



# ПРОКАТ МУЖСКИХ КОСТЮМОВ В Г.ТОМСКЕ

---

ВЫПОЛНИЛИ: ВАСИЛЬЕВА М.П. И ГРЕЧКИНА А.М

Томск - 2019

## 2 ФОРМУЛИРОВКА БИЗНЕС ИДЕИ

---



Прокат мужских костюмов – это удобный сервис по выбору и прокату мужских костюмов, смокингов, свадебных костюмов. Аренда костюма – это отличная возможность не тратить большие суммы на приобретение наряда на один раз. Все костюмы проходят химчистку для обеспечения гигиены, которая включена в стоимость аренды. Тщательный контроль состояния костюмов, ассортимент регулярно пополняется.

# 3 ПРОКАТ МУЖСКИХ КОСТЮМОВ

## Границы:

Географические – город Томск;

Товарные – Мужские костюмы разных фасонов и моделей

## Субъекты рынка



# 4 ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ПРОДУКТА

прокат мужских костюмов в Томске

По словам  По регионам  История запросов

Все | Desktopы | Мобильные | Только телефоны | Только планшеты

Что искали со словом «прокат мужских костюмов в томске» — 17 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">прокат мужских костюмов томск</a>	17

Запросы, похожие на «прокат мужских костюмов в томске»

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">костюм напрокат томск</a>	451
<a href="#">платье прокат томск</a>	581
<a href="#">карнавальный костюм томск</a>	556
<a href="#">платье напрокат томск</a>	344

Что искали со словом «мужские костюмы томск» — 522 показа в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">мужские костюмы томск</a>	522
<a href="#">купить мужской костюм +в томске</a>	171
<a href="#">горнолыжный костюм томск мужской</a>	73
<a href="#">спортивные костюмы мужские +в томске</a>	53
<a href="#">купить горнолыжный костюм мужской томск</a>	45
<a href="#">спортивные костюмы мужские купить +в томске</a>	30
<a href="#">мужские костюмы томск цена</a>	23
<a href="#">прокат мужских костюмов томск</a>	19
<a href="#">костюмы мужские классические томск</a>	17
<a href="#">недорогие мужские костюмы томск</a>	10
<a href="#">мужские костюмы +в томске магазины</a>	9
<a href="#">лыжные костюмы +в томске мужские</a>	8
<a href="#">купить спортивный костюм адидас +в томске мужской</a>	6
<a href="#">+о томск купить брючный костюм мужской цена</a>	6
<a href="#">пошив мужского костюма томск</a>	6

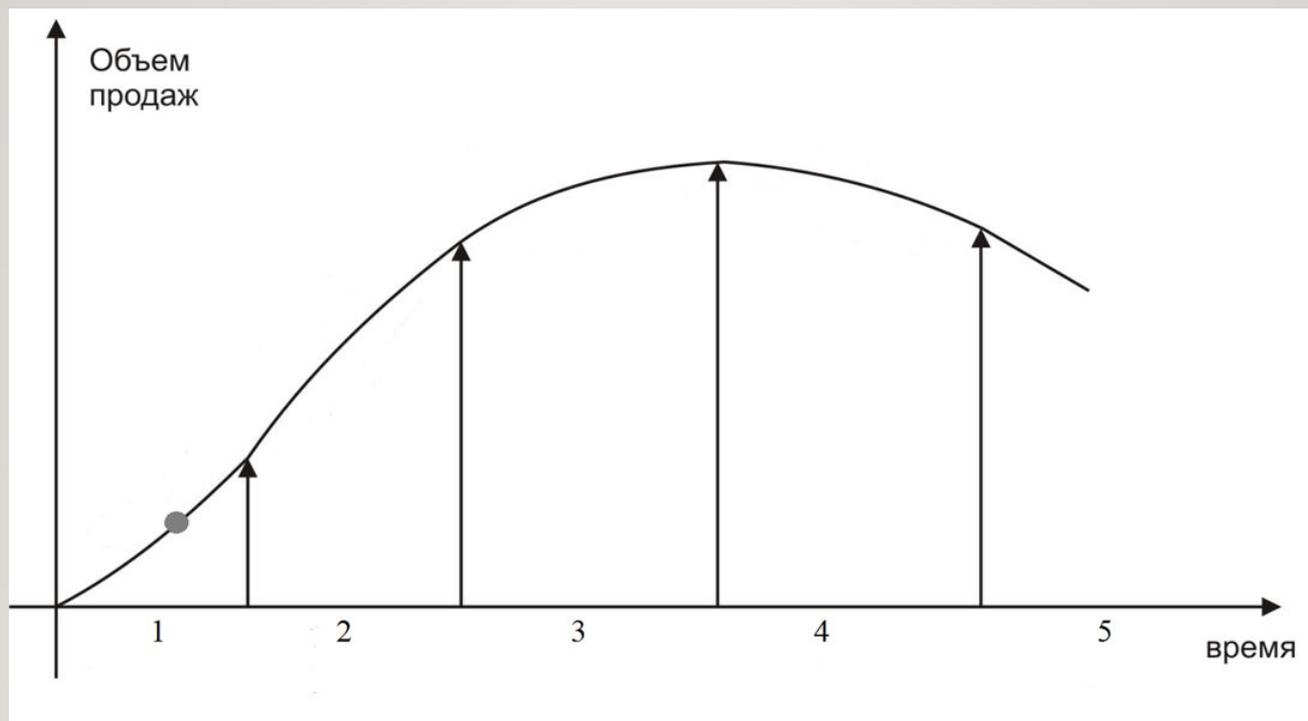
Запросы, похожие на «мужские костюмы томск»

