

## **Предпроектное исследование к ТЗ**

### **«Giftly - цветочный агрегатор»**

#### **Анализ рынка срезанных цветов**

##### **Глобальный рынок**

Согласно исследованию The Business Research Company, объем мирового рынка срезанных цветов к 2029 году достигнет \$47,43 млрд при среднем годовом темпе роста (CAGR) 6,1%. Основными драйверами роста являются:

1. Повышенный спрос на экологически чистые и местные продукты;
2. Увеличение популярности онлайн-покупок;
3. Персонализация и индивидуальные предложения для клиентов;
4. Рост интереса к цветам в контексте здорового образа жизни;
5. Активное сотрудничество флористов с онлайн-сервисами и ритейлерами.

Хотя CAGR 6,1% не является высоким показателем, он соответствует тенденциям данной ниши. При этом ключевыми трендами остаются экологичность, персонализированные предложения и цифровизация процесса покупки.

##### **Российский рынок**

По данным BusinesStat, российский рынок срезанных цветов демонстрирует положительную динамику, восстанавливаясь после кризисных явлений 2022 года. В 2024 году продажи цветов в стране увеличились на 5%, достигнув 2,09 млрд штук (против 1,99 млрд в 2023 году).

Одним из ключевых факторов роста рынка является перераспределение спроса в сторону онлайн-платформ. Согласно Forbes:

1. С 2020 по 2024 годы количество онлайн-заказов цветов в России увеличилось в 2,8 раза.
2. В мае 2023 года прирост онлайн-продаж составил 7%, в мае 2024 года – 9%.
3. Доля клиентов из регионов, совершающих покупки цветов онлайн, выросла с 33% в 2020 году до 42,5% в 2023 году.

При этом средний чек на онлайн-покупку цветов за последние четыре года вырос на 16% и остается выше, чем при офлайн-покупках. Рост онлайн-торговли обеспечивается за счет регионального расширения сервисов.

### **Анализ конкурентов**

Flowwow

Сайт: [flowwow.com](https://flowwow.com)

Описание и специфика:

- Крупнейший мобильный агрегатор на российском рынке для продажи цветов и подарков.
- 98% клиентов – новые для магазина.
- Отсутствие звонков – взаимодействие через чат и приложение.
- Комиссия 0% при покупке через прямую ссылку на магазин.
- 60% повторных покупок.
- Доступен для юрлиц, ИП и самозанятых.
- Встроенная система аналитики продаж.

Онлайн-сервис: сайт, мобильное приложение (iOS, Android).

Выводы: Очень сильный конкурент с развитой маркетинговой стратегией.  
Монетизация за счет рекламы и комиссии с покупок.

## **Flor2u**

Сайт: [flor2u.ru](http://flor2u.ru)

Описание и специфика:

- Собственные цветочные композиции и подарки (не агрегатор).
- Опция "анонимная доставка".

Онлайн-сервис: сайт, мобильное приложение.

Выводы: Работает как самостоятельный магазин, а не агрегатор.  
Ориентирован только на российский рынок.

## **FloMarket**

Сайт: [flomarket.com](http://flomarket.com)

Описание и специфика:

- Мобильное приложение-агрегатор для цветов и подарков.
- Фильтры выбора, возможность консультации с флористом.
- Частые проблемы с доставкой и качеством.

Онлайн-сервис: сайт, мобильное приложение.

Выводы: Интересная фишка — консультация с флористом, но схожая функциональность есть у других сервисов.

## **Flower Store in a Box**

Сайт: [flowerstoreinabox.com](http://flowerstoreinabox.com)

Описание и специфика:

- Конструктор интернет-магазинов для флористов.
- Полностью индивидуальное решение: баннеры, оформление, аналитика.
- Основан на научных исследованиях.

Онлайн-сервис: сайт, мобильное приложение.

Выводы: Кардинально другое решение – помогает продвигать собственный бренд, а не конкурировать в каталоге агрегаторов. Подходит для устоявшихся флористов.

### **Портрет целевой аудитории**

#### **Портрет потребителя**

Исследования показывают, что аудитория онлайн-сервисов заказа цветов молодеет. В 2021–2022 годах наиболее активными покупателями были люди 30–34 лет (23% и 20% соответственно), а в 2023 году лидерство перешло к возрастной группе 25–29 лет (18%).

Различия в поведении покупателей зависят от пола:

- Мужчины чаще покупают цветы онлайн – их доля составляет 60%.
- Женщины отдают предпочтение офлайн-покупкам – 70% клиентов цветочных магазинов – женщины 25–45 лет.

