**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:

### Повышенный спрос на экологически чистые и местные продукты;

### Увеличение популярности онлайн-покупок;

### Персонализация и индивидуальные предложения для клиентов;

### Рост интереса к цветам в контексте здорового образа жизни;

### 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:

### С 2020 по 2024 годы количество онлайн-заказов цветов в России увеличилось в 2,8 раза.

### В мае 2023 года прирост онлайн-продаж составил 7%, в мае 2024 года – 9%.

### 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](https://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](https://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 фича – консультация с флористом, но схожая функциональность есть у других сервисов.

#### **Flower Store in a Box**

### Сайт: [flowerstoreinabox.com](https://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 сегмента | Описание, специфика | Боли/Потребности |
| --- | --- | --- |
| до 18 | Обучающиеся школ и колледжей  Низкий средний чек  Высокая погруженность в цифровую среду | Возможность выбрать бюджетный вариант подарка  Невозможность приобрести подарок сразу |
| 18-35 | Молодые специалисты, семьи  Высокая погруженность в цифровую среду  Желание выделяться на фоне | Желание сохранить купленные растения в хорошем состоянии как можно больше  Произвести подарком впечатление |
| 35+ | Опытные специалисты и семьи с детьми  Ориентируются на рекомендации и отзывы | Желание сохранить купленные растения в хорошем состоянии как можно больше  Персонализация: возможность выбора оформления букета |

### 

### **Сегментация по полу**

#### Женская аудитория (25–60 лет)

### Покупают цветы как для себя, так и для друзей, коллег, семьи

### Важен эмоциональный отклик от покупки

### Ориентируются на мультисенсорный опыт

### Более чувствительны к цене

### Ищут персонализированные букеты

#### Мужская аудитория (25–60 лет)

### Чаще покупают цветы для партнёра

### Покупки связаны с конкретными событиями (День рождения, годовщина, 14 февраля)

### Готовы тратить больше, выбирают крупные композиции с визуальным и эмоциональным эффектом

### Предпочитают готовые решения (букеты-фавориты, пред. заданные опции)

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

**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 x 0.48 = 502 284 чел

Онлайн = 502 284 x 0.425 = 213 471 чел

SAM = Онлайн x Ср. чек = 502 284 x 3 325 x 0.05 = 1 670 094 300 руб x 0.05 = 83 504 715 руб

SOM = SAM x Ожидаемая доля рынка = 83 504 715 руб x 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](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qsc66J0by41-cAT7Us1pON16KQxUKNB5/edit?usp=sharing&ouid=114088504209157594312&rtpof=true&sd=true).

Произведен SWOT - анализ

| **S - Strengths - сильные стороны** | **W - Weaknesses - слабые стороны** |
| --- | --- |
| 1. Относительно небольшая, но сильная конкуренция на рынке. 2. Поддержка малых предпринимателей - мы предлагаем платформу для самозанятых и малых производителей, что помогает им выйти на рынок без значительных вложений. 3. Недорогая реклама для малого бизнеса. 4. Рост интереса к подаркам и среднему чеку. Если в 2022 году расходы россиян на подарки в среднем составляли **10 000 рублей/чел,** то в 2023, 2024 годах траты составляют уже **13 000 - 15 000** **рублей**. | 1. Опыт команды ограничен, что сказывается на управлении и масштабировании. 2. Неопределённость цели - отсутствие четкого понимания долгосрочной цели сервиса. 3. Ограниченные ресурсы - как новые игроки на рынке, мы имеем ограниченные финансовые и человеческие ресурсы. Мы не можем быстро масштабироваться. |

| **O - Opportunities - возможности** | **T - Threat - угрозы** |
| --- | --- |
| 1. Рост рынка онлайн - торговли. 2. Совместные колекции с блогерами и художниками. Идея коллаборации с блогерами или известными мастерами для создания лимитированных коллекций ручных изделий. | 1. Flowwow - “монополист” сервисов по доставке цветов и ручных изделий. 2. Говоря о цветах и букетах, рынок может быть сезонным. |

Приложение 1 - Общая Road Map разработки MVP-проекта

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

