не только инструмент планирования, но и рекламный инструмент
- ✓ Быть реальным
- ✓ Акцентировать внимание на сильных сторонах и обходить недостатки
- ✓ Объяснять особенности Интернет-бизнеса

При этом важны: деловая репутация, денежный поток проекта, обеспечение возврата займа, доля собственного капитала

---

# Итог составления бизнес-плана (1)

---

Бизнес-план должен:

- ❖ быть понятен не только составителям, но и читателям
  - ❖ включать четко сформулированную и тщательно продуманную бизнес-идею
  - ❖ отражать возможность выхода на новый или больший прибыльный рынок
  - ❖ содержать исключительно реалистические и научно обоснованные прогнозы
-

# Итог составления бизнес-плана (2)

---

Бизнес-план должен:

- ❖ учитывать все возможные трудности (действия конкурентов)
  - ❖ содержать:
    - четкие финансовые выкладки (по каждой стадии выполнения проекта)
    - сроки выхода проекта на уровень прибыльности
    - сроки возврата инвестиций
-

# Типичные ошибки

---

- ❑ Непроведение подготовительных работ
  - ❑ Стремление сделать всё сразу
  - ❑ Опора на свое видение, а не потребности и особенности интернет-аудитории
  - ❑ Оптимизм составителей бизнес-плана
  - ❑ Слепое копирование успешных проектов
  - ❑ Неправильная кадровая политика
-



# Возможное содержание бизнес-плана

---

- ◆ Описание проекта
  - ◆ Описание рынка и характеристика конкурентов
  - ◆ Конкурентные преимущества и план маркетинга
  - ◆ План практической реализации проекта
  - ◆ Финансовый план
  - ◆ Прогноз рисков
  - ◆ Сведения об исполнителях
-

# Описание проекта

---

- Краткое описание проекта
  - Подробное описание проекта:
    - цели выполнения проекта
    - товар, продукция или услуга
    - ценообразование
    - сервис
    - перспективы
    - текущее состояние выполняемого проекта
  - Описание компании, реализующей проект
-

# Описание рынка и конкурентов

---

- ❑ Емкость и сегментация; целевые сегменты
  - ❑ Тенденции развития рынка
  - ❑ Описание конкурентов:
    - анализ бизнеса (не только в Интернете)
    - анализ интернет-компонента:
      - ❑ внешний (привлекательность, количество посетителей, узнаваемость)
      - ❑ внутренний (удобство и целесообразность каждой функции, наличие интегрированных компонент)
-

# Преимущества и стратегия маркетинга

---

## □ Преимущества:

- Цена
- Высокое качество и надежность
- Удобство покупки и скорость доставки
- Послепродажное обслуживание
- Уникальность, лицензии, патенты

## □ Стратегия маркетинга:

- Массовый маркетинг
  - Концентрированный маркетинг
  - Дифференцированный маркетинг
-

# План практической реализации

---

- ❖ Создание сайта компании
  - ❖ Выбор провайдера и способа размещения сайта (хостинга)
  - ❖ Организация производства, торговли, поставок
  - ❖ Закупка программ и оборудования
  - ❖ Размещение компании, обеспечение ее функционирования (связь, инфраструктура)
  - ❖ Реализация медиа-плана
-

# Финансовый план

---

- ✘ Прогноз поступлений от продаж
  - ✘ Прогнозируемые расходы:
    - ✓ затраты на сырье и материалы, оплата трафика, комиссии платежным системам
    - ✓ аренда каналов связи и помещений, зарплата
  - ✘ Затраты на запуск проекта
  - ✘ Необходимые инвестиции и их структура
  - ✘ График возврата заемных средств
-

# Прогноз рисков

---

- ❑ Риски, связанные с погрешностью прогнозирования
  - ❑ Политические и другие внешние риски (природные и экологические)
  - ❑ Риски, связанные с финансово-хозяйственной деятельностью компании (финансовые, производственные, торговые)
  - ❑ Общий риск, связанный с проектом
  - ◆ Мероприятия по снижению рисков (страхование, создание запасов и т.д.)
-

# Сведения об исполнителях

---

- ❑ Основатели, менеджеры, владельцы, инвесторы, команда проекта
  - ❑ Организационная структура: ключевые посты, подразделения и их функции
  - ❑ Штатное расписание (список должностей и окладов, квалификация и специальность персонала)
  - ❑ Подбор и обучение персонала
-



# Домашнее задание

---

Вы потенциальный инвестор:

- ❑ Выберете бизнес-идею / бизнес-план (B2C бизнес)
  - ❑ Оцените (обоснуйте), стали бы Вы инвестором описанного проекта
-

# ПРИМЕР. В2С (1)

---

Бизнес-план должен отвечать на вопросы:

- Какие потребности клиентов будет удовлетворять проект?
  - Какой сегмент рынка он займет?
  - Какова емкость этого сегмента?
  - Есть ли конкуренты в выбранной рыночной нише? Насколько сильны их позиции?
  - Какую долю рынка в этом сегменте проект планирует захватить?
  - Какой объем продаж для этого необходим?
-

## ПРИМЕР. В2С (2)

---

- Какова средняя сумма покупки и сколько покупателей в месяц должны совершать покупки?
  - Сколько посетителей первоначально должно быть привлечено на сайт?
  - Почему посетители будут совершать покупки именно на сайте компании, а не у конкурента?
  - Сколько новых посетителей должно ежемесячно привлекаться на сайт?
  - Какими способами будут привлекаться посетители?
-

## ПРИМЕР. В2С (3)

---

- Какова при этом цена формирования и поддержания аудитории сайта?
  - Каковы эти затраты в пересчете на единичную продажу?
  - Какова себестоимость продукции, товаров, услуг с учетом вышеуказанных расходов?
  - Какой уровень цен необходимо установить, чтобы окупить все затраты и получить планируемую прибыль?
  - Будут ли продукция, товары, услуги, конкурентоспособны при таких ценах?
-