

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ МАГАЗИНА СТИКЕРОВ

«CUSTOMER DEVELOPMENT»

Состав группы:

Арсений Стариченков

Анна Бачева

Алексей Бабушкин

Виктор Авксенов

Алиса Третьякова

Светлана Крапивина

Вячеслав Ершов

Анна Снимщикова

1. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЕГМЕНТЫ

1. Школьники:



2. Студенты:



2. ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

1. Мы открываем интернет-магазин по продаже стикеров
2. С помощью нашей продукции Вы сможете украсить свой ноутбук, тетрадь или любой другой предмет изображениями любимых героев
3. Поможет не потерять индивидуальность и добавит красок в Вашу жизнь.



3. КАНАЛЫ СБЫТА

- **Потенциальные покупатели:** наша целевая аудитория-это студенты и школьники (7–25). Идеальными площадками для взаимодействия с ними будет служить социальная сеть Instagram.
- **Посетители:** Необходимо проводить различные опросы.
- **Покупатели:** Для того, чтобы клиент совершил покупку нужно регулярно устраивать розыгрыши и акции.
- **Постоянные клиенты:** Необходимо удовлетворять потребности потребителя, для того чтобы он приходил совершать покупку снова и снова. Например: Высокое качество, доступная цена, систематические обновления ассортимента.



4. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

- **Доверительные отношения с клиентами**
- **Обратная связь**
- **конструктивная критика в комментариях**
- **Систематические**
- **опросы**



5. Потоки поступления доходов

- 1) За что клиенты действительно готовы платить?
- 2) Каким образом?
- 3) Разовые продажи или постоянные платежи?
- 1) Клиенты готовы платить за быстрореагирующий сервис, за качественные стикеры и своевременную доставку
- 2) Денежные средства клиента поступают на счёт, после завершения оплаты на сайте
- 3) Клиент может сделать, как разовый заказ, так и подписаться на постоянную поставку стикеров



6. КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Материальные** - затраты на поставщиков, реклама, аренда склада
2. **Интеллектуальные** - логотип с нашим названием
3. **Финансовые** - наличие изначального капитала, з/п работников
4. **Человеческие** - правильно подобранная команда сотрудников



7. КЛЮЧЕВЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- ▣ **Реализация товаров путём торговли через интернет платформы оптом и в розницу:** Для того чтобы наш товар продавался он должен соответствовать фото и описанию, а также быть хорошего качества.
- ▣ **Разрешение проблем клиентов:** Мы должны оперативно реагировать на проблемы, с которыми потребитель может столкнуться при покупке товаров в нашем интернет магазине(оплата, доставка, возврат и.т.д)
- ▣ **Поддержание работоспособности интернет ресурсов(сайт, группа в Вконтакте, страница в инстаграм):** Главной особенностью и одним из важнейших преимуществ интернет-магазина является то, что работает он 24 часа в сутки и 365 дней в году без перерывов и выходных. Мы должны постоянно поддерживать работоспособность наших интернет ресурсов, а также всесторонне развивать их.



8. КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЕРЫ

- Основными компаньонами нашей деятельности являются поставщики, которые будут обеспечивать нас необходимыми товарами.
- Ключевые факторы при выборе поставщика:
 - Цены
 - Гарантии качества
 - Обслуживание
 - Надежность снабжения
 - Оформление товара (упаковка)



ОСНОВНОЙ ПОСТАВЩИК



- Большой ассортимент качественных тематических стикеров и открыток
- Приемлемые цены
- По запросу сайт располагался на первой строке
- Высокое качество упаковки
- Оперативная обратная связь
- Сайт отличается весьма красивым и интересным оформлением
- Идет постоянная работа над улучшением качества товаров и упаковки
- Стабильно пополняется ассортимент наборов, учитывая тренды молодежи



9. СТРУКТУРА ИЗДЕРЖЕК

□ Структура расходов:

- Зарплата сотрудникам
- Закупка товаров
- Программирование сайта
- Продвижение интернет магазина
- Реклама
- Затраты на интернет

□ Наибольшие затраты:

- Закупка товаров
- Реклама
- Продвижение интернет магазина

