Бизнес-план.

**Резюме.**

Наименование создаваемого предприятия: Веб-студия «IzhSoftTech». Адрес: г.Ижевск. Выбрана организационно-правовая форма – ИП (индивидуальный предприниматель Балабанов Владимир Валентинович).

 Сфера бизнеса: веб-разработка и продвижение сайтов предприятий заказчиков через интернет. Бизнес-план рассчитан на один год. По окончании этого срока можно продолжить деятельность компании при условии, если будут достигнуты поставленные цели и задачи в срок.

Веб-студия «IzhSoftTech» будет заниматься разработкой и продвижением сайтов и приложений как для организаций, так и для физических лиц. Основной упор будет делаться на разработку корпоративных веб-сайтов, приложений и их продвижение, автоматизацию бизнес-процессов клиента посредством данных сайтов.

Управление фирмой будет осуществляться её владельцем. Привлечение средств планируется посредством инвестиций от сторонних лиц. Срок окупаемости наступает в первом квартале первого года существования фирмы.

**Характеристика.**

Бизнес идея: предоставление клиентам максимально возможный набор услуг высокого качества и надежности в сфере веб-разработки, следуя мировым стандартам и принципам корпоративной этики.

Сфера деятельности веб-студии - это предоставление услуг интернет маркетинга другим предприятиям в Ижевске и России. Главным продуктом является веб-сайт и приложение. А смежной услугой является – продвижение сайта в сети.

 Веб-студии редко привязаны к определенному региону, потому что передача всей информации происходит посредством электронной почты, телефона и других средств связи.

**План маркетинга.**

 Несмотря на то, что на рынке веб-разработки большое количество компаний, жесткой конкурентной борьбы между ними нет. Так как сейчас основная масса предприятий старается разместить как можно больше информации о себе в сети Интернет.

Также сайты необходимы не только компаниям, но и отдельным физическим лицам, например, звезды эстрады. Поэтому объем спроса примерно равен объему предложений.

 Веб-студия «IzhSoftTech» оказывает услуги в области интернет маркетинга, с помощью создания веб-сайтов. Интернет-маркетинг - это использование всех способов и приемов обычного маркетинга, для получения максимального эффекта с продвигаемого сайта.

Интернет маркетинг затрагивает такие показатели, как цена, продукт, место его продажи и раскрутка (продвижение).

Веб-сайт - это страница или совокупность страниц, объединенных одним адресом, выполненных в формате HTML документа или с использованием других технологий, доступных пользователю посредством сети Internet.

 Веб-сайт - это не просто полная информация о фирме, ее сфере деятельности и контактах - это возможность решения различных маркетинговых и коммерческих задач бизнеса.

 Все сайты, созданные в веб-студии «IzhSoftTech» можно разделить на 3 типа:

1) сайт-визитка;

2) интернет-магазин;

3) тематический портал.

 Сайт визитка – самый простой вариант сайта. На его страницах размещается только основная информация о деятельности компании. В частности: - описание компании;

- виды деятельности;

- примеры работ;

- контакты;

 - отзывы клиентов;

 - дополнительная информация.

 Сайт визитка служит для предоставления информации о компании и не больше. Не служит для привлечения клиентов с помощью интернет поиска.

Интернет-магазин – сайт, служащий для продажи товаров компании. Имеет достаточно много разделов, среди которых обязательно есть:

- каталог продукции;

- описание деятельности предприятия;

 - описание категорий продукции;

 - условия доставки;

- контакты;

 - отзывы клиентов.

 По содержанию интернет-магазин имеет достаточно много уникальных страниц товаров. С помощью интернет-магазина, клиент может заказать нужный ему товар, прямо из интерфейса сайта. При этом оплатив его различными способами оплаты (например, карта Сбербанка, электронная платежная система WebMoney или Яндекс деньги).

Тематический портал – самый сложный вариант веб-сайта. Предоставляет всю информацию по определенной тематике и дает пользователям возможность обсуждать тот или иной материал посредством форума или чата.

В основном заказчики тематических порталов – крупные производители в отрасли. Отсюда в тематический портал могут входить разделы:

 - описание деятельности компании;

 - описание деятельности дилеров компании;

 - интернет-магазин;

- онлайн представительства дилеров;

 - нормативные документы по отрасли;

 - форум или чат;

- контакты компании.

