МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Автономное профессиональное образовательное учреждение Удмуртской Республики

«Ижевский промышленно-экономический колледж»

Стратегическое планирование и управление проектом интернет-магазина для “Ego Gym”

Р.ОГСЭ.06.09.02.07. 2024.Я-61

Разработали

Студент группы И-22-2

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Якимов. Г. А

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г.

Преподаватель

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. А. Веселкова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г.

Оценка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2024 г.

2024

Содержание

1. Проблема........................................................................................................3

2. Место и сроки выполнения...........................................................................3

3. Цель и задачи.................................................................................................3

4. Целевая аудитория.........................................................................................3

5. Механизм реализации и календарный план................................................4

6. Ожидаемые результаты (результат-продукт результат-эффект) .............4

7. Бюджет проекта (расходы, прибыль) ..........................................................4

8. Оценка проекта..............................................................................................5

9. Литература.....................................................................................................5

1. Постановка проблемы.

* Наш проект ставит перед собой задачу создания интернет-магазина для спортсменов с эгоистичным подходом к тренировкам. Основные проблемы, которые мы решаем:
* Отсутствие специализированного магазина, где спортсмены могут приобрести товары, соответствующие их требованиям и стилю жизни.
* Недостаточное количество вариантов для спортсменов, которые ценят индивидуальность и качество.

2. Место и сроки выполнения.

* Наш интернет-магазин будет онлайн, доступен для клиентов из разных регионов.
* Сроки выполнения проекта: запуск магазина планируется через 6 месяцев.

3. Цель и задачи проекта.

Цель: Создать успешный интернет-магазин “ego gym”, который предоставит спортсменам уникальные товары и высокий уровень обслуживания.

* Задачи:
  + Разработать дизайн сайта, учитывая эстетику и удобство использования.
  + Настроить систему управления контентом (CMS) для добавления и обновления товаров.
  + Интегрировать платежные системы для безопасных онлайн-транзакций.
  + Создать каталог товаров с описаниями и фотографиями.

4. Целевая аудитория.

* Наша целевая аудитория:
  + Профессиональные спортсмены, которые ищут высококачественные товары.
  + Любители фитнеса, которые хотят выделиться и подчеркнуть свою индивидуальность.

5. Механизм реализации и календарный план.

* Мы начнем с разработки дизайна сайта и создания логотипа.
* Затем приступим к разработке функциональности, интеграции платежных систем и заполнению каталога товаров.
* Календарный план:
  + Месяц 1: Дизайн и разработка.
  + Месяц 2: Интеграция платежных систем.
  + Месяц 3: Заполнение каталога товаров.
  + Месяц 4: Тестирование и отладка.
  + Месяц 5: Маркетинговые кампании.
  + Месяц 6: Запуск.

6. Ожидаемые результаты.

* Успешно работающий интернет-магазин “ego gym” с удовлетворенными клиентами.
* Увеличение продаж и узнаваемости бренда.

7. Бюджет проекта.

* Расходы:
* Разработка и дизайн: $10,000.
* Маркетинг: $5,000.
* Обслуживание: $2,000/месяц.
* Прибыль:
* Прогнозируемая прибыль: $50,000/месяц (после 6 месяцев).

8. Оценка проекта.

* Для оценки успешности проекта “ego gym” мы будем учитывать следующие показатели:
  + Продажи: Мы ожидаем, что интернет-магазин будет привлекать клиентов и генерировать продажи. Поэтому мы будем следить за объемом продаж, средним чеком и динамикой роста.
  + Удовлетворенность клиентов: Важно, чтобы наши клиенты были довольны обслуживанием, качеством товаров и скоростью доставки. Мы будем проводить опросы и анализировать отзывы, чтобы оценить уровень удовлетворенности.
  + Маркетинговые показатели: Мы будем отслеживать эффективность маркетинговых кампаний, таких как конверсия, CTR (кликабельность), CPA (стоимость привлечения клиента) и ROI (рентабельность инвестиций).
  + Финансовые показатели: Мы будем анализировать бюджет проекта, расходы и прибыль. Наша цель — обеспечить устойчивую прибыльность.
  + Трафик и привлечение клиентов: Мы будем отслеживать количество посетителей сайта, источники трафика (органический, рекламный, социальный) и показатели привлечения новых клиентов.

9. Литература.

При разработке проекта интернет-магазина “ego gym” полезно обратиться к следующим источникам:

* + Книги и статьи о создании и продвижении интернет-магазинов.
  + Опыт успешных предпринимателей в сфере электронной коммерции.
  + Онлайн-курсы и ресурсы по веб-разработке и маркетингу.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Автономное профессиональное образовательное учреждение Удмуртской Республики

«Ижевский промышленно-экономический колледж»

Стратегическое планирование и управление проектом интернет-магазина для “Ego Gym”

Р.ОГСЭ.06.09.02.07. 2024.Я-61

Разработали

Студент группы И-22-2

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Якимов. Г. А

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г.

