

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ИДЕИ БУТИКА ОДЕЖДЫ “*Killah*er”

Подготовила: Бойнева Мелания
Студентка 4 курса группы 41 К
Факультета Дизайн 1МОК
Преподаватель: Беличко Н.С.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Целью работы является написание бизнес-идеи для проектируемого коммерческого предприятия – бутика стильной, деловой одежды „Killaher „.

Задачи:

1. Определиться с направлением и концепцией бизнеса, выявить ключевые ценности;
2. Определить целевую аудиторию, на которую направлена деятельность организации;
3. Разработать айдентику бренда;
4. Провести анализ рынка в данной сфере;
5. Составить систему маркетинговых услуг;
6. Выявить ресурсы и основных партнеров для открытия бутика;
7. Разработать план действий по созданию, продвижению и реализации продукции;
8. Составить финансовый план доходов;
9. Проанализировать возможные риски.

Объект исследования данной работы является бутик одежды „Killaher „.

Предмет исследования – бизнес-идея бутика.

КОНЦЕПЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Фирма занимается продажей и реализацией собственной дизайнерской одежды, которая выпускается небольшими сериями и является эксклюзивной. Производится продажа сезонных капсул женской одежды. Бутик предоставляет возможность приобретения полной капсульной коллекции или отдельных образов. Наши консультанты помогут грамотно подобрать модный образ, подходящий именно Вам.

Кроме того, организация предоставляет услуги портного, для подгонки изделий на Вашу фигуру, так же услуги квалифицированных конструкторов для полного отшива по индивидуальным меркам. Наши изделия отличаются высоким качеством материалов и пошивом.

АНАЛИЗ РЫНКА

- В связи с ухудшением политической обстановки многие поставщики резко повысили цены и приостановили свою деятельность в России.
- Уход с российского рынка крупных иностранных магазинов дает возможность конкурировать российским брендам с зарубежными компаниями.
- Необходимо сконцентрировать внимание на моделях базового гардероба. Цены неизбежно будут расти и рациональные экономные потребители будут приобретать одежду хорошего качества, но более износостойкие.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

- **Уникальность**

Неповторимые дизайнерские идеи, разработка капсульного гардероба, высокий уровень обработки, контроль качества на каждом этапе.

- **Преимущество**

Соотношение цены и качества продукции.
Эксклюзивность

- **Проблематика**

Создаем одежду для молодых специалистов бизнес-сферы, содействуем приобретению уверенности в себе. Помогаем правильно позиционировать себя в соответствующей обстановке, соответствовать ей.

- **Привлекательность**

Из коллекций бренда можно создавать много законченных образов из небольшого набора вещей. Продуманность образов и деталей.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Бутик является организацией среднего ценного сегмента. Целевая аудитория бутика «Killaher» – жители города Москвы, женщины от 20 до 45 лет, работники и студенты учебных заведений, сотрудники офиса, работники гостиничного и ресторанного бизнеса, которые хотят продемонстрировать свой статус, уровень дохода выше среднего. Их цель в жизни – карьерный рост; предпочтения в одежде – удобная, модная, деловая одежда как для похода на работу или деловые встречи, так и для посещения различных культурных мероприятий. Комфорт и функциональность-главная составляющая при выборе одежды. Стараются выглядеть экстраординарно, тщательно подбирая вещи в свой гардероб, чтобы все гармонично сочеталось

АЙДЕНТИКА БРЕНДА



Цвета– черный, белый и оттенки бежевого.

Черный – официальность. Цвет солидности и престижа. Этот цвет ориентирован на серьёзных, авторитетных людей. Светлые тона- элегантность, утонченность. Символ чистоты и легкости

Слоган – «Мода и стиль»

Форма логотипа прямоугольная. Знак классической рубашки и папки с документами, символизирует деловую деятельность и ответственный подход.

Шрифт Sabin Next LT: минималистичный и изящный. Придаёт ощущение строгости и надёжности .

КАНАЛЫ ПЕРЕДАЧИ ЦЕННОСТЕЙ

- Продвижение продукции при помощи программ лояльности – акций и скидок
- Разработка и создание собственного сайта
- Реклама в социальных сетях. А так же размещение рекламных баннеров в торговых центрах
- Сотрудничество с личностями медийной сферы
- Также, для привлечения внимания и роста числа покупателей разработана система скидок

Система скидок

Скидка в День Рождения 5%

Скидка для постоянных клиентов 8%

При приобретении полного капсульного гардероба
10%

РЕСУРСЫ

- ⊙ Вспомогательный персонал;
- ⊙ Услуги конструктора для пошива индивидуального изделия;
- ⊙ Качественные материалы и фурнитура от надёжных поставщиков;
- ⊙ Функциональная рекламная фирма по привлечению новых клиентов;
- ⊙ Денежные ресурсы.

КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЁРЫ И СПОНСОРЫ

- ⦿ Поставщики материалов и фурнитуры;
- ⦿ Сотрудничество с: медийными личностями, художниками, фотостудиями, дизайнерами;
- ⦿ Фирмы – партнеры;
- ⦿ Производители;
- ⦿ Партнеры в PR сфере (PR-менеджеры, журналисты).

КЛЮЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

- Анализ состояния рынка на данный момент;
- Определение концепции и необходимости создания организации;
- Оформление документов;
- Разработка айдентики бренда (логотипа, товарного знака и т. д.);
- Исследование идей и создание коллекций;
- Утверждение ассортимента, подбор тканей и фурнитуры, подготовка технической документации для производства;
- Закупка материалов;
- Доставка материалов на производство;
- Подготовка и выпуск продукции, её маркировка;
- Создание фото-контента готовой продукции;
- Распространение продукции на рынке с помощью PR;
- Размещение готовой продукции в магазине;
- Начало продаж.

ПОТОКИ ДОХОДОВ

- Выручка от реализации готовой продукции;
- Доходы за индивидуальный пошив и подгонку изделий;
- Увеличение целевой аудитории засчет PR деятельности;

Всего доходы = доходы от реализации готовой продукции + доходы за индивидуальный пошив и подгонку изделий

Всего доходы = 1 743 500 + 102 200 + 196 000 = 2 041 700 руб.

РИСКИ

- Одни из основных рисков для индивидуального бизнеса является подорожание аренды и сырья.
- Также имеются риски по неисполнению обязательств поставщиками и производителями.
- Риски, связанные с политическим разногласием иностранных поставщиков.
- Не эффективная реклама тоже может привести к убыточному состоянию организации.
- Возможны внезапные риски, например, как вспышка пандемии COVID-19 и последующие ограничительные меры.





ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При разработке данной бизнес-идеи был проведен анализ современного состояния рынка. Были выявлены все положительные и отрицательные факторы, влияющие на открытие и развитие бизнеса в данной области. В связи с чем, можно сделать вывод о том, что перспективы развития деятельности в этой области сохраняются, не смотря на резкий спад, связанный с пандемией и политической обстановкой.

С учетом расчетов и анализа бизнес-идеи можно сделать вывод о том, что данный проект является успешным, привлекательным и конкурентоспособным.

Безусловно, проект имеет определенные недостатки. Здесь важно правильно и продуманно использовать все возможные ресурсы.

Главные достоинства:

Помощь нашим клиентам в подборе индивидуального, качественного продукта пользования, индивидуальный пошив. Исходя из ситуации в политике есть шанс выйти на Российский рынок данного сегмента и реализовать собственную продукцию.