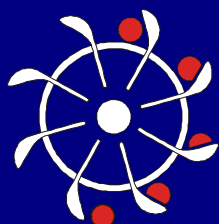


ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЯ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва



Аннотация	3
<i>Цели исследования.....</i>	<i>3</i>
<i>Представленная информация</i>	<i>3</i>
Полное содержание исследования	4
Приложения	7
Список диаграмм и таблиц.....	8
Содержание бизнес-плана.....	9
<i>Суть проекта.....</i>	<i>9</i>
<i>География исследования.....</i>	<i>9</i>
<i>Методы сбора информации.....</i>	<i>9</i>
<i>Описание сегментов рынка</i>	<i>9</i>
<i>Конкурентный Анализ.....</i>	<i>10</i>



АННОТАЦИЯ

Цели исследования

Создание рекламного агентства (РА) полного цикла.

Представленная информация

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание услуг
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Расчетные сроки проекта

Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг

Стоимость проекта

Источники финансирования проекта

Выгоды и риски проекта

Ключевые экономические показатели эффективности проекта

2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Функциональное назначение услуг

Виды услуг

Стоимость продукции, принятая концепция ценообразования

Требования к контролю качества

Возможности для дальнейшего развития услуг

Патентно-лицензионная защита услуг

3. АНАЛИЗ РЫНКА

Анализ положения дел в отрасли

Текущая ситуация в отрасли

Факторы, влияющие на рынок

Тенденции развития отрасли

Общие данные о рынке

Объем рынка, потенциальная емкость рынка

Структура рынка

Ценообразование на рынке

Конечные потребители

Потенциальные потребители продукции/услуг

Потребительские предпочтения потребителей

Конкурентный анализ

Описание и анализ потенциальных конкурентов

Факторы конкурентоспособности рекламного агентства

Выбор и обоснование уникального достоинства услуги

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Цены, ценовая политика. Обоснование цены на услуги

Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта продукции

Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.

5. ПЛАН СБЫТА

Цены на конкретные позиции оказываемых услуг

Организация сбыта, каналы сбыта

Скорость товарооборота

План продаж на весь расчетный период

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции/организации услуги

Разработка технического задания на проведение рекламной кампании

Оценка рекламных затрат конкурентов

Разработка рекламной стратегии

Работа творческого отдела

Работа медиа-отдела

Разработка календаря рекламных акций

Требования к подрядчикам

Состав основного оборудования

Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг

План производства оказания услуг на расчетный период

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

Выбор и обоснование типа предприятия

Выбор и обоснование дополнительных сервисов

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Организационная структура предприятия



Затраты на оплату труда

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Основные параметры финансовых расчетов, анализ чувствительности проекта к изменениям параметров

Доходная часть

Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)

Расходная часть

График окупаемости проекта

Показатели эффективности проекта

9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

План-график реализации проекта

Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта

Приложения

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 «Выдержки из Федерального закона РФ Об Обществах с ограниченной ответственностью, касающиеся учредительных документов общества»

Приложение 2 «Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью»

Приложение 3 «Должностные инструкции»