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">купить костюм томск</a>	3 287
<a href="#">одежда магазин томск</a>	2 174
<a href="#">костюм гу</a>	5 936
<a href="#">спортивный томск</a>	5 296
<a href="#">платье прокат томск</a>	578
<a href="#">платье напрокат томск</a>	366
<a href="#">одежда томск</a>	11 477
<a href="#">спортивный магазин томск</a>	809
<a href="#">костюм женский</a>	471 226
<a href="#">костюм город</a>	19 623

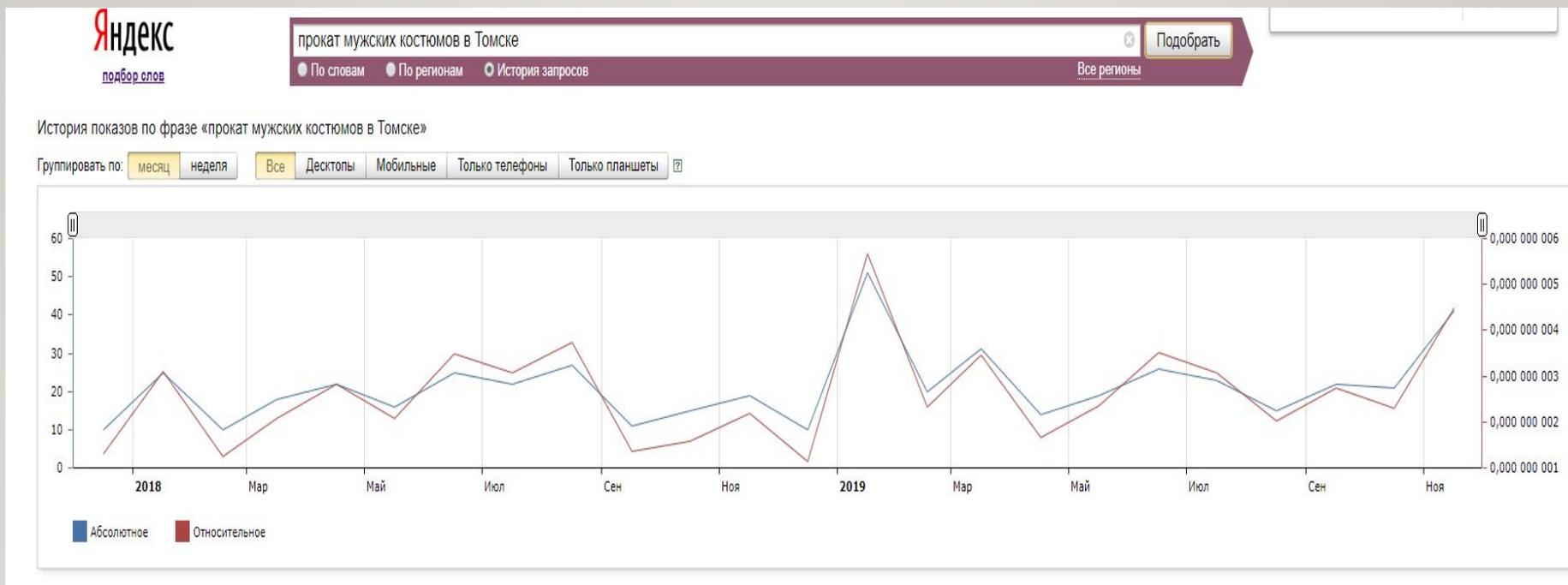
# АНАЛИЗ РЫНКА. ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ РЫНКА

