

БИЗНЕС-ПЛАН

РЕКЛАМНОЕ АГЕНСТВО

ВЫПОЛНИЛА: ЗАЙНАГЕТДИНОВА АЛСУ

- В настоящее время лишь немногие рекламные агентства в России отвечают требованиям Заказчика и потребителя рекламируемых товаров. Эффективна только профессионально выполненная реклама. Она не должна быть навязчивой, монотонной. Мы даем Заказчику рекомендации, как лучше представить рекламный материал, чтобы более полно отразить в нем положительные свойства рекламируемого товара, применяя психологические знания для наилучшего рекламного воздействия на человека. Рекламируя товар, мы пытаемся создать диалог, который начинает производитель, а потребитель поддерживает, покупая или не покупая товары на рынке.
- Цель нашего проекта - обеспечить потребителей товаров и рекламодателей качественной рекламой; показать, какой же должна быть настоящая реклама.

1.РЕЗЮМЕ

Ежемесячная выручка должна составить 172 000 руб.

- Наше рекламное агентство занимается тщательной разработкой и проведением рекламной компании какого-либо продукта. При выполнении своей работы мы учитываем особенности товара и пожелания Заказчика, создавая особый образ продукции. На основе полученных выводов мы изготавливаем макет будущей рекламы, предоставляем Заказчику для ознакомления (сюда относятся сценарий рекламной акции, тексты объявлений, количество привлеченных промоутеров, перечень необходимого рекламного оборудования)

2. Проектируемый продукт

- Основными клиентами нашего рекламного агентства будут преимущественно крупные фирмы, уделяющие особое внимание качеству рекламы. Это, в первую очередь, иностранные компании, считающие необходимым продвижение своего товара на российском рынке. По нашим прогнозам, они составят 30% от общего числа наших клиентов. Во-вторых, это российские товаропроизводители, ищущие новые рынки сбыта для своей продукции или выпускающие товар-новинку. Их доля - 50% от общего числа клиентов. Наконец, это рестораны, кафе и клубы в Стерлитамаке, желающие привлечь новых посетителей, либо укрепить свой имидж - 20%.
- Всех наших заказчиков мы готовы обеспечить мощной, хорошо продуманной и неповторимой рекламой, включающей широкий диапазон каналов и методов воздействия.

3. Оценка рынка сбыта

- Рекламный бизнес достаточно развит в нашем городе, что говорит о достаточно серьезной конкуренции. Именно поэтому мы будем применять ряд мер.
- Для постоянных заказчиков мы будем предоставлять скидки в размере 3%.

Наш неординарный, творческий подход к исполнению своих обязательств, несомненно, завоеует симпатии рекламодателей.

Интерес рекламодателя к услугам нашего агентства мы рассчитываем привлечь за счет:

- творческого, неординарного подхода индивидуально к каждому Заказчику;
- качественной работы высококвалифицированных специалистов;
- многопрофильности нашего агентства и широкого диапазона предоставляемых услуг.

4. Конкуренция

- Рекламное агентство располагается на ул. Лазурная д.4, где сконцентрировано огромное количество компаний-изготовителей печатной, сувенирной и др. рекламной продукции, имеющих собственную производственную базу.
- Мы ориентируемся на широкую всестороннюю рекламу нашего агентства. На первом этапе мы планируем разослать факсимильные сообщения крупным корпорациям, нашим потенциальным клиентам. По мере получения дохода и увеличения оборотного капитала руководство нашего агентства намеревается участвовать в широкомасштабных рекламных выставках. Это дает преимущества в получении информации о своих конкурентах и об их новых услугах, а также возможность найти новых Заказчиков и заключить с ними предварительное соглашение.

5. Стратегия маркетинга

На основе полученных данных мы разрабатываем предварительный сценарий рекламной акции. Сюда относится:

- Место проведение - клуб, ресторан, магазин, школа, - выбор зависит от рекламируемого товара и целевой группы;
- Промоутеры, способствующие продвижению товара. Их задача- приложить всяческие усилия для привлечения внимания к товару.
- Это могут быть улыбчивые девушки-модели, галантные юноши, танцоры, музыканты.
- Как правило, мы предлагаем нашим клиентам использовать один из способов рекламы - сувенирную продукцию с логотипом рекламируемого товара. Людям, пришедшим на презентацию, нравится получать маленькие подарки. В эскиз разрабатываемой акции включается необходимая бутафория. Вся творческая деятельность агентства предопределяет, что создаваемая рекламная компания должна обязательно зафиксироваться в сознании целевой группы.

6. План производства

- Директор занимается кадрами, заключает договоры с рекламодателями и производственными рекламными агентствами, которые поставляют нам
- сувенирную, печатную и другую рекламную продукцию, посещает выставки и конференции по обмену опытом. Бухгалтер ведет всю финансовую деятельность фирмы (начисление и уплата налогов, распределение прибыли, расчет и выдача заработной платы).
- Исполнительный директор контролирует деятельность менеджеров, художника-дизайнера, психолога, водителя.
- Художник-дизайнер, на основе данных полученных психологом, разрабатывает сценарий рекламной компании. Учитывая интересы потребителей.
- Менеджер, ответственный за проект, контролирует деятельность психолога и художника-дизайнера, связывается с производственными рекламными агентствами, промоутерами, администрацией заведения, где проводятся презентации.