Должностная инструкция директора

Должностная инструкция бухгалтера

Должностная инструкция секретаря

Должностная инструкция менеджера

Должностная инструкция арт-художника

СПИСОК ДИГРАММ И ТАБЛИЦ

- Таблица 1 Факторы, влияющие на развитие бизнеса рекламных агентств
 - Таблица 2. Доходные статьи РА
 - Таблица 3. Характеристика крупнейших игроков рекламного рынка
 - Таблица 4. Обоснование уровня цены на услуги
 - Таблица 5. Уровень цен на конкретные позиции, оказываемых рекламным агентством услуг
 - Таблица 6. Требования к субподрядкам
 - Таблица 7. Состав основного оборудования
 - Таблица 8. Площади помещений рекламного агентства
 - Таблица 9. Постоянные и переменные расходы (в месяц)
 - Таблица 10. Обоснование выбора дополнительных сервисов
 - Таблица 11. Затраты на оплату труда (месяц)
 - Таблица 12. Примерная организация и прогнозируемый доход РА от рекламной кампании стоимостью 5 млн. долл.
 - Таблица 13 . План по доходам в месяц
 - Таблица 14. Единовременные затраты на открытие
 - Таблица 15. Отчет о прибылях и убытках, тыс. у. е.
 - Таблица 16. График окупаемости проекта по месяцам, у. е.
 - Таблица 18. Календарный план осуществления проекта
 - Таблица 19. Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта (сводная таблица)
-
- Схема 1. Взаимодействие участников рекламного рынка:
 - Схема 2. Взаимодействие клиента и агентства перед началом планирования рекламной кампании
 - Схема 3. Организация работы внутри агентства.
 - Схема 4. Организационная структура предприятия

СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание рекламного агентства (РА) полного цикла.

Необходимая площадь помещения - 60 кв.м.

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. Москва

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование, экспертные интервью

ОПИСАНИЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

На сегодняшний день российские рекламные агентства можно классифицировать следующим образом:

1. **Агентства полного цикла**, предлагающие своим клиентам полный комплекс рекламных услуг, напрямую работающие со средствами информации, имеющее в кругу своих клиентов огромное число РА более мелкого масштаба («Видео Интернэшнл», «Максима» и др.). К агентствам полного цикла также относят агентства, предлагающие своим клиентам полный комплекс рекламных услуг, но при этом работающие со средствами информации, в основном, через субподрядчиков. Такие агентства, как правило, великолепно владеют конъюнктурой рекламного рынка, прекрасно знают все «дешевые» каналы на нем.

2. **Оптовые рекламные агентства**, скупающие оптом со значительными скидками от СМИ рекламное пространство и в дальнейшем перепродающие его

в розницу другим РА или напрямую клиентам с меньшими скидками («МегаПро», «Мобидик» и др.).

3. **Внутрифирменные рекламные агентства**, нашедшие для себя СМИ или какую-либо крупную фирму и работающие под эгидой этого СМИ или фирмой в целях оказания им рекламной поддержки на рынке («Экспресс-РИО», «Знак» и др.).

4. **Творческие мастерские** - агентства, специализирующиеся исключительно на создании рекламных материалов.

5. **Новаторы** – агентства, изобретающие новые неординарные схемы работы на рекламном рынке. Например, выкуп площадей в самом непопулярном издании со скидками до 85% от официальной цены с последующим многоэтапным бартерным обменом площадями с другими СМИ вплоть до самых популярных («ТРК-АСС»).

Конкурентный Анализ (ПРИМЕР ОПИСАНИЯ ОДНОГО УЧАСТНИКА РЫНКА)

Компания	Краткая история	Основные направления деятельности	Контактная информация
Видео Интернэшнл	Группа Компаний Видео Интернэшнл – крупнейшая медиагруппа в Восточной Европе Опыт работы на медиарынке с 1987 г. В группе работает около 1 500 сотрудников Годовой оборот группы – порядка \$1,5 млрд.	ПРОДАЖИ - компании - медиа-селлеры - реализация рекламных возможностей СМИ (национальное, региональное и зарубежное ТВ, радио, пресса). КОММУНИКАЦИИ – рекламные агентства полного цикла, креативные, медиа-	121359, Москва, ул. Академика Павлова, д. 25 737-8787, 737-8754, ф. 737-8799 info@vitpc.com www.vi.ru



	В группу входят 18 компаний, занимающих лидирующие позиции в основных сегментах российского медиа-рынка:	PR/GR- и интернет-агентства, бренд-инновационная компания ПРОИЗВОДСТВО – телевизионные программы, сериалы, рекламные ролики, компьютерная графика ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ СМИ – межрегиональная дистрибуция прессы, телевизионная синдикация	
--	--	---	--



Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг

5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет



Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.