## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Как известно, реклама является двигателем торговли. На сегодняшний день существует множество агентств, занимающихся привлечением клиентов. Однако спрос на качественную и эффективную рекламу стабильно растёт. Таким образом, открытие рекламного агентства является перспективным направлением. В данном бизнес-плане мы рассмотрим компанию, занимающуюся размещением рекламы на билетах в автобусах. Данную организацию рекомендовано открывать по франшизе «Счастливый билет».

**Цель проекта**: получение прибыли в сфере оказания рекламных услуг.

**Основные причины открытия рекламного агентства, занимающегося размещением рекламы на билетах в автобусах**:

1. Стабильно увеличивающийся спрос на рекламные услуги.
2. Реклама на билетах 100% попадает в руки целевой аудитории.
3. Размещать рекламу на билетах выгодно и эффективно.
4. «Счастливый билет» надежный партнер, осуществляющий свою деятельность с 2007 года.
5. Большая и надежная компания, имеющая широкий охват распространения.

Сумма первоначальных инвестиций составляет **350 000** рублей.

Точка безубыточности достигается **в первый** месяц работы.

Срок окупаемости составляет **4-5** месяцев.

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Рекламное агентство — это тот вид бизнеса, который остается востребованным в любой экономической ситуации. Рассматриваемое агентство, занимающееся рекламой на билетах в автобусах, предлагает уникальный и эффективный способ продвижения продукта.

Проект размещения рекламы на билетах в общественном транспорте «Счастливый билет» на августа 2016 года работает более чем в 30 городах РФ. Объемы выпуска продукции позволяют считать данную компанию одной из самых крупных рекламно-производственных агентств в России.

Данный бизнес-план рассчитан для представительства в городе с численностью населения 250-350 тысяч человек .

Рекламный носитель — билет для транспорта формата визитки 9\*5 см с нанесенной с двух сторон цветной рекламой. Создаётся на собственном оборудовании производства лучших мировых компаний и при использовании самых качественных расходных материалов.

**Основные характеристики билета:**

* Размер 90×50 мм;
* Реклама располагается с обеих сторон билета;
* Нумерация сквозная;
* Бумага офсетная 80 гр;
* Цветность 4+4 (возможны другие варианты);
* Пачки по 200 — 250 листов;
* Склейка по торцовой части.

**Преимущества рекламы на билетах:**

* 100% попадание в целевую аудиторию. Билет выдается каждому пассажиру и сохраняется на протяжении всего пути;
* Удобный формат визитки позволяет сохранить билет с интересным предложением в визитнице или кошельке;
* Возможность отследить эффективность рекламы с помощью размещенной на билете скидки, специального предложения или акции;
* Носитель действительно эффективен. На носителе размещается более 1000 рекламодателей по всей России. Проект работает уже более 8 лет;
* Возможность охвата как всего города, так и локальное размещение в рамках одного района;
* Возможность размещения рекламы по всей России;
* Новый и интересный рекламный носитель привлекает внимание и создает позитивное отношение к бренду;
* Реклама на билетах позволяет получить быструю отдачу от вложений;
* Концепция размещения для рекламы на билетах готовится опытными маркетологами, которые помогут создать ваше оптимальное предложение для потенциальных клиентов;
* низкая стоимость контакта за счет собственного оборудования.

**Преимущества открытия данного агентства по франшизе:**

* **Ускоренный старт.** Вхождение в бизнес и получение прибыли от проекта;
* **Простое управление представительством.** Вам будет предоставлен полный пакет алгоритмов ведения дел, проверенный временем;
* **Быстрые продажи.** Ваши клиенты сразу оценят эффективность размещения рекламы на билетах городского транспорта;
* **Эффективный маркетинг.** С помощью активов федеральной сети франчайзора: брендбук, единый сайт, коммуникации в интернете;
* Сильный бренд;
* **Низкая себестоимость.** Достигается за счёт размещения заказов на единой производственной площадке франчайзора;
* **Поддержка единомышленников.** Вы всегда будете иметь информацию, связанную с проектом, и поддержку партнёров.

## 3. Описание рынка сбыта

Рынок рекламных услуг находится в стабильном росте. В любой экономической ситуации услуги по привлечению новых клиентов остаются востребованы. Даже в последний кризис 2014 года продолжали открываться рекламные агентства. Главное — быть последовательным в ценовой политике и продумывать стратегию.