Преподаватель

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О. А. Веселкова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г.

Оценка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2024 г.

2024

Содержание

Введение

Раздел 1. Анализ рынка и конкурентов.............................................................

Раздел 2. Целевая аудитория и её потребности................................................

Раздел 3. Разработка дизайна и функциональности сайта...............................

Раздел 4. Маркетинговые стратегии..................................................................

Раздел 5. План внедрения и управления проектом..........................................

Заключение

Список используемой литературы

Введение

Стратегическое планирование и управление проектом интернет-магазина — это важные аспекты, которые определяют успех бизнеса в современном мире. В условиях быстро меняющейся рыночной среды и растущей конкуренции, эффективное стратегическое планирование становится необходимостью для достижения поставленных целей.

Интернет-магазины стали неотъемлемой частью современной экономики. Покупатели все чаще предпочитают онлайн-шопинг, и это требует от компаний разработки и реализации эффективных стратегий для успешного функционирования в сети. “Ego Gym” — это перспективный бренд, и создание интернет-магазина для него представляет собой актуальную задачу

**Актуальность темы**

Интернет-магазины стали неотъемлемой частью современной экономики. Покупатели все чаще предпочитают онлайн-шопинг, и это требует от компаний разработки и реализации эффективных стратегий для успешного функционирования в сети. “Ego Gym” — это перспективный бренд, и создание интернет-магазина для него представляет собой актуальную задачу.

**Цель**

Целью данного реферата является изучение и анализ стратегического планирования и управления проектом интернет-магазина для “Ego Gym”. Для достижения этой цели мы поставили следующие задачи:

**Задачи**

* Исследовать текущее положение “Ego Gym”: Определить сильные и слабые стороны компании, а также выявить возможности и угрозы на рынке.
* Разработать стратегический план: Создать долгосрочную стратегию развития интернет-магазина, учитывая особенности бренда и потребности клиентов.
* Определить ключевые этапы проекта: Разработать план действий для создания и запуска интернет-магазина, учитывая вклад каждого участника команды.
* Управлять проектом: Организовать работу команды разработчиков и дизайнеров, следить за выполнением задач и контролировать сроки.
* Оценить результаты: Провести анализ успешности реализации стратегии и проекта, выявить улучшения и корректировать план при необходимости.

Раздел 1. Анализ рынка и конкурентов

1. Тренды и прогнозы:

* В России объем интернет-торговли постоянно растет. [В 2020 году он составил более 2,7 трлн рублей, что превысило ожидания1](https://exiterra.ru/blog/dlya-biznesa/internet-torgovlya-v-rossii-v-2024-godu-trendy-prognozy-analitika/).
* [Пандемия COVID-19 стала катализатором роста онлайн-торговли, так как многие покупатели предпочли делать покупки через интернет1](https://exiterra.ru/blog/dlya-biznesa/internet-torgovlya-v-rossii-v-2024-godu-trendy-prognozy-analitika/).
* Тренды мировой интернет-торговли также оказывают влияние на российский рынок.

1. Конкуренция между интернет-магазинами и маркетплейсами:
   * В России существует конкуренция между специализированными интернет-магазинами и маркетплейсами.
   * Специализированные интернет-магазины обычно предлагают уникальные товары и услуги, а маркетплейсы объединяют продавцов на одной платформе.
   * Преимущества специализированных магазинов включают более глубокое понимание своей ниши и лучшее обслуживание клиентов. Однако они могут столкнуться с ограниченным ассортиментом.
   * Маркетплейсы, напротив, предлагают широкий выбор товаров, но иногда страдают от недостаточной контролируемости качества.

## Конкуренты “Ego Gym”

1. Специализированные интернет-магазины:
   * *Sportmaster* — один из крупнейших российских ритейлеров спортивных товаров. Они предлагают широкий ассортимент спортивной одежды, обуви и аксессуаров.
     + **Преимущества**:
       - Имеют большой опыт работы на рынке.
       - Широкий выбор товаров для разных видов спорта.
       - Физические магазины по всей стране.
     + **Недостатки**:
       - Онлайн-платформа может быть менее удобной для пользователей по сравнению с специализированными интернет-магазинами.
   * *Decathlon* — французская сеть спортивных магазинов, которая также присутствует в России.
     + **Преимущества**:
       - Огромный выбор товаров для всех видов спорта.
       - Качественные товары по доступным ценам.
       - Продвигают здоровый образ жизни.
     + **Недостатки**:
       - Некоторые пользователи могут предпочесть российские бренды.
2. Маркетплейсы:
   * *Wildberries* — один из крупнейших интернет-магазинов в России. Они предлагают широкий ассортимент товаров, включая спортивные.
     + **Преимущества**:
       - Огромное количество товаров от разных продавцов.
       - Удобная платформа для покупок.
       - Быстрая доставка.
     + **Недостатки**:
       - Контроль качества может быть менее строгим.
       - Некоторые пользователи предпочитают покупать у специализированных магазинов.