## 5

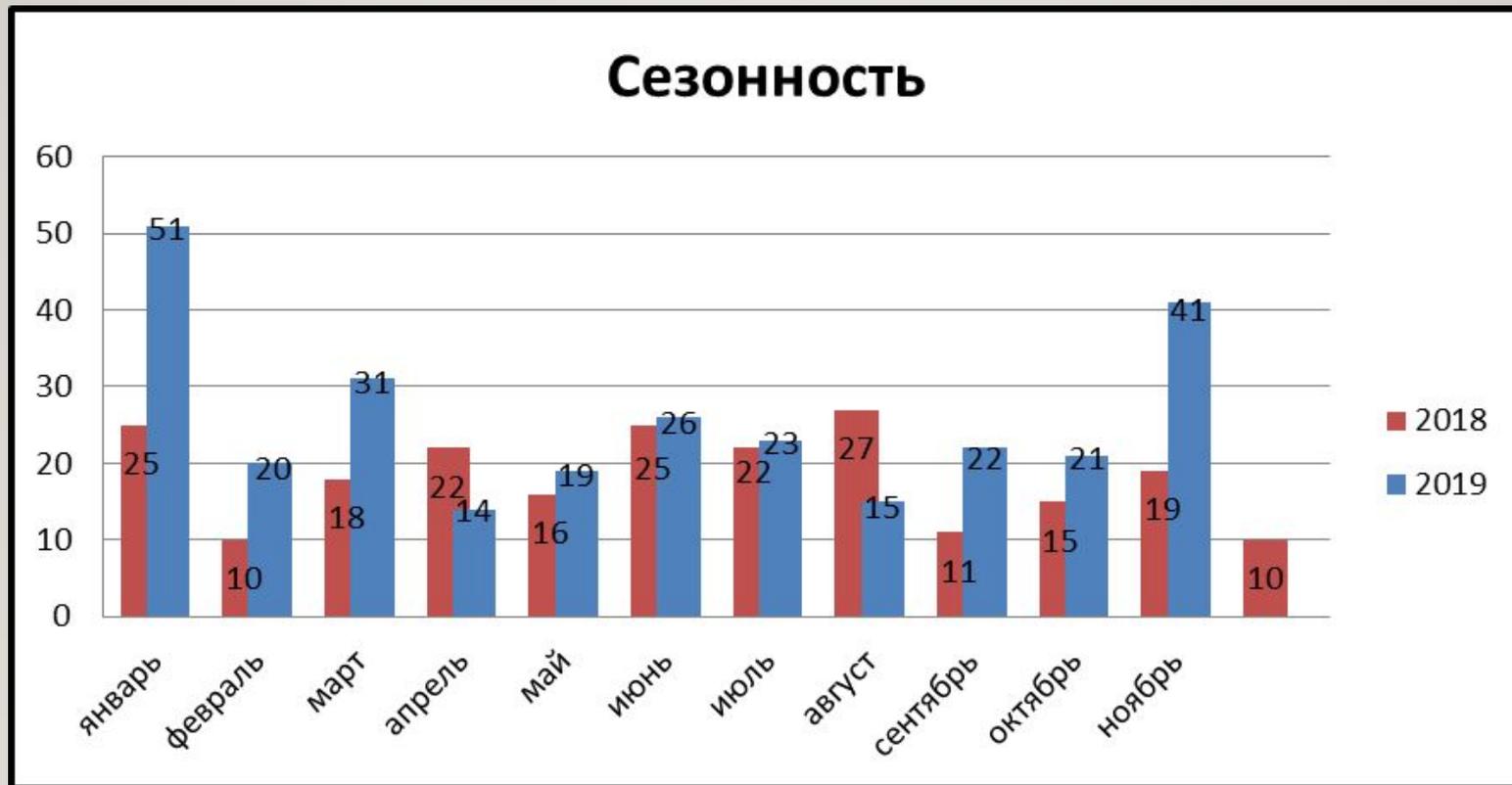
- Этап зарождения отрасли



# 6 АНАЛИЗ РЫНКА. ДИНАМИКА

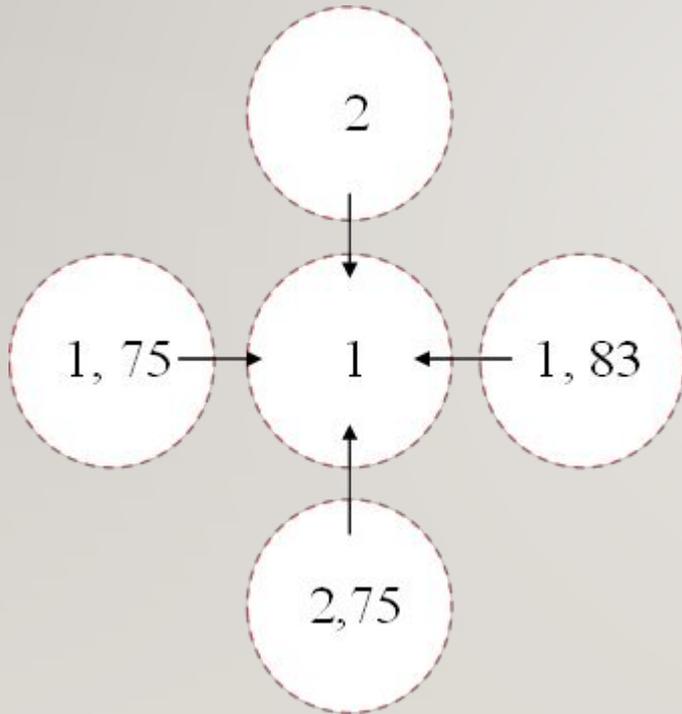


# 7 СЕЗОННОСТЬ



## 8 ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЫНКА

---



Уровень конкуренции внутри отрасли – 1;  
Угроза входа новых игроков на рынок – 2;  
Угроза появления товаров-субститутов – 2,75;  
Рыночная власть поставщиков – 1,75;  
Рыночная власть покупателей – 1,83

Фактор	Тренд	ХВ	СВТ	УТ	ВТ
Р (Политика)	Налоговая политика (повышение налогов)	(-1)	2	2	-4
	9 Свобода информации и независимость СМИ	(+1)	3	3	9
	Количественные и качественные ограничения на импорт, торговая политика	(-1)	3,8	2	-7,6
	Степень защиты интеллектуальной собственности и закон об авторском праве	(-1)	2,2	2	-4,4
Е (Экономика)	Рост курсов основных валют	(-1)	2	2	-4
	Уровень безработицы, размер и условия оплаты труда	(-1)	3	2,5	-7,5
	Уровень располагаемых доходов населения	(+1)	4	4	16
