



**Баран Юлия • Косевич Агния • Петренёва Дарья**

Белорусский государственный экономический университет  
Факультет маркетинга и логистики, 3 курс





# Идея проекта

Создать сайт, который будет решать проблемы **2-ух** групп людей:

кто не знает,  
куда пристроить  
ненужную мебель



кто хочет приобрести  
уникальный  
предмет интерьера





# Наше предложение

1

разместите  
объявление  
о продаже  
мебели  
на нашем  
сайте

2

**МЫ** вывезем,  
реконструируем,  
продадим  
на сайте,  
**Вы** получите  
процент

3

создадим  
свой пункт  
экологичной  
утилизации  
старой  
мебели





# Предпосылки успешности



тенденция к формированию **бережливого** отношения к природным ресурсам

---



увеличение у населения интереса к **уникальным** вещам

---



позиционирование проекта как социально-значимого (помощь государства)

---



соединение тонкого стиля и **доступности**

---



**сотрудничество** с дизайнерами и фотографами





# Целевая аудитория

Креативные

“Хотим  
воплощения  
своих идей”

50%

Защитники  
природы

“Хотим  
сохранить  
деревья”

35%

Экономные

“Достойная  
мебель за  
доступную  
цену”

25%





# Позиционирование

По выгодам и решению проблем потребителей

Уровень: социально-демографический  
+ ценностный





# Креативные

Желают подчеркнуть свою индивидуальность, выделиться среди других, ценят уникальность и нестандартный подход

---

Мебель от [Дров.net](#) - душа Вашего дома

---

Предметы интерьера производятся по собственным эскизам заказчика или наших дизайнеров в ***единственном*** экземпляре





# Защитники природы

Любят нашу планету, ценят природные ресурсы,  
и заботятся об их сохранении

---

Мебель от Дров.net покупаешь - планету сохраняешь

---

Желают приобрести мебель, производство которой наносит  
наименьший урон окружающей среде, или воспользоваться  
услугой экологичной утилизации





# Экономные

Приобретают мебель только по необходимости, ограничены в ресурсах, консервативны

---

Индивидуальность по цене обыденности

---

Ценят дешевизну и доступность в сочетании с качеством на долгие годы. Ищут стильную мебель за приемлемый ценник.



# Организация пространства



Склад материалов/  
реконструкция/  
переработка мебели

## Партнёры

- Дизайнеры и студии дизайна интерьера
- Фотографы
- Социальные организации (Цель99, Зелёная карта)

Связь с  
клиентами



Фотозона







# Цели и задачи проекта

Финансы

- Обеспечение роста продаж
- Увеличение доли рынка

Процессы

- Оптимизация сайта
- Ускорение обслуживания

Клиенты

- Привлечение новых клиентов
- Рост числа повторных обращений

Персонал

- Привлечение квалифицированных кадров





## Мероприятия по подготовке проекта

1. Регистрация в качестве ООО
2. Поиск дизайнеров-добровольцев (возможно проведение конкурса на эскизы) и столяра
3. Покупка транспортного средства для перевозки мебели
4. Аренда помещения площадью не менее 650 м<sup>3</sup>





## Контролирующие мероприятия

1. Детальный анализ расходов и прибыли организации раз в квартал (промежуточные-каждый месяц)
2. Контроль вхождения на рынок новых игроков со схожим комплексом услуг
3. Наблюдение за поведением людей на сайте проекта, выявление проблем в работе ресурса
4. Учёт повторно обратившихся потребителей, более тесная обратная связь с лояльными клиентами
5. Анализ показателей эффективности рекламных сообщений каждый месяц





# Что нам нужно

инициативные  
дизайнеры  
и умелые  
реставраторы



грузовая  
машина и  
водитель



арендуемое  
помещение  
 $S=650\text{м}^2$

надежные  
поставщики  
материалов,  
фурнитуры



оборудование  
для переработки  
старой мебели





# Основные статьи затрат

Статья расхода	бел.рублей
Покупка транспорта	12 000
Аренда помещения	13 000
Инструменты и материалы	4 000
Заработная плата	16 200
Маркетинг	5 470
<b>Итого</b>	<b>50 670</b>





# Окупаемость проекта

- Период окупаемости проекта – 17 месяцев.
- Чистая прибыль за 2019 год составит 76 044 руб.
- Чистый приведённый доход (NPV) – 67 348 руб.

Показатель роста продаж, заданный в ССП выполняется. (15% ежегодно) с учётом эффективности маркетинговых мероприятий и роста количества обращений.