7. Организационный план

- В качестве правового статуса мы выбрали общество с ограниченной ответственностью. Это форма проста в осуществлении и удобна для нас по своей структуре. Общество с ограниченной ответственностью имеет Уставный капитал 9 тыс. руб. Он образуется в результате вложения денег (по 4,5 тыс. руб.) генерального директора и исполнительного директора. В случае банкротства, а также по заключенным договорам каждый учредитель ответственен в размере своего вклада.
- По форме собственности наше общество с ограниченной ответственностью имеет частную форму. Владельцы - генеральный директор и исполнительный директор.

8. Юридический план

Возможные риски:

- риск, связанный с неоплатой услуг рекламодателям;
- риск, связанный с перевозкой рекламного оборудования.

Политические риски:

- риск, связанный с забастовками.

Источники возникновения рисков:

- недостаточная информация о спросе на данный товар;
- недостаточный анализ рынка;
- недооценка своих конкурентов;
- падение спроса на данный товар.

Меры по сокращению и минимизации рисков.

Действие перечисленных рисков можно ограничить с помощью тщательной проверки финансового положения и репутации Клиента. Мы будем работать по 100%-ной предоплате.

9. Оценка риска и страхование

- Возврат кредита будет происходить по следующей схеме:

Кредит (в руб.)	3,5% (ежемес.)	Погашение кредита	Итого	Месяцы
300000	10500	25000	35500	1
275 000	10500	25000	35500	2
250000	10500	25000	35500	3
225 000	10500	25000	35500	4
200 000	10500	25000	35500	5
175000	10500	25000	35500	6
150000	10500	25000	35500	7
125000	10500	25000	35500	8
100000	10500	25000	35500	9
75000	10500	25000	35500	10
50000	10500	25000	35500	11
25000	10500	25000	35500	12
Всего		300000	426 000	

- Определение статей расходов на МЕСЯЦ

Статья расходов	Сумма в руб.
1. Постоянные расходы	
1. Арендная плата	1700,5
2. Погашение банковского кредита	35,500
3. Зарботная плата работникам	27300
4. Отчисления на заработную плату	11056,5
5. Плата за телефон	40
6. Расходы на электроэнергию	10000
7. Амортизационные отчисления:	1250
оборудование здание	1837,5
транспорт	200
2. Переменные расходы (на первый месяц)	
1. Расходы на канцелярские принадлежности	3000
	8000
2. Расходы на рекламу	10000
3. Оплата бензина	3000
4. Прочие неучтенные расходы	9000
5. НДС	15190,6
6. Налог на прибыль	
3. Первоначальные единовременные выплаты	
1. Первоначальный взнос за аренду	3000
2. Стоимость компьютера	60000

10. Финансовый план

• 1. Постоянные расходы

- 1) Арендная плата
- По данному договору мы обязаны выплатить сумму 3000 руб. сразу, а впоследствии - по 1 700,5 руб. ежемесячно.
- 2) Заработная плата работникам, рублей Генеральный директор - 5 000 Главный бухгалтер - 4 000 Коммерческий директор - 4 800 Менеджер - 2 400 Менеджер - 2 400 Психолог - 2 400 Художник-дизайнер - 2 400 Водитель - 2 400 Курьер - 1 500 Итого 27 300
- 4) Отчисления от заработной платы
- За 1997 год взносы составили:
- в пенсионный фонд - 28%
- в фонд социального страхования - 5,4%
- в фонд занятости - 1,5%
- на нужды образовательных учреждений - 1%
- транспортный налог - 1%
- ИТОГО: 40,5% 40,5% от 27 300 руб. = 11 056,5 руб

10. Финансовый план

• 2. Переменные расходы (рассчитываем на первый месяц)

- Налог на прибыль.
- Налог на прибыль равен 35%, налогооблагаемой базой является прибыль от реализации продукции (товаров, услуг) без НДС, т.е. балансовая прибыль.
- Выручка от реализации услуг составит 15% от общей суммы рекламного бюджета стоимостью 300 000 руб., т.е. 45 000 руб. Мы считаем, что таких проектов у нас будет в месяц минимум четыре. Поэтому за первый месяц выручка = 172 000 рублей, а затраты = 112 884 руб., т.е. балансовая прибыль = $172000 - 112884 = 59116$, а 35% от 59116 руб. = 15 190,6 руб.

10. Финансовый план

- Для осуществления проекта, необходимо 300000 руб. Источником получения этих средств будет коммерческая организация «Сбербанк», в котором находится наш расчетный счет. Он предоставит нам кредит в размере 300000 рублей под 42% годовых с погашением в течение года (равными долями ежемесячно).

11. Стратегия финансирования