	Появление конкурентов	(-1)	4	3,5	14
S (Социум)	Отношение к импортным товарам и услугам	(+1)	3,2	3	9,6
	Отношение к работе, карьере, досугу и выходу на пенсию	(+1)	3,4	3	10,2
	Требования к качеству продукции и уровню сервиса	(+1)	3,7	3,5	12,95
	Образ жизни и привычки потребления	(+1)	3,2	2,5	8
	Темпы роста населения	(+1)	3,4	3	10,2
	Уровень миграции и иммиграционные	(+1)	2	2	4

Фактор	Тренд	ХВ	СВТ	УТ	ВТ
Т (Технологии)	Развитие и проникновение интернета	(+1)	3	3	9
	Развитие мобильных устройств	(+1)	2,8	2,5	7
	Доступ к новейшим технологиям	(+1)	1,8	1,5	2,7
	Степень использования, внедрения и передачи технологий	(+1)	1,8	1,5	2,7
Р (Право)	Антимонопольные законы	(-1)	2,2	2,4	-5,28
	Законы о занятости	(-1)	2,5	2,7	-6,75
	Законы о защите потребителей	(-1)	3,2	2,8	-8,96
	Законы об авторском праве и патентах	(-1)	2,2	2	-4,4
	Законы о здоровье и безопасности	(-1)	1,8	2	-3,6
Е (Экология)	Дефицита сырья	(-1)	3,3	3,2	-11,55