 Продвижение сайта – комплекс услуг, направленных на увеличение аудитории веб-сайта, с целью ее будущей монетизации. Сегодня существует несколько способов продвижения сайта:

- SEO-продвижение;

 - SMO-продвижение;

- контекстная реклама.

 SEO-продвижение, или другими словами Search Engine Optimization, направлено на улучшение позиций сайта в поисковых системах. Благодаря высоким позициям сайт получает максимальное число уникальных посетителей, а следовательно увеличивается число потенциальных клиентов.

Уникальный посетитель – пользователь, чья идентификация происходит с использованием cookies. SEO – наиболее частая услуга, которую заказывают компании, потому что зачастую дает больший эффект при продвижении. В основном эффективность данного метода можно оценить спустя 3 месяца после начала продвижения.

Существует ряд факторов, которые влияют на эффективность SEO-продвижения:

1) возраст сайта;

2) качество (уникальность и читаемость) контента на сайте;

3) внешние факторы (количество ссылок, репутация ресурса, поведенческий фактор).

SMO (Social media optimization) продвижение – новая услуга, которая стала популярной в последние 2-3 года. В переводе с английского, дословно означает - оптимизация сайта под социальные сети. Представляет из себя ряд мер, по продвижению веб-сайта на форумах, в социальных сетях и рейтингах. Никак не связано с поисковыми системами.

Суть SMO-продвижения в том, чтобы сформировать благоприятную обстановку вокруг компании и найти клиентов в уже созданном сообществе. Примером SMO-продвижения может являться создание групп в социальных сетях. Сегодня, часть компаний привлекают потенциальных клиентов, только благодаря SMO-продвижению. Контекстная реклама это самый быстрый способ найти клиентов в сети Интернет.

Данный вид рекламы осуществляется посредством партнерских программ (например, Яндекс.Директ) и работает по системе оплата за действие. С помощью контекстной рекламы можно найти потенциальных покупателей уже через сутки после старта сайта.

SWOT-анализ – один из самых распространенных методов, который оценивает внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие организации. Это анализ слабых и сильных сторон компании, а также угроз и возможностей со стороны внешней окружающей среды.

SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| 1.Высокое качество услуг | 1. Невозможность исполнения заказов вследствие перегруженности; 2. Слабый маркетинг; |
| Возможности: | Угрозы |
| 1. Рост рынка; 2. Устаревание сайтов вследствие развитий технологий и моды на дизайн | 1. Большое число конкурентов; 2. Комплексное представление услуг конкурентами. |

Веб-студия «IzhSoftTech» будет предоставлять услуги двух видов, это создание сайта и продвижение сайтов в сети Интернет.

Создание сайтов следующих форматов:

 - Сайт-визитка;

- Корпоративный сайт;

 - Интернет-магазин.

Виды продвижения сайтов:

- SEO-продвижение;

- SMO-продвижение;

- Контекстная реклама.

Продвижение услуг осуществляется с помощью механизма информирования, воздействия, убеждения и стимулирования покупателей, вовлечения их в процесс покупки. Механизм продвижения приводится в действие с помощью комплексного инструментария, в состав которого входят: реклама, стимулирование сбыта, формирование общественного мнения.

Продвижение будет организовано путем использования совокупности инструментов.

В таблице ниже представлены инструменты маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Реклама | Стимулирование сбыта | Связи с общественностью |
| Веб-сайт компании | Акции | Публикации материалов на веб-сайте компании |
| Регистрация сайта в каталогах и индексация сайта поисковыми системами | Аудит | Проведение маркетинговых мероприятий с их активным освещением в Интернете |
| Реклама при помощи электронной почты  | Купоны | Участие в конференциях |

**Организационный план.**

Планируется начать реализацию проекта в первой половине 2024 года.

|  |  |
| --- | --- |
| Содержание этапа реализации | Календарные сроки исполнения |
| Регистрация ИП | Первая половина года |
| Аренда офиса | Первая половина года |
| Приобретение мебели и техники | Первая половина года |
| Разработка собственного сайта-портфолио и разработка коммерческого предложения | Первая половина года |
| Реклама и начало продаж | Первая половина года |

Предполагаемая структура управления веб-студией – линейная.

Такой выбор объясняется тем, что линейная структура управления ориентирована именно на малые предприятия, занимающиеся одним бизнесом. Управление строится на принципе единоначалия, где директор веб-студии получает информацию и несет полную ответственность за нее и за результаты деятельности своих подчиненных.

