

Бизнес-план магазина косметики

Предлагаем индивидуальную разработку бизнес-планов

Одна из главных задач бизнес-плана это построение цепочки действий и расчёт рисков, но также стоит отметить еще ряд преимуществ. Во-первых, он поможет вам понять перспективность направления, разобраться с чего начать, убережёт от многих ошибок, и сэкономит сотни часов времени.

Наше преимущество в то что мы предлагаем не просто бизнес-план, а целую инфраструктуру с открытием и регистрацией фирмы, бухгалтерские услуги, помощь высококвалифицированных юристов, и многие другие услуги, без которых бизнес превращается в лотерею.

Тел: +7 (495) 646-82-87 Email: info@bsc.global Сайт: <http://bsc.global>



Дешевле всего открыть интернет-магазин, но этот формат может использоваться как дополнение к двум другим. Если выбирать оффлайн-бизнес, то проще открывать с нуля павильон при торговом центре. Тогда меньше потребуются затраты на помещение.

Содержание:

1. Варианты открытия магазина
2. Как открыть магазин косметики
 - 2.1. Регистрация
 - 2.2. Где открывать магазин
 - 2.3. Помещение для магазина
 - 2.4. Интерьер и оборудование магазина
 - 2.5. Персонал
 - 2.6. Дистрибьюторы
 - 2.7. Ассортимент продукции
3. Реклама
4. Риски
5. Доходы и расходы
6. Расширение бизнеса

Резюме проекта

Особой популярностью сегодня пользуются магазины косметики, где представлен огромный ассортимент брендов и видов продукции. Увеличить успешность данного проекта, можно, если

открыть сеть подобных магазинов. Такой формат бизнеса позволяет охватить больше рынка, лучше реагировать на его потребности.

Варианты открытия магазина

Существует несколько вариантов открытия косметического магазина с нуля:

- небольшой отдельный магазин;
- павильон в торговом центре;
- интернет-магазин.

Каждый из них имеет свои преимущества и недостатки. Дешевле всего открыть интернет-магазин, но этот формат может использоваться как дополнение к двум другим. Если выбирать оффлайн-бизнес, то проще открывать с нуля павильон при торговом центре. Тогда меньше потребуются затрат на помещение, разрешительную документацию для него, однако высокой будет конкуренция.

Отдельный магазин открывать с нуля выгоднее, потому что можно подобрать лучшее с точки зрения проходимости помещение с низкой конкурентной средой. Но тогда придется понести затраты на ремонт, приведение помещения в соответствии со всеми требуемыми нормами.

Как открыть магазин косметики

Далее мы рассмотрим примерный бизнес-план магазина косметики, который позволит сориентироваться в бизнесе.

Регистрация

Нет принципиальной разницы, какую форму регистрации выбрать под такой бизнес. Можно остановиться на индивидуальном предпринимателе и самостоятельно вести бухгалтерию. Если же бизнес-план магазина косметики предусматривает партнерство с другими соучредителями, лучше зарегистрировать ООО. Из систем налогообложения чаще выбирают либо упрощенную, либо ЕНВД.

Регистрация проводится на основании таких документов:

- соответствующее заявление, заверенное нотариусом;
- заявление о системе налогообложения;
- квитанция об уплате госпошлины;
- ксерокопия ИНН;
- ксерокопии всех страниц паспорта;
- документы об аренде помещения или владения им в собственности;
- разрешение СЭС;
- акт из БТИ о сдаче помещения в эксплуатацию;
- разрешение пожарного надзора;
- санитарный паспорт помещения.

Когда предприятие будет зарегистрировано, необходимо приобрести кассовый аппарат и тоже зарегистрировать его в налоговой.

Где открывать магазин

Важно знать не только, как открыть магазин косметики, но и где его размещать. Оправданным будет открытие в городе-миллионнике. Такие города имеют достаточно клиентов с хорошей покупательской способностью. Кроме этого, эти населенные пункты имеют хорошо развитую инфраструктуру, и у вас не будет проблем с поставками товаров. Однако есть менее крупные города, которые отвечают этим требованиям.

Помещение для магазина

Следующий пункт – поиск подходящего помещения. Важно, чтобы рядом была хорошая транспортная развязка и при этом удобные условия аренды. Имейте в виду, что дистрибьюторы, с которыми вы планируете работать, будут интересоваться, где планируется продажа их товара и вполне могут отказать, если место им не понравится.

Чаще всего открывают такого рода магазины в:

- салонах красоты;
- помещениях жилых зданий;
- павильонах в торговых центрах;
- отдельных зданиях.

Выбор помещения во многом зависит от категории продаваемого товара. Так, если вы предполагаете торговлю профессиональной косметикой, лучше открывать магазин при торговом центре или салоне красоты. Для бюджетной продукции подойдет помещение в жилом доме на первом этаже.