## II ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ

Топ возможностей	Баллы	Топ угроз	Баллы
Высокий уровень располагаемых доходов населения	16	Дефицита сырья	11,55
Положительное отношение к работе, карьере, досугу	10,2	Появление конкурентов	14
Требования к качеству продукции и уровню сервиса	13		
Темпы роста населения	10,2		

## 12 ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ

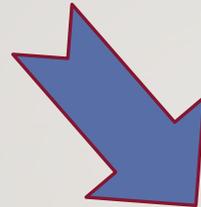
Индикаторы рынка	Текущее значение	Целевое значение
Роль на рынке	Производитель услуг	Производитель услуг
Тип рынка	glory	glory
Товарная категория	B2C	B2C
Частота покупок	небольшая	высокая
Причины покупок	позитивная	позитивная + негативная
Тип вовлеченности в покупку	слабая	сильная
Тип принятия решения о покупке	твердо запланированная	твердо запланированная + импульсивная
Тип продукта	услуги	услуги
Темпы развития рынка	Растущий	Стабильный

# 13 АНАЛИЗ РЕСУРСОВ

---

## Ресурсы:

1. Огромный ассортимент костюмов
2. Тематические костюмы
3. Экономичность услуги
4. Интернет-каталог



1. Большой выбор для разных событий  
Идеальный подбор (подшив) по фигуре
2. Дизайн с образов известных людей (костюм на 1 раз)
3. Доступная цена
4. Ознакомление с ассортиментом



1. Стильно, модно, удобно  
Идеально
2. Уникально
3. Экономично
4. Быстро

# МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОХВАТА РЫНКА

**Концентрированный маркетинг** - один сегмент отрасли, один продукт.

Преимущества:

- продукт максимально отвечает потребностям аудитории;
- высокий уровень лояльности и защита от переключения;
- более высокая цена и рост рентабельность продаж;
- низкий бюджет на продвижение;
- малые затраты на распространение товара;
- для стартапов и малого бизнеса.



# 15 СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

---

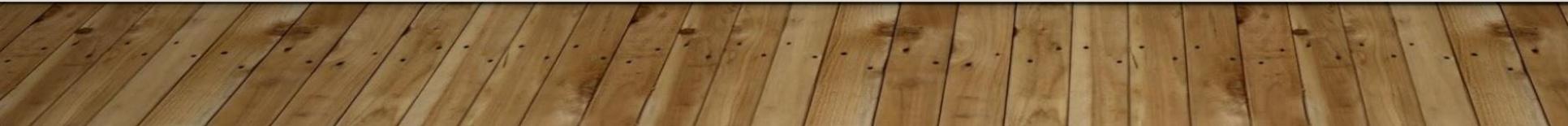
## Критерии сегментирования B2C

**Географический:** город Томск

**Социально-демографический:** мужской пол, возраст от 17 до 50 лет

**Психографический:** общительный, ведет активный образ жизни, следит за своим внешним видом

**Поведенческий:** повод покупки - мероприятие



# 16 СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

	Женихи	Студенты	Ведущие	Деловые люди
Любитель мероприятий	3	3	3	2
Экономный	2	3	2	2
Важно, как он выглядит	3	3	3	3
Доход средний	3	2	3	3
Активный и общительный	3	3	3	3
<b>Сумма</b>	14	14	14	13

# 17 CUSTOMER DEVELOPMENT

---

Вопрос: Брали ли вы напрокат мужской костюм?

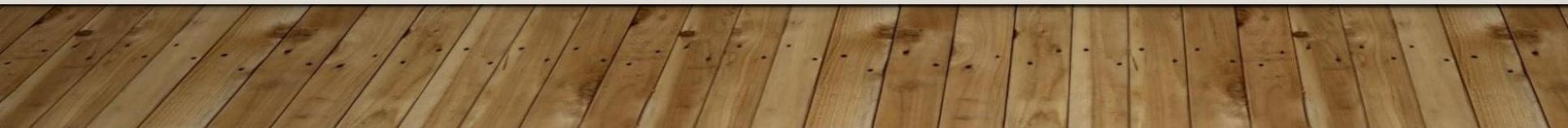
- Да, один раз.