Реклама в автобусах направлена на определенную группу потребителей: 67% пассажиров — женщины, 33% — мужчины. Большую часть пассажиропотока составляют студенты и работающие люди. Таким образом за 9-летний опыт компании удалось выделить сферы, где данная реклама имеет наиболее высокую эффективность.

Наибольшие результаты принесло использование рекламы на автобусных билетах для продвижения товаров, следующих категорий:

* Продукты питания;
* Окна и двери;
* Компьютеры и комплектующие;
* Розыгрыши призов и стимулирующие акции;
* Лекарства;
* Аудио-, видео- и бытовая техника;
* Средства связи, мобильные телефоны;
* Мобильный контент;
* Мебель;
* Бытовые услуги;
* Банковские услуги;
* Страхование;
* Операции с недвижимостью;
* Услуги связи;
* Предложения о найме персонала.

## 4. Продажи и маркетинг

Для продвижения своего продукта в регионе рекламное агентство использует 3 основных канала:

1. Самый важный канал информирования — это сами билеты. Когда билеты выходят в распространение, они всегда приносят известность и новых клиентов. Пассажиры сразу обращают внимание на новый вид билетов, и срабатывает эффект «сарафанного радио».
2. Работа менеджеров и руководящего персонала. Основной задачей персонала является донесение до целевой аудитории эффективности и уникальности данного рекламного продукта. Это осуществляется посредством холодных звонков и дальнейших встреч с клиентами, администрацией, крупными объединениями.
3. Реклама на тематических площадках, контекст, sео, smm, работа по партнерской программе.

## 5. План производства

Основная цель проекта — открытие рекламного агентства.

1 этап:

Обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения.

**Требования к помещению для офиса:**​​​​​​​

* Расположение: центр города;
* Площадь помещения 20-25 м2;
* Желательно наличие парковки.

2 этап:

**Оформление юридического лица.**

Деятельность может осуществлять как физическое лицо — ИП, так и юридическое лицо — ООО.

3 этап:

* Подать заявку франчайзору
* Ознакомиться с условиями и пакетом документов франшизы
* Подписать договор франшизы
* Получить документы, инструкции, алгоритмы, технологии и всю необходимую информацию для быстрого старта
* Начать эффективно работать в своем городе и быстро развивать свой бизнес

## 6. Организационная структура

Штатное расписание:

* управляющий — 1,
* менеджер по продажам — 3,

Общее количество работников — 4.

Менеджеры по продажам — это те люди, от которых напрямую будет зависеть прибыль вашей компании. Таким образом, к этому вопросу нужно подойти очень серьёзно и ответственно.

**Основные требования к менеджеру по продажам:**

1. Коммуникабельность — умение общаться, задавать вопросы, лёгкость общения.
2. Знание теории продаж.
3. Целеустремленность. Умение ставить и достигать поставленных целей, внутренняя мотивация.
4. Организованность. Самая большая проблема для активных и креативных менеджеров по продажам, но крайне необходимое качество для успешного завершения сделок. Иногда лучше взять человека, который способен пробежать дистанцию чуть более медленно, но зато он будет бежать в одном направлении и достигнет финиша раньше, чем более скоростной, взрывной, но постоянно меняющий свой финиш кандидат.
5. Умение слушать. Это умение, скорее всего, относится к коммуникабельности, но его необходимо выделить отдельно, поскольку для менеджеров по продажам оно одно из самых важных. Во время глобального исследования при анализе 12 тысяч сделок было выявлено, что в успешных сделках менеджер по продажам всегда говорил по времени меньше, чем клиент.

Оклад управляющего фиксированный, зарплата менеджеров состоит из окладной части — 10 000 руб., и процентной — 7,5% от продаж.

**Расчёт заработной платы, руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| Менеджер по продажам 1 | 17 200 | 18 400 | 19 600 | 20 800 | 22 000 | 22 000 |
| Менеджер по продажам 2 | 17 200 | 18 400 | 19 600 | 20 800 | 22 000 | 22 000 |
| Менеджер по продажам 3 | 17 200 | 18 400 | 19 600 | 20 800 | 22 000 | 22 000 |
| Управляющий | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| **Итого:** | **81 600** | **85 200** | **88 800** | **92 400** | **96 000** | **96 000** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| Менеджер по продажам 1 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 |
| Менеджер по продажам 2 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 |
| Менеджер по продажам 3 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 | 22 000 |
| Управляющий | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| **Итого:** | **96 000** | **96 000** | **96 000** | **96 000** | **96 000** | **96 000** |