Раздел 2. Целевая аудитория и её потребности

### **Целевая аудитория “Ego Gym”**

Наш интернет-магазин “Ego Gym” ориентирован на молодежь в возрасте 15-21 года. Вот некоторые характеристики нашей целевой аудитории:

1. **Возраст:**
   1. Мы обращаемся к молодым людям, которые активно учатся в школе или университете. Этот возрастной диапазон связан с периодом активного физического развития и самоидентификации.
2. **Интересы:**
   * Фитнес и спорт: Наши клиенты увлечены фитнесом, занимаются в спортзалах, бегают, занимаются йогой и другими видами физической активности.
   * Мода и стиль: Они следят за модными тенденциями и хотят выглядеть стильно даже во время тренировок.
   * Здоровье и питание: Наша аудитория заботится о своем здоровье, интересуется правильным питанием и добавками.
   * Социальные сети и самовыражение: Молодежь активно использует социальные сети для общения, самовыражения и публикации своих достижений.

### **Потребности клиентов**

Что касается потребностей, мы стремимся удовлетворить следующие:

1. Качественная спортивная одежда и обувь:
   * Наши клиенты ищут стильные и удобные вещи для тренировок. Мы предлагаем им разнообразие спортивной одежды и обуви.
2. Аксессуары для фитнеса:
   * Эластичные ленты, гантели, грифы для отжиманий и другие аксессуары помогут им эффективно тренироваться.
3. Спортивное питание и добавки:
   * Протеиновые коктейли, витамины, минералы — всё это доступно в нашем магазине для поддержания здоровья и энергии.
4. Мотивационные товары:
   * Афиши с цитатами, футболки с мотивационными надписями — всё это поможет поддерживать мотивацию к тренировкам.

## Раздел 3. Разработка дизайна и функциональности сайта

### **Ключевые элементы дизайна**

1. Логотип и брендирование:
   * **Логотип**: Создание уникального и запоминающегося логотипа, который будет ассоциироваться с брендом “Ego Gym”.
   * **Цветовая палитра**: Определение основных цветов, которые будут использоваться на сайте. Например, спортивные и динамичные цвета, такие как синий, черный или оранжевый.
2. Навигация и структура:
   * **Меню**: Четкая навигация по сайту с удобным меню. Пользователи должны легко находить нужные разделы.
   * **Категории товаров**: Хорошо структурированные категории товаров, чтобы пользователи могли быстро перейти к интересующим их товарам.
3. Визуальные элементы:
   * **Фотографии товаров**: Качественные фотографии товаров с разных ракурсов. Это поможет пользователям лучше понять, что они покупают.
   * **Графические элементы**: Использование спортивных и динамичных графических элементов, которые подчеркнут специфику магазина.

### **Функциональные требования к сайту**

1. Регистрация и авторизация:
   * Возможность создания аккаунта для пользователей.
   * Безопасная авторизация и восстановление пароля.
2. Каталог товаров:
   * Удобный поиск и фильтрация товаров по категориям, цене, размеру и другим параметрам.
   * Отображение характеристик товаров и их наличия на складе.
3. Корзина и оформление заказа:
   * Добавление товаров в корзину.
   * Простое оформление заказа с выбором способа доставки и оплаты.
4. Отзывы и рейтинги товаров:
   * Возможность оставлять отзывы о товарах и ставить рейтинг.
   * Отображение рейтинга товаров на странице каталога.
5. Адаптивный дизайн:
   * Сайт должен хорошо отображаться на разных устройствах: компьютерах, планшетах и смартфонах.