#### **Сегментация по возрасту**

Портрет	Описание, специфика	Боли/Потребности
---------	---------------------	------------------

сегмента		
до 18	<p>Обучающиеся школ и колледжей</p> <p>Низкий средний чек</p> <p>Высокая погруженность в цифровую среду</p>	<p>Возможность выбрать бюджетный вариант подарка</p> <p>Невозможность приобрести подарок сразу</p>
18-35	<p>Молодые специалисты, семьи</p> <p>Высокая погруженность в цифровую среду</p> <p>Желание выделяться на фоне</p>	<p>Желание сохранить купленные растения в хорошем состоянии как можно больше</p> <p>Произвести подарком впечатление</p>
35+	<p>Опытные специалисты и семьи с детьми</p> <p>Ориентируются на рекомендации и отзывы</p>	<p>Желание сохранить купленные растения в хорошем состоянии как можно больше</p> <p>Персонализация: возможность выбора оформления букета</p>

## Сегментация по полу

### Женская аудитория (25–60 лет)

1. Покупают цветы как для себя, так и для друзей, коллег, семьи
2. Важен эмоциональный отклик от покупки
3. Ориентируются на мультисенсорный опыт
4. Более чувствительны к цене
5. Ищут персонализированные букеты

## Мужская аудитория (25–60 лет)

1. Чаще покупают цветы для партнёра
2. Покупки связаны с конкретными событиями (День рождения, годовщина, 14 февраля)
3. Готовы тратить больше, выбирают крупные композиции с визуальным и эмоциональным эффектом
4. Предпочитают готовые решения (букеты-фавориты, пред. заданные опции)

Портрет сегмента	Описание, специфика	Боли/Потребности	Выводы
Самозанятые	Творческие люди с готовностью предоставить максимально персонализированные предложения	<p>Неопределенность заказчика, частые замены в заказе после оформления</p> <p>Сложности с привлечением клиентов</p> <p>Отсутствие достаточных знаний для продвижения собственной продукции</p>	Возможность предложить платформу для продвижения их услуг и расширения клиентской базы.
Несетевые магазины	Небольшие локальные магазины с ограниченным ассортиментом. Гибкость в сотрудничестве, но	<p>Ограниченные возможности доставки</p> <p>Конкуренция с крупными сетями, необходимость</p>	Интеграция с агрегатором поможет увеличить количество заказов и средний чек за счет доп. товаров.

	нехватка мощностей для большого объема заказов.	увеличения среднего чека.	
--	---	---------------------------	--

### Регион действия приложения

Основной регион действия приложения при запуске: г. Воронеж - тенденции по России (в крупных городах) идентичные  
Население: 1 046 425 чел на 1 января 2024 (по данным Росстат)

Всего клиентов (онлайн и офлайн) =  $1\,046\,425 \times 0.48 = 502\,284$  чел

Онлайн =  $502\,284 \times 0.425 = 213\,471$  чел

$SAM = \text{Онлайн} \times \text{Ср. чек} = 502\,284 \times 3\,325 \times 0.05 = 1\,670\,094\,300$  руб  
 $0.05 = 83\,504\,715$  руб

$SOM = SAM \times \text{Ожидаемая доля рынка} = 83\,504\,715 \text{ руб} \times 0.05 = 4\,175\,236$  руб

### Монетизация

1. Комиссионный сбор приложения - 5% от стоимости заказа
2. Оплата VIP-членства для получения персональных рекомендаций

Финансовая модель находится в [таблице](#).

Произведен SWOT - анализ

<b>S - Strengths - сильные стороны</b>	<b>W - Weaknesses - слабые стороны</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Относительно небольшая, но сильная конкуренция на рынке.</li> <li>2. Поддержка малых предпринимателей - мы предлагаем платформу для самозанятых и малых производителей, что помогает им выйти на рынок без значительных вложений.</li> <li>3. Недорогая реклама для малого бизнеса.</li> <li>4. Рост интереса к подаркам и среднему чеку. Если в 2022 году расходы россиян на подарки в среднем составляли <b>10 000 рублей/чел</b>, то в 2023, 2024 годах траты составляют уже <b>13 000 - 15 000 рублей</b>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опыт команды ограничен, что сказывается на управлении и масштабировании.</li> <li>2. Неопределённость цели - отсутствие четкого понимания долгосрочной цели сервиса.</li> <li>3. Ограниченные ресурсы - как новые игроки на рынке, мы имеем ограниченные финансовые и человеческие ресурсы. Мы не можем быстро масштабироваться.</li> </ol>

<b>O - Opportunities - возможности</b>	<b>T - Threat - угрозы</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рост рынка онлайн - торговли.</li> <li>2. Совместные коллекции с</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Flowwow - “монополист” сервисов по доставке цветов и</li> </ol>



<p>блогерами и художниками.</p> <p>Идея коллаборации с блогерами или известными мастерами для создания лимитированных коллекций ручных изделий.</p>	<p>ручных изделий.</p> <p>2. Говоря о цветах и букетах, рынок может быть сезонным.</p>
---	--

Приложение 1 - Общая Road Map разработки MVP-проекта

Привлечение продавцов и клиентов не входит в планируемую часть работы, но было учтено в финансах.

Road Map - диаграмма Ганта