Интерьер и оборудование магазина

В интерьер магазина следует вложить немало средств. Даже не столько в сам интерьер, сколько в его оборудование. Торговый зал должен быть оборудован стеллажами со стеклянными полками и точечным освещением. Хорошо надо продумать и общее освещение зала. Надо предусмотреть несколько мест для презентации ведущих брэндов, размещения рекламных плакатов. Конечно, желательно, чтобы у покупателей была возможность самостоятельно подходить к продукции и выбирать ее.

Персонал

Магазин косметики – специфический бизнес. Сюда важно набирать продавцов, которые не просто имеют навыки продаж, но и хорошо разбираются в косметике. Поэтому часто придется организовывать тренинги для персонала по презентации косметики. Обычно они организовываются вместе с дистрибьюторами.

Дистрибьюторы

Представителей и поставщиков косметики в стране сейчас немало. Важно подобрать тех, которые подходят вам под условия сотрудничества. Например, если вы открываете торговую точку на рынке или свой небольшой магазинчик, можете закупать ту косметику, которая вам нравится и ставить на нее любую цену, которую посчитаете целесообразной. Но если вы хотите открыть авторизованную

точку продаж, то придется мириться с маркетинговой и ценовой политикой дистрибьютора. Зато в этом случае вы получаете хорошую поддержку, гарантировано качественный товар.

Ассортимент продукции

Он напрямую зависит от уровня вашей торговой точки. Сегодня на рынке представлено множество брендов в разной ценовой категории и каждый из них находит своего покупателя. Но надо понимать, чтобы работать с такими дорогими мировыми марками, как Lancome, Guerlain, Christian Dior, точка должна соответствовать их уровню.

Что касается наименований товаров, то желательно в магазине иметь такие предложения:

- декоративная косметика;
- средства по уходу за телом;
- средства по уходу за волосами;
- средства для бритья;
- средства по уходу за обувью;
- парфюмерия;
- подарочные косметические наборы.

Если есть желание и возможность, можно расширить ассортимент ближайшими по тематике группами товаров: бытовой химией, средствами личной гигиены, бельем, украшениями для интерьера, волос, игрушками. В предпраздничные дни можно закупать соответствующие сувениры. Но выбор ассортимента тоже диктуется уровнем и позиционированием магазина.

Обратите внимание, что многие компании предлагают собственное брендованное оборудование для демонстрации их продукции.

Реклама

Считается, что идеальная реклама для этого бизнеса – наружная. Но только в том случае, когда вы планируете охватить широкую аудиторию. Неплохой рекламный ход – создание собственного сайта и продвижение его в Интернете. Это может быть отдельный бизнес без оффлайн магазина. Технически вопрос, как открыть интернет-магазин косметики, решается, как и любой другой онлайн-бизнес. Что касается остальной части его реализации, подойдут описанные выше советы.

В качестве рекламного хода можно организовывать различные акции, разработать систему скидок для постоянных клиентов.

Риски

Основными рисками открытия магазина являются, прежде всего, высокая конкуренция. Снизить ее можно, разработав уникальную концепцию магазина и предлагая особые скидки и акции. Еще одна

составляющая – аренда помещения, плата за которую может подниматься, снижая рентабельность дела. Поэтому рекомендуется заключать долгосрочный договор на фиксированных условиях.

Риск, которому подвержен любой бизнес – непрофессионализм персонала. Он нивелируется тщательным подбором сотрудников, постоянным их обучением, мотивированием. Зато все риски уравниваются постоянным спросом на эту категорию товаров.

Доходы и расходы

Небольшой магазин, площадью 50 м² может обслуживаться четырьмя продавцами. Расходы на его организацию будут примерно следующими:

- заработная плата – 100-120 тыс. руб.;
- реклама – 20 тыс. руб.;
- закупка торгового оборудования – 250 тыс. руб.;
- закупка товара – 2,5 млн руб.;
- коммунальные платежи – 30 тыс. руб. в месяц;
- ремонт помещения – 200 тыс. руб.;
- аренда – 50-90 тыс. руб. в месяц.

Наценка на продукцию обычно составляет 45-100%, если речь идет о парфюмерии и 20-50% на косметику. Бытовая химия и средства гигиены продаются на 15-20% дороже. В среднем на косметике и парфюмерии можно заработать 250 тыс. руб. в месяц, на сопутствующих товарах – 50 тыс. При удачном расположении и организации бизнеса, он окупится за два года.

Расширение бизнеса

Бизнес можно расширять в нескольких направлениях. Можно увеличивать ассортимент товаров и товарных групп в одной торговой точке, либо же открывать сеть торговых точек по городу и другим населенным пунктам. Последний вариант сегодня наиболее экономически оправдан.