# Риски проекта

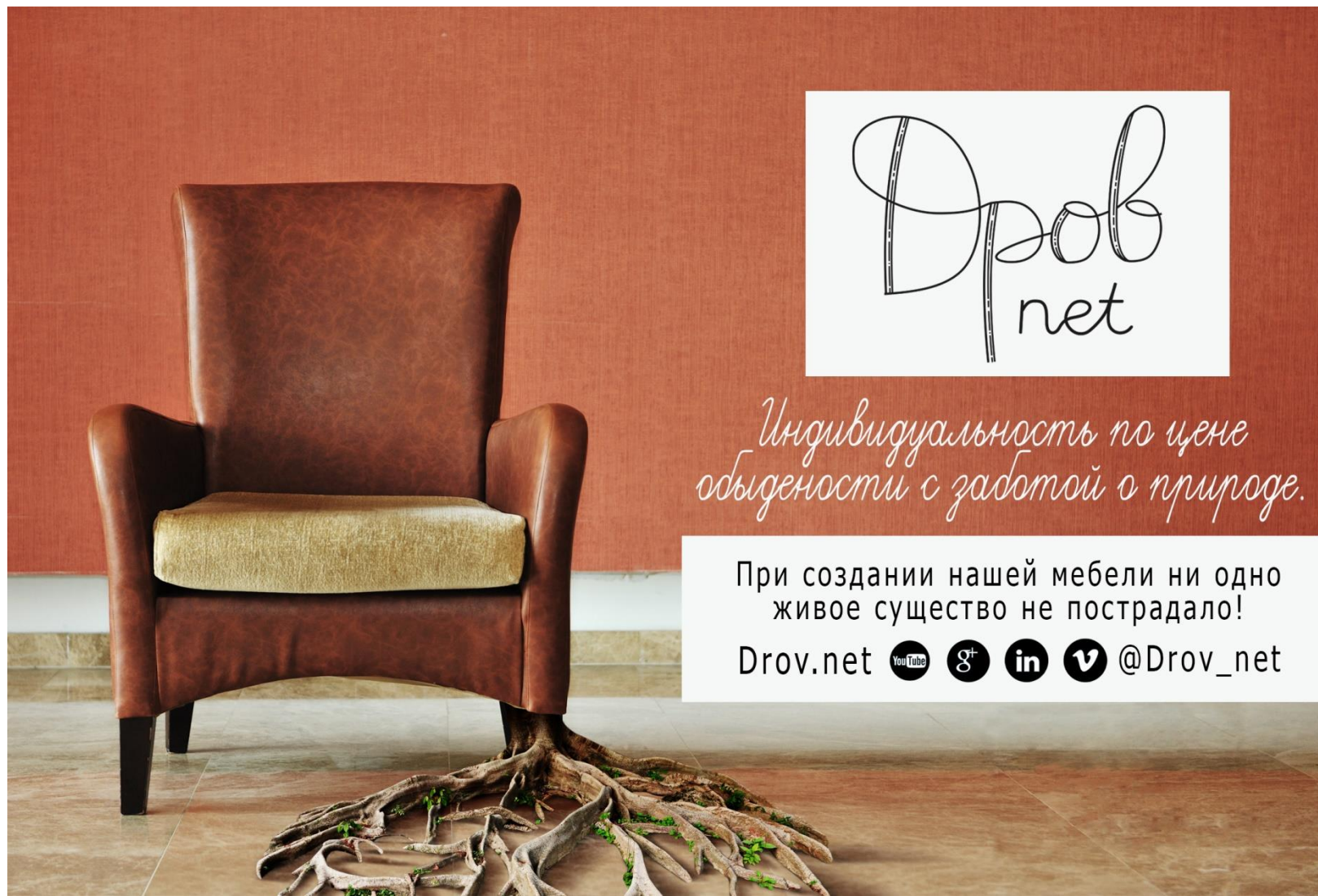
- Несоответствие вкусам людей
- Появление сильных конкурентов (Ikea)
- Сильное понижение цен со стороны производителей мебели
- Сложности с оформлением выплаты процента бывшему владельцу (налог на прибыль)
- Отсутствие продукции доступной для продажи



Drov  
net



Drov.net     @Drov\_net



Drov  
net

*Индивидуальность по цене  
обыденности с заботой о природе.*

При создании нашей мебели ни одно  
живое существо не пострадало!

Drov.net     @Drov\_net