Вопрос: Почему вы просто не купила костюм?

- Подходящего костюма для выпускного найти не получилось и я взял костюм напрокат у друга потому что, такой услуги в Томске нет.

Вопрос: Сколько вы готовы заплатить , если эта услуга появится в Томске?

- 1500-2000 рублей.



# 18 АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. SMP

---

**Кто?** Компания проката мужских костюмов

**Для кого?** Для студентов

**Что?** «Стильно, качественно, недорого.»

**Зачем?** Чтобы воспользоваться костюмом 1 раз

**Почему?** Услуга дешевле покупки

# 19 ТИПАЖИРОВАНИЕ

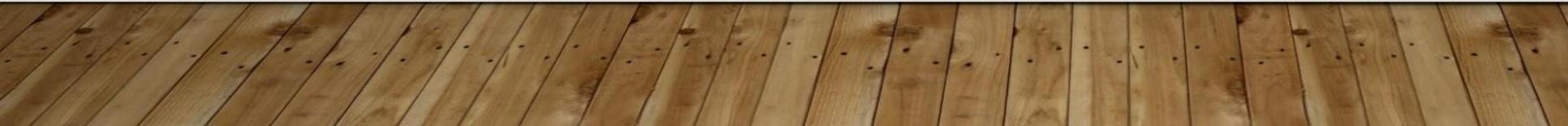
---

## **Типажи:**

- Молодой человек (привлекает эстетическая сторона, модность изделия, их выбор основывается на личных предпочтениях и не важна практичность) ;
- Мужчина (стремится быстрее принять решение, не склонны к длительному выбору и быстро расстаются с деньгами) .

## **Причины проката:**

- Хочет сэкономить
- Костюм на 1 раз
- Нестандартный размер

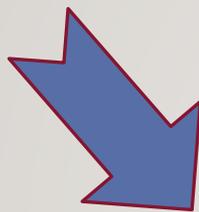


# 20 ОПИСАНИЕ ТИПАЖЕЙ

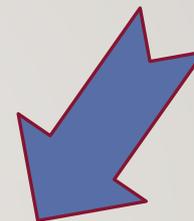
Типаж	Краткое описание	Явная мотивация	Скрытая мотивация	Критерий выбора продукта	Качественная характеристика
Жених	Молодой человек, который не видит смысла в дальнейшем использовании свадебного костюма.	Прокат на 1 раз	Деньги	Цена, идеальный образ	Экономично, идеально
Студент	Хочет выглядеть стильно и элегантно, но ограничен в денежных средствах	Прокат с целью сэкономить	Деньги, неуверенность в себе	Цена, большой выбор	Экономично, стильно
Ведущий	Обожает необычные образы, ведет тематические события	Прокат, оригинальность	Нет смысла тратиться на тематический костюм	Цена, дизайн	Экономично, уникально
Деловой мужчина	Командировка (деловая встреча) в городе, в котором он проездом	Необходим официальный костюм	Лень брать с собой собственный костюм	Возможность взять костюм напрокат, ознакомление с ассортиментом через интернет	Удобно, быстро

# 21 КОДОВЫЙ ЗАМОК

Типы ресурсов:  
Материальные  
Финансовые



Типажи:  
Жених  
Студент  
Ведущий  
Деловой мужчина



Огромный ассортимент  
костюмов  
Тематические костюмы  
Экономичность услуги  
Интернет-каталог



Мотивы:  
Прокат на 1 раз  
Экономия  
Оригинальность  
Деловой внешний вид



Стильно, модно, удобно  
Идеально  
Уникально  
Экономично  
Быстро

Критерии выбора:  
Экономично  
Идеально  
Стильно  
Уникально  
Удобно  
Быстро

## 22 АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЯ

---

Проводит время в соц.  
сетях

Ищет костюмы в  
интернете

Скоро выпускной  
или свадьба у друга

**Студент**

Гуляет и замечает рекламные  
баннеры с прокатом  
костюмов

Возможность выглядеть  
каждый раз особенно  
или удивить своим  
образом

Выпускной,  
мероприятие

## 23 АВАТАРИЗАЦИЯ

---



Кирилл, 20 лет, студент ТГУ. Живет на стипендию, занимается активной студенческой деятельностью, душа компании. Идет в ногу со временем, старается быть в тренде. Следит за своим внешним видом, пользуется популярностью. Любит все новое, рискован, каждый день живет как последний.