Требуемы персонал.

|  |  |
| --- | --- |
| флуоДолжность | Основной персонал (в штате) |
| Директор | 1 |
| Программист | 1 |
| Веб-дизайнер | 2 |
| Верстальщик | 2 |
| Копирайтер | 1 |
| Специалист по интернетрекламе | 1 |
| Менеджер проектов | 1 |

В первое время деятельности компании большая часть работы будет выпадать на самого индивидуального предпринимателя – поиск клиентов, переговоры, заключение договоров, организация этапов производства.

Веб-программист занимается разработкой программ, поддерживающих функционирование интернет-сайтов. На основе концептуальных и дизайнерских задач, поставленных заказчиком или работодателем, web- программист создает технически адаптированные страницы, интерфейсы и т.д. Он должен знать:

* + протоколы и принципы функционирования сети интернет;
	+ распространенные веб-браузеры;
	+ язык HTML, CSS, JavaScript, JQuery;
	+ основы веб-дизайна;
	+ языки программирования (PHP, SQL, JavaScript);
	+ работа с базами данных (MySQL);
	+ навыки работы с CMS (1С: Битрикс, ModX, WordPress, Drupal). Веб-дизайнер должен уметь создать визуально приятное и логичное,

по сути, графическое оформление информации. Для этого, кроме художественного чутья и эстетического вкуса, веб-дизайнеру нужно умение использовать графические программы для создания веб-интерфейса в сочетании со способностью обеспечить хорошее юзабилити сайта.

Для верстальщика обязательным минимумом является владение HTML, CSS, Flash-технологией, умение работать в графических редакторах. Так же нужно знание приемов компьютерной верстки.

Специалист по интернет рекламе - человек занимающийся оптимизацией сайта, он анализирует веб-ресурс компании, веб-ресурсы конкурентов, разрабатывает и проводит мероприятия:

* + по оптимизации веб-ресурса для поисковых машин;
	+ по продвижению веб-ресурса в сети интернет;
	+ по увеличению объемов продаж продвигаемого продукта путем привлечения клиентов через сеть Интернет.

Копирайтер разрабатывает контент (содержание) рекламы, тексты (в т.ч. на иностранном языке), пишет рекламные и PR-статьи, разрабатывает положительный имидж компании, обеспечивает информационное текстовое наполнение сайтов.

# Технологический план.

Для начала работ по дизайну и созданию сайтов будет заключен договор между студией и заказчиком. Договор описывает основные механизмы взаимодействия сторон, схему оплаты, сроки и этапы работ по созданию интернет-представительств.

В таблице ниже представлены этапы создания сайта с их описанием и сроками реализации.

Этапы создания сайта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Этап | Описание | Сроки |
| 1 | Определение целей веб-сайта и его позиционирование | На этом этапе необходимо определить, для чего нужен сайт, т.е. какие задачи он должен решать: предоставить общее представление о компании или многосторонне осветить какую-либо сторону человеческой деятельности, увеличить продажи по традиционным каналам или организовать веб-торговлю, провести рекламную или маркетинговую кампанию. | 3 дня |
| 2 | Создание Технического Задания (ТЗ) на разработку веб- сайта | В ТЗ необходимо как можно более подробно описать:* цели создания сайта и его целевую аудиторию;
* структуру веб-сайта и количество страниц в каждом разделе;
* работу динамических модулей;
* пожелания по дизайну (цвета, фирменный стиль, соотношение графика/текст и т.д.)
* используемые технологии (HTML, Flash, PHP и проч.);
* порядок предоставления, обработки или создания графической и текстовой информации;
* технические требования к сайту.
 | 1 день |
| 3 | Создание дизайн- макета веб-сайта | На этом этапе в специальной графической программе создается дизайн страниц будущего веб-сайта с прорисовкой всех графических (банеров, кнопок, фотографий) и текстовых элементов с учетомпожеланий заказчика и задания, прописанного в ТЗ. | 14 дней |

Продолжение таблицы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 4 | Верстка сайта | После утверждения дизайн-макет заказчиком, макет переводится на язык, понятный компьютеру сиспользованием языка HTML. | 7 дней |
| 5 | Программирование сайта | На этапе программированияпроисходит создание всех страниц сайта, определяется порядок работы меню, расставляются гипер-ссылки, создается динамика на сайте, программируются такие составляющие, как форум, новостная лента и прочее. | 14 дней |
| 6 | Наполнение сайта информацией | На этом этапе информация, предоставленная заказчиком, размещается на сайте, путем перевода в специальный формат текст и графика располагаютсяна сайте на определенных страницах. | 5 дней |

На самом деле, представленные этапы являются примерными, они могут быть немного изменены. Потому что создание сайта это не только определенная последовательность действий, но и творческая процесс. Так же на сроки реализации проекта влияет его сложность.

