

Бизнес-план зоомагазина

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>



Содержание:

1. Виды магазинов
 - 1.1. Какой формат лучше
2. Регистрация
3. Помещение
 - 3.1. Дополнительные помещения
4. Персонал
5. Оформление магазина
 - 5.1. Оборудование для зоомагазина
6. Ассортимент
7. Продвижение магазина
8. Финансовая часть

Резюме проекта

Сегодня работает множество магазинов зоотоваров, но рынок по-прежнему остается ненасыщенным. С каждым годом, по подсчетам экспертов, рынок увеличивается на 40%. Встречается немало жилых районов, в которых нет таких магазинов вообще. Также рынок требует работы специализированных зоомагазинов, которые тоже сложно найти на рынке. Все это говорит о том, что открытие

зоомагазина – дело востребованное и прибыльное. Поэтому далее будет изложена пошаговая инструкция, с чего начать развитие этого дела.

Виды магазинов

Прежде чем составлять бизнес-план зоомагазина, надо определиться с его форматом. Торговая точка зоотоваров может быть организована в одном из таких форматов:

- специализированный сайт;
- отдел в супермаркете;
- мелкая торговая точка (типа ларек);
- крупный автономный магазин.

Иногда, составляя бизнес план зоомагазин открывают одновременно в нескольких форматах. Например, крупную или мелкую торговую точку и сайт. Причем участники рынка рекомендуют открывать вначале оффлайн-точку, а уж потом переходить в интернет-формат. Покупатели вначале должны сами убедиться в качестве предлагаемых товаров, иметь возможность подержать в руках каждый образец, а уж потом покупать их в Интернете по выгодной цене.

Какой формат лучше

Конечно, главный критерий определения формата бизнеса – ваш бюджет. Открыть ларек будет значительно дешевле полноценного магазина. На него понадобится примерно 2,5-3 тыс. долл. Но в этом случае крайне важно разместить его в проходном и очень людном месте: недалеко от остановки, станции метро и прочее.

На открытие полноценного магазина потребуется не менее 6-8 тыс. долл. Этого будет достаточно, чтобы заработал магазин площадью 15-20 кв. м. Но надо понимать, что ограничиться простой выкладкой товара, как в ларьке, не удастся. Здесь надо организовать особое пространство с собственной атмосферой. Ведь купить корм для животного или опилки для подстилки клиент может и в супермаркете вместе с другими покупками и не организовывать для этого отдельный поход в зоомагазин. Поэтому организовать такой магазин надо именно так, чтобы в него захотелось сходить, как на экскурсию. Поэтому без продажи животных, птиц и рыбок просто не обойтись.

Регистрация

Вопрос, как открыть зоомагазин с нуля, решается, прежде всего, с регистрации предпринимательской деятельности. Можно зарегистрироваться, как индивидуальный предприниматель. Но если вы планируете открывать крупный магазин, да еще и с партнерами, стоит зарегистрировать ООО.

Указывая сферу деятельности вашего магазина, конечно же, надо указать реализацию товаров. Но стоит сразу указать возможное оказание различных услуг. Например, выездная торговля, предоставление консультаций и прочее. Это поможет вам сразу без лишней бумажной волокиты организовывать дополнительные услуги, например, по доставке зоотоваров на дому. Эта услуга популярна для такой категории товаров, как корма и наполнители.

Кроме оформления деятельности, необходимо получить ветеринарную лицензию и разрешение на торговлю.

Помещение

Многие предпочитают начать бизнес с поиска подходящего помещения. Ведь если регистрация займет не более пяти рабочих дней, то найти подходящее помещение иногда бывает довольно сложно, а это может затянуть открытие зоомагазина. Итак, место надо искать в районе с большим потоком людей, хорошей транспортной развязкой и минимумом конкурентов. Идеально для этого подходят цокольные или полуподвальные помещения домов спальных районов города. В любом случае магазин надо оснастить большой и заметной вывеской.

Помещение должно занимать площадь не менее 10 кв. м., если речь идет о небольшом ларьке. Для открытия магазина необходимо искать помещение около 200 кв. м. Лучше всего открывать магазин, площадью от 15 кв. м. Покупатели преимущественно любят смотреть и лично знакомиться с товаром, который собираются купить. Для этого нужно немного больше пространства, чем обычно располагает ларек.

Также рекомендуется не арендовать помещение, а приобретать его в собственность. Если свериться с реальными расчетами действующих магазинов, очевидно, что покупка будет намного выгодней. Бизнес на зоотоварах – дело долгосрочное, которое не окупится за пару месяцев. А стоимость аренды помещений постоянно растет.

Дополнительные помещения

Учтите, что товар придется подвозить примерно каждые два дня, особенно если речь идет о кормах. Поэтому подыскивайте такое помещение, где можно со временем организовать склад товара. Либо, если речь идет о киоске, стоит подыскать небольшое отдельно помещение под склад. Если вы открываете большой магазин, где будут продаваться животные, надо предусмотреть возможность их выгула недалеко от магазина – без свежего воздуха и периодической разминки они потеряют товарный вид.

Персонал

Что нужно чтобы открыть зоомагазин? Конечно же, персонал. В таком магазине должны работать как минимум две смены продавцов. В зависимости от площади помещения их должно быть один или два на смене. Каждый продавец должен быть компетентным, ориентироваться в ассортименте товара, его особенностях, дать грамотную рекомендацию по подбору корма, игрушки, аксессуара или препарата. Учитывайте, что бизнес считается клубным. То есть клиенты, особенно постоянные, часто приходят не только купить что-то для любимца, но и поговорить о нем. Поэтому продавец всегда должен уметь поддержать такой разговор. Со стороны владельца для таких клиентов должна быть разработана специальная программа лояльности.

