**БИЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТА**

 **Развитие деятельности компании ,**

Название проекта

**ДАТА** \_\_.\_\_**.**\_\_\_\_\_\_\_

1. **НАИМЕНОВАНИЕ УЧАСТНИКА ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| Фамилия, имя, отчество инициатора  |  |
| контактный телефон |  |
| адрес электронной почты |  |

1. **КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| Краткое описание бизнеса(*Какой продукт продаем? Какую услуг оказываем? кто является клиентом? какие проблемы помогаем решать клиентам? Какую ценность предоставляем клиентам, какие потребности удовлетворяем*? *В чем преимущество перед конкурентами*) | Продажа ароматов для дома, декора, текстиля, автомобилей, а так же для бизнеса. Помогаем клиентам подобрать тот аромат, в котором им было бы комфортно проживать. Основные клиенты — это обычные покупатели, а так же различные компании. Благодаря нашим ароматам покупатели смогут комфортно чувствовать себя, расслабляться после тяжелого дня. Главное преимущество заключается в том, что только у нас ароматы изготовлены из натуральных компонентов без добавления химии.  |
| Текущий статус проекта (*идея, прототип, первые продажи*) | Первые продажи |
| Каналы сбыта (*розничная продажа, прямые продажи, интернет, доставка, ярмарка*) | Розничная продажа, прямые продажи, доставка |
| Необходимый стартовый капитал, *руб* | 250 000 |
| Направления расходования(*максимально подробно написать перечень необходимого оборудования, материально-производственных запасов, на которые будут реализованы средства субсидии)* | - расходы, связанные с постановкой на учет(не более 5%) - Приобретение основных средств(оборудование) 35 000 руб.-приобретение материально-производственных запасов 177 500 руб.-принятие имущественных обязательств(аренда)-не более 15% 37500 руб.- создание и оснащение дополнительных рабочих мест |
| Срок реализации проекта (*дата запуска*) | Сентябрь 2021 |

1. **КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ РЫНКА, ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| 3.1. Краткое описание стратегии продвижения проекта | Создание странички в инстаграмм и в вк, где будут освещаться все новые события: поступление нового товара, акции и тд. |
| 3.2. Основные потребители продукта. Целевые сегменты рынка.  | Продукция подходит для любой категории покупателей, но преимущественно для среднего и высокого класса. |
| 3.3. Основные конкуренты, наиболее близкие аналоги и их место на рынке. | **Areon, Bago home, Hygge, Arida home** |

1. **КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Мероприятие/мероприятия | Дата начала | Дата завершения | Ожидаемые итоги |
| 1 | *Закупка продукции* |  |  | Увеличение ассортимента на прилавке, что позволит привлечь больше клиентов и угодить их возможным специфическим вкусам |
| 2 | *Покупка оборудования* |  |  | Позволит расставить продукцию в точке продажи для удобства выбора товара |
| 3 | *Развитие страничек в соц. сетях* |  |  | Привлечет новых покупателей, позволит оперативно узнавать новости о копании |

1. **ДАННЫЕ ДЛЯ РАСЧЕТА ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ**

|  |  |
| --- | --- |
| **ПОКАЗАТЕЛЬ** | **значение** |
| Средний чек, руб | 3 000 |
| Количество продаж в месяц, ед. | 40 |
| Себестоимость среднего чека, руб. | 1 750 |
| Аренда и другие постоянные затраты, руб. | 37 500 |
| Должности сотрудников(при наличии), их количество, не считая инициатора | - |

1. **ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТА**





1. **ОЦЕНКА РИСКОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Возможный риск** | **Мероприятие по минимизации негативных последствий** |
| 1. Сезонность | Поиск дополнительных покупателей в виде различных компаний |
| 2. Ценовая политика | Проведение различный акций |

1. **НЕОБХОДИМАЯ ПО МНЕНИЮ ЗАЯВИТЕЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

*Примечание: информация в данном разделе является дополнительной (необязательной) и заполняется по усмотрению заявителя.*