# 24 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

## 4 подход – выбор потребителя

Факторы КСП	Мы	К1	К2	К3	К4	К5	К6	К7	К8	К9	К10
Качество	9	7	9	9	10	6	7	7	7	8	7
Комфорт в использовании	9	7	9	9	10	7	8	8	7	8	9
Цена	10	8	8	8	6,5	7,5	7,5	7	8	8	7
Широкий размерный диапазон	10	9	8	10	10	8	8	7	8	7	9
<b>Итог</b>	<b>9,5</b>	<b>7,75</b>	<b>8,5</b>	<b>9</b>	<b>9,1</b>	<b>7,1</b>	<b>7,6</b>	<b>7,25</b>	<b>7,5</b>	<b>7,75</b>	<b>8</b>
Оцен. системы	-	4,3	4,5	4,2	4,4	5	4,7	4,4	3,8	5	4,8

К1 – Superman; К2 – Пеплос (оценки всего 2);

К3 – Салон мужской одежды «Кавалер»;

К4 – Henderson ( есть костюмы от 49 к);

К5 – Van Cliff (оценки всего 2);

К6 – Lexmer; К7 – Kanzler;

К8 – Сеть магазинов мужской одежды «Блондин»;

К9 – MODNO (всего 3 отзыва);

К10 – Men's Look Store (много чего, но скучный выбор)

# 25 УТП. СТРАТЕГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

---



**УТП:** дизайн костюмов  
с образами известных  
личностей

## 26 ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ. ОФФЕР

---

Стратегия продвижения – push

**Слоган – «Надень на день!»**

**Оффер** – «Стиль, качество, идеальная посадка, огромный выбор моделей для любого события, доступные цены. Приходите к нам за Ваши лучшим образом»

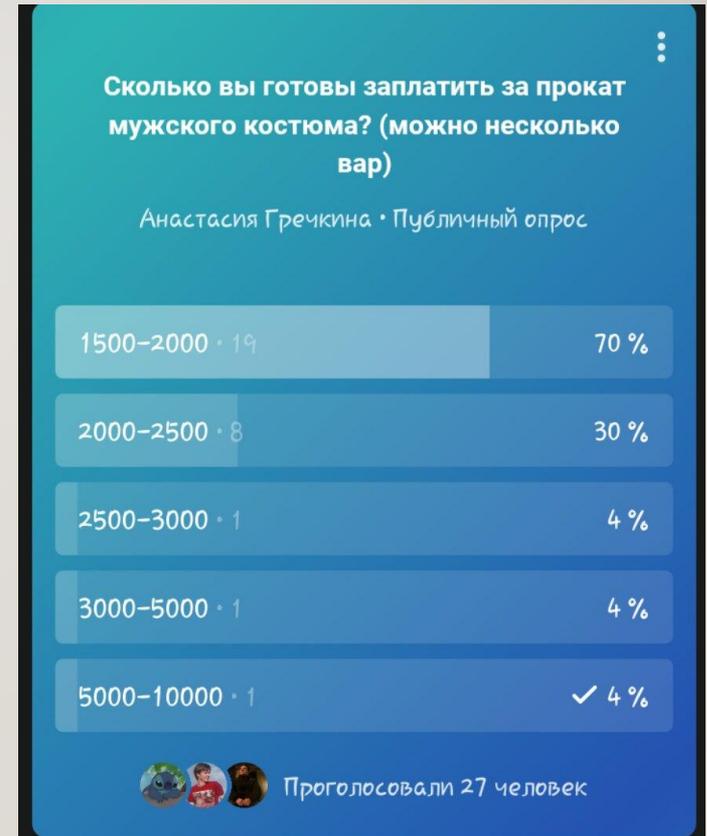
- ✓ Предъяви студенческий билет и получи скидку в 10%.
- ✓ Приведи друга и получите скидку в 25%.

## 27 ВОРОНКА ПРОДАЖ

Раздача флаеров – 500 рублей:

- Листовку взяли – 1000 человек
- Перешли по ссылке – 200 человек
- Пришли в офис – 20 человек
- Оплатили услугу – 2 человека – 3000 р.

Эффективность:  $3000/500=6=600\%$



**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**