**Фонд оплаты труда, руб.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Постоянные расходы** | **З/П средняя сотруднику** | **Кол.сотрудников** | **Итог** |
| Менеджер проектов | 35000 | 1 | 35000 |
| Программист | 40000 | 1 | 40000 |
| Веб-дизайнер | 35000 | 2 | 70000 |
| Верстальщик | 40000 | 2 | 80000 |
| Копирайтер | 30000 | 1 | 30000 |
| Специалист по интернет рекламе | 30000 | 1 | 30000 |
| **Итог** |  | 8 | 285000 |

Суммы являются примерные не учитывая страховые взносы, премии и проценты за проделанную работу и могут корректироваться в зависимости от обстоятельств.

**Финансовый план.**

**Затраты на покупку оборудования и мебель.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Количество** | **Цена за 1 шт.** | **Общая сумма** |
| Компьютеры и мониторы | 7 | 150000 | 1050000 |
| Столы | 10 | 10000 | 100000 |
| Кресла  | 10 | 5000 | 50000 |
| Оргтехника | 1 | 90000 | 90000 |
| Прочая мебель и утварь | 1 | 50000 | 50000 |
| Сервер | 1 | 150000 | 150000 |
| **Итог** |  |  | 1490000 |

Цены расставлены примерные и могут корректироваться в зависимости от ситуации.

**Инвестиции на открытие**

|  |  |
| --- | --- |
| Регистрация и изготовление печати | 5000 |
| Разработка логотипа и фирменного стиля | 50000 |
| Создание сайта | 40000 |
| Вывеска | 50000 |
| Рекламная компания | 100000 |
| Закупка оборудования | 1490000 |
| Прочее | 100000 |
| **Итог** | 1835000 |

Цены расставлены примерные и могут корректироваться в зависимости от ситуации.

**Ежемесячные траты**

|  |  |
| --- | --- |
| Аренда помещения | 50000 |
| Коммунальные услуги | 10000 |
| Реклама | 100000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 30000 |
| Прочие расходы | 50000 |
| Зарплата | 285000 |
| **Итог** | 525000 |

Цены расставлены примерные и могут корректироваться в зависимости от ситуации.

Средняя ежемесячная выручка = 800 000 рублей, средняя ежемесячная прибыль = 285 000 рублей.

Первоначальные вложения 1835000

Срок окупаемости по финансовой модели 6,4 месяца, но учитывая некоторые погрешности срок может увеличиться до 1 года.

**Факторы риска.**

Низкий уровень технических специалистов. Необходимо тщательно отбирать членов команды, поощрять постоянное развитие, стремление к новым вызовам.

Недостаточный спрос. Укрепление репутации, высокий уровень сервиса, решение задач точно в срок, налаживание долгосрочных отношений с заказчиками.

Большое количество правок от заказчика/недовольство результатом. Нужно проводить разъяснительную работу, т.к. клиенты не являются специалистами и им трудно сформулировать свои требования. После составляется подробное техническое задание, которое закрепляет договорённости и подтверждает, что стороны поняли друг друга.

Малый объем денежного оборота. Основным риском для деятельности веб-студии «IzhSoftTech» является малый объем денежного оборота. Поэтому следует проводить перечень профилактических мер. Например, развивать рекламу, держать цены не выше, чем у конкурентов, предлагать только высококачественные услуги.

Изменение законодательства. Существует риск, связанный с изменением законодательства. К сожалению, эффективных способов защиты от этого не существует – любая фирма, работающая на несовершенном российском рынке, рискует оказаться в тяжелом положении не по своей вине. Осведомленность о происходящем в политической сфере дает возможность отслеживать тенденции способные негативным образом сказаться на судьбе компании, что в свою очередь даёт место для манёвра путём прогнозирования наихудшего варианта развития событий.