## 7. Финансовый план

Средняя чистая прибыль представительства в городе с численностью населения 250-350 тысяч человек составляет 135 000 рублей

Инвестиционные затраты на открытие данного бизнеса составляют 350 000 руб.

|  |  |
| --- | --- |
| **Затраты на организацию бизнеса, руб.** | |
| **Паушальный взнос** | 140 000 |
| **Регистрация юридического лица** | 10 000 |
| **Мебель** | 30 000 |
| **Техника** | 120 000 |
| **Рекламная кампания** | 50 000 |
| **Итого:** | **350 000** |

**План продаж 1-ого года реализации проекта, руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура продаж** | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Средняя цена сделки, руб.** | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 |
| **Количество сделок** | 12 | 14 | 16 | 18 | 20 | 20 |
| **Итого:** | **288 000** | **336 000** | **384 000** | **432 000** | **480 000** | **480 000** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура продаж** | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| **Средняя цена сделки, руб.** | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 |
| **Количество сделок** | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| **Итого:** | **480 000** | **480 000** | **480 000** | **480 000** | **480 000** | **480 000** |

Средние ежемесячные затраты представлены в следующей таблице:

|  |  |
| --- | --- |
| **ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ЗАТРАТЫ** | |
| **Себестоимость билетов, 30% от цены реализации** | 144 000 |
| **Аренда торгового** **(почему торгового?)помещения** | 20 000 |
| **Зарплата**  **управляющего** | 30 000 |
| **Зарплата менеджеров, окладная часть** | 30 000 |
| **Зарплата менеджеров, процентная часть, 7,5%** | 36 000 |
| **Реклама** | 3 000 |
| **Телефония, Интернет** | 3 000 |
| **Бухгалтерия (удаленная)** | 2 000 |
| **Страховые взносы (30% ФОТ)** | 28 800 |
| **Итого** | **296 800** |

Финансовый результат за первый год деятельности представлен в таблице.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Выручка** | **288 000** | **336 000** | **384 000** | **432 000** | **480 000** | **480 000** |
| **(-) Ежемесячные затраты** | 220 480 | 239 560 | 258 640 | 277 720 | 296 800 | 296 800 |
| **(=) Валовый доход** | **67 520** | **96 440** | **125 360** | **154 280** | **183 200** | **183 200** |
| **(-) Налоги УСН (15%)** | 10 128 | 14 466 | 18 804 | 23 142 | 27 480 | 27 480 |
| **(=) Чистая прибыль** | **57 392** | **81 974** | **106 556** | **131 138** | **155 720** | **155 720** |
| **(=) Чистая прибыль нарастающим итогом** | **57 392** | **139 366** | **245 922** | **377 060** | **532 780** | **688 500** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| **Выручка** | **480 000** | **480 000** | **480 000** | **480 000** | **480 000** | **480 000** |
| **(-) Ежемесячные затраты** | 296 800 | 296 800 | 296 800 | 296 800 | 296 800 | 296 800 |
| **(=) Валовый доход** | **183 200** | **183 200** | **183 200** | **183 200** | **183 200** | **183 200** |
| **(-) Налоги УСН (15%)** | 27 480 | 27 480 | 27 480 | 27 480 | 27 480 | 27 480 |
| **(=) Чистая прибыль** | **155 720** | **155 720** | **155 720** | **155 720** | **155 720** | **155 720** |
| **(=) Чистая прибыль нарастающим итогом** | **844 220** | **999 940** | **1 155 660** | **1 311 380** | **1 467 100** | **1 622 820** |

**При горизонте планирования 1 год можно выделить следующие экономические показатели:**

**Срок окупаемости составляет 4 месяца;**

**Дисконтированный срок окупаемости — 5 месяцев;**

**Чистый дисконтированный доход — 1 061 147руб.;**

**Индекс прибыльности — 4,03;**

**Внутренняя норма рентабельности — 303%.**

## 8. Факторы риска

Все риски по данному проекту условно можно поделить на внутренние и внешние.

**Основные внешние риски проекта:**

1. Большой уровень конкуренции;
2. Насыщенность рынка рекламных услуг;
3. Предпочтения клиентов.

Опыт компании показывает, что франчайзи с лёгкостью удается избежать данных рисков, следуя всем инструкциям и рекомендациям.

**Основным внутренним риском** можно считать отношения с АТП. Есть регионы, в которых договориться с АТП на нужных условиях не удаётся. В таком случае франчайзор возвращает деньги франчайзи, если всё делалось по рекомендациям.