Выполнила: Степанова Д.А., 11-О

Бизнес-план по открытию шоурума одежды

Я составила бизнес-план по открытию шоурума одежды в стиле casual «Burn». Шоурум – это не совсем традиционный магазин одежды, а демонстрационный зал, в котором покупатель может посмотреть, потрогать товар, ведь в шоурумах обычно представлены эксклюзивные модели вещей, которые обычно нужно заказывать через интернет, а вслепую это делать мало кто захочет. Поэтому шоурумы закупают одежду и ставят свою наценку за возможность сразу понять, нужна тебе эта вещь или нет. Бизнес-план шоурума будет осуществляться, основываясь на его открытии в городе Дмитров, поскольку там это не так распространено, как, например, в Москве. Данный шоурум будет ориентирован на аудиторию молодых людей от 18-30 лет. Такой бизнес не слишком распространен, потому что требует понимания моды и тенденций, чувства вкуса и знакомства с дизайнерами, модельерами, элитной ячейкой общества. При таком подходе шоу-рум часто рекламирует сам себя через «сарафанное радио», но для этого необходимо заручиться поддержкой уважаемых в сфере моды и искусства людей, лидеров мнений, блогеров.

Возможные риски при открытии шоу-рума:

- Подорожание тканей и изделий легкой промышленности. В этом случае придется повышать цены на товар или сокращать расходы бизнеса.
- Появление на рынке прямого конкурента. Необходимо разработать уникальное предложение, выгодно отличиться от конкурентов, подобрать уникальную коллекцию одежды, выстроить лояльные отношения с клиентами.
- Падение спроса на эксклюзивную дизайнерскую одежду в пользу масс-сегмента. Для снижения риска нужно постоянно следить за модой и тенденциями, проводить опрос, посещать показы и выставки.
- Сезонный спад на товар. Его можно предотвратить хорошо продуманной рекламной кампанией, акциями, распродажами.
- Повышение платы за аренду. Лучше заранее рассмотреть несколько возможных вариантов для шоу-рума и иметь их в запасе.

- Неверная оценка товара: слишком низкие или высокие цены. Следует изучить материальные возможности и запросы ЦА.
- Неверная раскладка одежды и неграмотное использование пространства. Необходимо заранее изучить поведение потенциальных покупателей и правила раскладки вещей.
- Неправильно подобранный персонал. Лучше брать людей с опытом и составить подробную инструкцию по обслуживанию клиентов. Первое время можно контролировать их с помощью тайных покупателей.

При продвижении шоу-рума перед предпринимателем будут стоять следующие задачи: создание положительной репутации предприятия; выделение его на фоне конкурентов за счет престижности, сервиса, качества товара, предоставления дополнительных услуг; информирования потенциальных клиентов о предоставляемых товарах и услугах, поддержки обратной связи с покупателями, анализа и поддержания модных тенденций.

Планируется применить следующие PR-технологии:

- Брендинг или создание узнаваемого эмоционального образа компании.
- Создание благоприятного имиджа с клиентоориентированным характером.
- Выстраивание отношений со СМИ в сфере моды.
- Продвижение в соцсетях «ВКонтакте» и «Инстаграм».
- Проведение специальных событий: праздники, встречи, мастер-классы, конкурсы, презентации, показы мод, творческие вечера.

Открытие **шоурума одежды** предполагает торговлю следующим ассортиментом в соответствии с **бизнес-планом:**

- Платья;
- Юбки и брюки;
- Джинсы;
- Блузы и рубашки;
- Футболки и майки;
- Пиджаки и костюмы;
- Свитера, джемперы, кардиганы;
- Верхняя одежда – куртки, плащи, пальто, шубы;
- Обувь;
- Нижнее белье и купальники;
- Аксессуары – сумки, ремни, кошельки и др.

Итак, список того, что потребуется мне для открытия моего шоурума:

- **Собрать документацию и зарегистрировать бизнес.**
- **Найти поставщиков.**
- **Найти помещение. Провести рекламную кампанию.** Буклеты, флаеры, объявления на столбах, рекламные щиты — в ход может пойти все, на что хватит фантазии.
- **Наем персонала**

Регистрация бизнеса

Открытие магазина потребует регистрации в качестве ИП или ООО. Новички чаще всего выбирают первый формат. Перед началом работы также потребуется собрать пакет документов:

1. заключение пожарной инспекции;
2. заключение СЭС;
3. коды Госкомстата;
4. официальный договор аренды;
5. сертификаты или декларации соответствия на всю продукцию в зависимости от вида продаваемых товаров;
6. перечень товаров;
7. разрешение на наружную рекламу, если таковая будет использоваться;
8. санитарный паспорт;
9. договор на вывоз ТБО и мусора

До открытия магазина одежды важно определится с видами деятельности по ОКВЭД. Для моего магазина я выбрала следующий код: 71 – «Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах».

На старте бизнеса также важно определиться с системой налогообложения. В случае с моим магазином одежды в качестве системы налогооблажения я выбрала самый привлекательный вариант ЕНВД (исходя из физических показателей – площади, если применю

такой режим в отдельно взятом регионе, но общая площадь не должна превышать 150 м2).

Разобравшись с документами, приступаю к поиску поставщиков. Для этого ч обращусь к популярному сайту Aliexpress. Связываюсь с поставщиком магазина «Shein», который будет высылать мне одежду оптом по закупочным ценам. Перед тем как заключить с поставщиком договор, проверяю отзывы и время его пребывания на рынке, чтобы убедиться в качестве вещей и добросовестности поставщика.

Теперь переходим к выбору помещения для аренды. Я выбираю между арендой помещения в спальном районе и арендой помещения в ТЦ.

