

Проект «NORD A PORTE» Интернет ателье

A stylized logo consisting of the letters 'N' and 'P' intertwined in a cursive, gold-colored font.

NORD-A-PORTER

Описание проекта

Магазин для девушек с качественной, современной и стильной одеждой.

Прежде чем клиент будет заказывать товар в нашем магазине он сможет заказать каталог и выбрать подходящую для него модель изделия, материал и расцветку.

Проблема, которую решает проект

1. Нет определенной модели одежды в магазине которая нужна клиенту (отшиваем изделие по запросам заказчика)
2. Нехватка времени (заказ можно сделать в любое время и в любом месте)

Команда проекта

ФИО	КОМПЕТЕНЦИИ	РОЛИ В КОМАНДЕ
1.Швецова Вероника	Опыт ведения групп, опыт создание бизнес модели, навык моделирования и пошива одежды	Реализатор, генератор идей.

Цель проекта/бизнеса на 2 года

1. Сделать удобную площадку для покупки одежды, что бы сэкономить людям время на поиски нужного образа
2. В 2021 году выйти на выручку в 200т рублей с чистой прибылью 60т

Цель на период акселерации

Цели проекта

1. Отшить пробный комплект для интернет ателье
2. Придумать БРЕНД

Личностные цели

1. Получить опыт и новые знания
2. Познакомиться с новыми людьми, сменить окружение
3. Понять хочу ли я в будущем продолжать движение в этом направлении

Описание продукта/услуги проекта, ценности для клиента

Качественно. Современно. Стильно

Мы предлагаем качественную и стильную одежду по индивидуальным меркам, учитывая потребность клиента в выборе материала, фасона и расцветки.

Предоставляя каталог с моделями изделий и образцами тканей.

Рынок и целевая аудитория проекта

Инстаграмм

- 1. Женщины от 18 до 35
- Доход от 25 и больше
- Сем.положение:
Не важно
- Проводят свободное время:
Гуляют по городу, читают,
- 2. Боли
 - 2.1 Высокие цены
 - 2.2 Нет того что ищут
 - 2.3 Не могут найти видео уроки
 - 2.4 Нет времени ходить по магазинам

ВК

- 1. Женщины от 18 до 45
- Сем.положение:
Не важно
- Проводят свободное время:
Гуляют по городу, читают, занимаются хобби
- 2. Боли
 - 2.1 Высокие цены
 - 2.2 Нет того что ищут
 - 2.3 Не могут найти видео уроки
 - 2.4 Нет времени ходить по магазинам

Рабочие гипотезы по тестированию продукта и рынка

- Гипотеза:
- Что делаем:
- Ожидаемый результат:

- Что сделали:
- Фактический результат:
- Вывод:
- Решение:

Бизнес-модель проекта

<p>Ключевые партнеры</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. поставщики Тканей 2. Партнер предоставляющий помещение 	<p>Ключевые виды деятельности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Услуги интернет-ателье 2. Продажа тканей клиенту <p>Ключевые ресурсы</p> <p><u>Материальные:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ткань (Метраж от 5м) 2. Фото <p><u>Интеллектуальные:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Клиентская база данных 2. Умение вести группу, <u>инстаграм</u> <p><u>Персонал</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В дальнейшем работник по SMM 2. Консультант 	<p>Ценностное предложение</p> <p>Качественно. Современно. Стильно</p> <p>Перед заказом нашей одежды клиент сможет самостоятельно выбрать нужный фасон и подходящий материал в каталоге.</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Индивидуальный подход к клиенту 2. Сообщества <p>Ожидания клиента</p> <p>Каналы сбыта</p> <p><u>Информационный:</u> группа, <u>инста.</u> <u>сарафанное радио</u></p> <p><u>Оценочный</u> Отзывы, каталог, картинки</p> <p><u>Продажный</u> Оплата наличными или онлайн перевод</p> <p><u>Доставка</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Самовывоз 2. Курьер 3. Почта 4. Транспорт по области <p><u>Каналы клиентов</u></p> <p><u>Соц. сети</u> Телевиденье Журналы Радио</p> <p><u>Выгодные каналы</u> <u>Вк</u> реклама от 30-1000(показы1000), от 5-150 (за 1 переход)</p>	<p>Потребительские сегменты</p> <p><u>Инстаграм</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Девушки от 18 до 35 <p>Доход от 25 и больше</p> <p><u>Сем. положение:</u> Не важно</p> <p>Проводят свободное время: Гуляют по городу, читают,</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Боли 2.1 Высокие цены 2.2 Нет того что ищут 2.3 Не могут найти видео уроки 2.4 нет времени ходить по магазинам <p><u>ВК</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Девушки от 18 до 45 <p><u>Сем. положение:</u> Не важно</p> <p>Проводят свободное время: Гуляют по городу,</p>
--	--	--	--	---

Бизнес-модель проекта

			2.Боли 2.1 Высокие цены 2.2 Нет того что ищут 2.3 Не могут найти видео уроки 2.4нет времени ходить по магазинам
<p style="text-align: center;">Структура издержек</p> <p><u>Первоначально</u> 1.Оформление ИП 1000р</p> <p><u>Ежемесячные</u> 1. Аренда помещения в перспективе 2.Доставка 3.Реклама 4.Налоги УСН 6%</p>		<p style="text-align: center;">Потоки поступления доходов</p> <p>1. Продажа тканей 2. Изготовление одежды</p>	

Unit-экономика проекта

Финансовая модель проекта

Показатели	норм план	Структура в %
Доходы	200 000,00	100,00%
Себестоимость	100 000,00	50,00%
Валовая прибыль	100 000,00	50,00%
Переменные затраты	14 400,00	7,20%
ЗП продавца	0,00	0,00%
Доставка	2 400,00	1,20%
Налоги	12 000,00	6,00%
Маржинальная прибыль	85 600,00	42,80%
Постоянные затраты	26 950,00	13,48%
Аренда офиса+Коммуналка	3 200,00	1,60%
ЗП удаленного бухгалтера	3 500,00	1,75%
Пенсионный фонд	2 250,00	1,13%
Закуп тканей	15 000,00	7,50%
Маркетинг/Реклама	3 000,00	1,50%
Операционная прибыль	58 650,00	29,33%

Что сделано за период акселерации

1. Сшит один образ для интернет ателье
2. Заключено партнерство
3. Придуман БРЕНД магазина

План по проекту на 2019 год

1. Отшить 4 коллекции
2. Выйти на доход 70 тыс. рублей в месяц
3. Сделать профессиональные фотосесии коллекций
4. Создать каталог товаров с образцами материалов и распространить каталоги