Раздел 4. Маркетинговые стратегии

Маркетинговая стратегия — это главный документ, на основе которого компании планируют продвижение и продажи товаров и услуг. Давайте рассмотрим различные виды маркетинговых стратегий, их элементы и этапы разработки:

* Цель маркетинговой стратегии: Определите измеримую цель, соответствующую бизнес-целям компании. Пропишите ключевые показатели эффективности (KPI) и сроки.
* Продукт: Определите, что именно продает ваша компания и в чем отличие от предложений конкурентов.
* Ценообразование: Разработайте стратегию ценообразования для продукта или услуги.
* Целевая аудитория: Идентифицируйте свою целевую аудиторию — кто они, какие потребности у них есть.
* Рынок и конкуренты: Анализируйте рынок и изучите конкурентов. Определите свои преимущества.
* Ресурсы и инструменты маркетинговой стратегии: Оцените ресурсы компании и выберите инструменты для достижения целей.
* Риски: Учтите возможные риски и разработайте план их минимизации.
* План маркетинговой стратегии: Составьте детальный план действий, включая маркетинговые кампании, рекламу, продвижение в социальных сетях и другие инструменты.

Выбор маркетинговой стратегии зависит от многих факторов, таких как позиционирование компании, ситуация на рынке и направление развития. Например:

* **Лидерство по издержкам**: Оптимизация процессов и сокращение расходов, привлечение большой аудитории.
* **Дифференциация**: Предложение товаров или услуг, отличающихся от конкурентов.
* **Фокусирование**: Смещение фокуса на конкретный сегмент рынка.

### Продвижение интернет-магазина

1. SEO-оптимизация:
   * Оптимизация сайта для поисковых систем (Google, Яндекс) с целью улучшения его видимости в результатах поиска.
   * Использование ключевых слов, оптимизация мета-тегов, создание уникального контента.
2. Реклама на спортивных ресурсах и форумах:
   * Размещение рекламы на специализированных спортивных сайтах, форумах и блогах.
   * Партнерство с популярными спортивными сообществами.

Раздел 5. План внедрения и управление проектом

**Этапы разработки сайта**

1. Анализ требований и составление технического задания:
   * Начать с детального анализа требований к сайту. Это включает в себя определение функциональных и дизайнерских характеристик, а также ожидания заказчика.
   * Составим техническое задание, в котором укажем все необходимые функции, страницы, элементы дизайна и технические параметры.
2. Проектирование структуры сайта и дизайна:
   * Создать прототипы страниц, чтобы визуализировать структуру сайта. Это поможет нам определить, какие разделы будут на главной странице, какие — в меню, какие — в подвале и так далее.
   * Разработаем макеты, учитывая брендирование “Ego Gym”. Определим цветовую палитру, шрифты и визуальные элементы.
3. Разработка и тестирование:
   * Начать разрабатывать сайт, используя выбранный дизайн и технические требования.
   * Постоянно будем тестировать функциональность, чтобы убедиться, что все работает корректно. Это включает в себя проверку форм, корзины, поиска, адаптивности и других элементов.

### Роли и обязанности команды

* Топ-менеджер :
  + Эта роль — это стратегическое руководство проектом. Он определяете цели, бюджет, сроки и общую стратегию.
  + Его задача — следить за выполнением этапов разработки, принимать ключевые решения и обеспечивать ресурсы.
* Разработчик :
  + Он будет отвечать за техническую реализацию сайта.
  + Ему предстоит создать фронтенд и бэкенд, интегрировать дизайн и функциональность, а также обеспечить безопасность и производительность.

Заключение

В заключение реферата о разработке интернет-магазина “Ego Gym” хочу подчеркнуть, что успешное создание онлайн-бизнеса — это сложный, но увлекательный процесс. Важно учитывать не только креативные и технические аспекты, но и умение адаптироваться к меняющимся рыночным условиям.

Процесс разработки сайта — это слаженная работа команды, где каждый участник играет свою роль. Давайте более подробно рассмотрим ключевые аспекты:

1. Стратегическое планирование:
   * Топ-менеджер определяет стратегические цели проекта. Это включает в себя определение целевой аудитории, позиционирования на рынке и общей стратегии развития.
   * Важно следить за сроками, бюджетом и качеством продукта.
2. Техническая реализация:
   * Разработчик обеспечивает техническую реализацию сайта. Это включает в себя создание фронтенда и бэкенда, интеграцию дизайна и функциональности.
   * Тестирование и устранение ошибок также входят в обязанности разработчика.
3. Управление ресурсами:
   * Топ-менеджер следит за ресурсами проекта: бюджетом, персоналом и временем.
   * Он принимает ключевые решения и обеспечивает команду всем необходимым.

Важно помнить, что создание сайта — это не статичный процесс. Он требует постоянного обновления, адаптации к новым технологиям и изменениям на рынке.

Список литературы

<https://www.wix.com/blog/how-to-create-website-step-by-step-guide>

<https://blog.hubspot.com/>

<https://www.squarespace.com/>

<https://sendpulse.com/ru/support/glossary/marketing-strategy>

<https://practicum.yandex.ru/>