Плюсы аренды в ТЦ	**Минусы аренды в ТЦ**	**Плюсы аренды в спальном районе**	**Минусы аренды в спальном районе**
Большая проходимость	Дорогая аренда	Шоурум будет находиться в шаговой доступности от дома и целевой аудиторией станут жители района	Помещение может нуждаться в ремонте
Готовое для эксплуатации помещение, не требующее ремонта	Нельзя размещать рекламные вывески без согласования с администрацией ТЦ	Аренда дешевле, чем в ТЦ	Необходимость оформления всей разрешительной документации
Не нужно получать санитарное и пожарное заключение для	Шоурум будет вынужден работать по графику ТЦ	В дальнейшем можно будет выкупить помещение	Пешеходный трафик ниже, чем в ТЦ и ограничивается жителями района

своего помещения			

Поскольку шоурум работает в дневное время и не создаёт шума, его можно оборудовать на первом этаже жилого дома. Такой шоурум будет работать по графику 9:00-18:00. В торговом центре шоуруму придется работать по режиму ТЦ с 10:00-22:00. Я решаю снимать помещение в спальном районе.

Требования для помещения под шоурум:

1) площадь не менее 10 кв.м. Оптимальная – 20-25 кв.м. Помещение не должно быть настолько маленьким, чтобы вызывать у посетителей приступы клаустрофобии – теснота ассоциируется у них с мелочностью и несерьезностью фирмы;
2) наличие электричества;
3) Помещение должно быть разделено на 3 зоны: зона выставочная для вещей, примерочная и касса;
4) наличие хорошей вентиляции.

Я решила снять помещение на цокольном этаже жилого дома в центре Дмитрова 30 м² за 27.000/месяц.

Необходимо реализовать следующие этапы открытия магазина одежды:

• Выбор местоположения магазина одежды;

• Регистрация предприятия в налоговой службе и выбор системы налогообложения;

• Заключить договор аренды помещения;

• Нанять мастеров отделочных работ и произвести ремонт;

• Согласовать объект с МЧС;

• Проверить соответствие требованиям безопасности и пригодности к последующей эксплуатации всех инженерных систем;

• Закупить и установить инженерное оборудование;

• Приобрести сигнализацию, систему видеонаблюдения, противокражные рамки;

• Закупить мебель и оборудование для торгового зала;

• Составление штатного расписания и поиск сотрудников;

• Установка программного обеспечения для магазина и кассового аппарата;

• Проведение маркетинговых мероприятий;

• Открытие магазина.

Штатное расписание шоурума состоит из двух продавцов, которые работают посменно по графику два через два, а также директора, с графиком работы с 9.00 до 18.00 по будням. Также в штате имеется уборщица с плавающим графиком. Бухгалтер работает удаленно и не входит в штат предприятия.

В обязанности директора входит оперативное управление магазином, такое как управление персоналом, решение вопросов с инкассацией, арендодателями, анализ результатов продаж, поиск поставщиков и заказ товаров. В первый год работы директором можем быть владелец бизнеса.

Продавец шоурума играет ключевую роль в штате магазина, так как является его лицом. Он всегда должен быть опрятным, с приятной внешностью и с улыбкой на лице. В обязанности продавца входит консультирование клиентов, поддержание товаров в хорошем состоянии, поддержание чистоты и порядка в торговом зале.

Директор, и продавцы имеют оклад и премиальную часть в размере 2%, и 1,5% с продаж соответственно. Уборщица имеет фиксированный оклад.

Ниже будет предоставлен подробный финансовый план
Что касается первоначальных инвестиций на открытие:

Ремонт	300.000 руб
Вывеска	30.000 руб
Рекламные материалы	30.000 руб
Аренда на время ремонта	54.000 руб
Закупка оборудования	322.100 руб
Прочие затраты	20.000 руб
ИТОГО	851.000 руб

Основными затратами на открытие будет ремонт помещения, который обойдется примерно в 300 000 рублей, аренда во время ремонта, затраты

которой зависят от размера арендной платы и закупка оборудования для магазина в размере около 300 000 рублей. Примерный перечень оборудования представлен в таблице:

Наименование	**Количество**	**Цена за 1 шт.**	**Общая сумма**
Кассовый терминал (онлайн касса)	1	17 000	17 000
Стол кассира	1	15 000	15 000
Витрина	1	40 000	40 000
Стеллаж для зала	8	8 000	64 000
Манекен	3	4 000	12 000
Стойка для одежды	5	4 000	20 000
Зеркало	6	3000	18 000
При мерочная кабина со шторой	2	4500	9 000
Плечики	500	35	17500
Пуфик для примерочной	2	2000	4000
Стол для сотрудников	1	1200	1200
Рамка противокражная	1	40 000	40 000
Стеллаж для кладовой	3	6000	18 000
Этикет-пистолет	2	700	1400
Отпариватель	1	15 000	15 000
Компьютер	1	30 000	30 000
Итого:			**322 100**

При составлении бизнес-плана я учла, что следует заложить реальную наценку, с которой люди захотят покупать товар. Поскольку я его выкупаю по закупочной цене через поставщика с Aliexpress, моя наценка будет 100%.

Общая выручка моего магазина будет составлять где-то 500.000 рублей в месяц. Из них на затраты уйдет:

- Закупка товаров –250.000 руб
- Заработная плата штатным сотрудникам – 60.000 руб
- Аренда – 27.000р/месяц
- Реклама – 30. 000 руб
- Налоги – 20.000 руб.

Отсюда чистая прибыль 500.000-387.000=113.000. Следовательно рентабельность будет 113.000/500.000=22,6%. Окупится шоурум не раньше чем через 7-12 месяцев.