Все лечебные препараты и рецепты должен выписывать ветеринарный врач. В штате зоомагазина должен числиться один такой врач, который ведет прием по определенному графику. Этот график должен быть доступный клиентам.

Кроме этих сотрудников понадобится управляющий или директор магазина, обязанности которого может выполнять владелец. Также необходим бухгалтер, но его услуги можно отдать на аутсорс.

Оформление магазина

Задумываясь над тем, как открыть зоомагазин, тщательно продумайте его оформление. Уже с порога клиент должен понять, в чем специфика работы именно вашего заведения. Здесь желательно отдельно оформить витрины для собак и для кошек, возможно, рыб, если это входит в ассортимент продукции вашего магазина. Желательно разместить на видном месте справочную информацию. Если предлагаете рыбок, неплохо было бы оформить каталог с фотографиями. Так или иначе, магазин должен быть оформлен логично, чтобы покупатель мог быстро сориентироваться в ассортименте и найти интересующую его группу товаров.

Как правило, на самом видном месте выкладывают самые популярные товары, а на стеклянных прилавках или в специальных витринах – лекарственные препараты. Остальные товары группируют по категориям.

Обратите внимание, что для реализации целого ряда товаров, в том числе лекарственных препаратов для животных, нужна лицензия. Если вы продаете в магазине животных, к каждому из них должна прилагаться специальная справка.

Оборудование для зоомагазина

Тип торгового оборудования для магазина зоотоваров зависит от формата вашего бизнеса. Так, в небольшой ларек достаточно закупить стеллажи, на которых будет размещаться продукция, и весы, на которых будет взвешиваться развесной товар. В полноценный магазин надо закупить оборудование посложнее. Кроме стеллажей нужны торговые витрины, а также специальное оборудование в зависимости от того, какая специализация у данного магазина. Это могут быть холодильники, если вы планируете торговать лекарственными препаратами. Если вы будете торговать рыбками, черепашками, улитками и прочим водным товаром, понадобятся аквариумы и системы поддержания необходимой водной среды. Если в ассортимент вашего товара входят птицы и животные, надо закупить клетки для них. Причем в последнем случае не подходят обычные клетки для домашнего содержания, поэтому их, как правило, делают на заказ. Остальное оборудование вполне можно брать б/у в целях экономии стартового капитала.

Обратите внимание, что, оборудуя магазин, надо установить хорошую систему вентиляции помещения. Животные оставляют после себя интенсивный запах, даже если за ними регулярно чистить. Но даже если вы откажетесь от продажи живности, большинство кормов тоже имеют специфический сильный запах, который надо выветривать. Хорошая вентиляционная система обойдется примерно в 200 тыс. руб.

Ассортимент

Чтобы магазин был успешным, важно грамотно подобрать его ассортимент. Первое, за счет чего стоит формировать наполненность магазина товарами – кошки, собаки и аквариумы. Основная прибыль идет с продаж товаров именно для этих категорий. Но и конкуренция в этом сегменте очень

высокая. Поэтому важно сформировать ассортимент с какими-то необычными предложениями. Кроме этого, надо учитывать, что 65% продаваемого товара составляют корма, в 15% случаев клиенты интересуются наполнителями, шампунями, ошейниками, расческами, игрушками, поводками и прочими аксессуарами. И только 10% от продаваемых товаров припадает на лекарства.

На старте бизнеса специалисты рекомендуют закупить небольшое количество разного товара и посмотреть, какой из них пользуется большим спросом. Даже в пределах города в разных районах может быть разный спрос на развесную и фасованную продукцию, аксессуары и прочее.

Рейтинг самых популярных товаров зоомагазина выглядит следующим образом:

- корма для кошек;
- корма для собак;
- средства от клещей и насекомых;
- наполнитель кошачьих туалетов;
- различные игрушки;
- специальные зоошампуни;
- кошачьи клетки, переноски;
- амуниция для собак и прочее.

Продвижение магазина

Прежде всего, как уже говорилось, на магазине надо повесить большую и заметную вывеску, чтобы издали было видно, где продаются товары для животных. Во время работы магазина стоит проводить различные рекламные акции. Желательно небанальные, которые будут запоминаться клиентам. Например, при покупке какого-то вида рыб предлагать чистку аквариума. Или же предлагать тестовые экземпляры новинок, чтобы у клиентов была возможность ознакомиться с новым товаром. К слову, желательно разместить на видном месте в магазине список тех товаров, которые не подлежат возврату, чтобы клиенты четко понимали, что они берут и на каких условиях.

В целом, как показывает практика, хорошая вывеска и программа лояльности – самые действенные инструменты в продвижении зоомагазинов. Однако перед открытием можно использовать наружную рекламу, если открывается большой магазин. Для киоска такой шаг неоправданный, но вместо него можно использовать раздачу флаеров, в том числе и выкладку их по почтовым ящикам в ближайших домах.

Но, продвигая магазин, надо учитывать сезонность бизнеса. Несмотря на то, что животные у людей живут круглый год, летом и в преддверии новогодних праздников поток клиентов немного уменьшается.

Финансовая часть

Что касается конкретных расчетов по открытию подобного магазина, то для площади примерно 20 кв. м. они выглядят примерно так:

- аренда помещения около 1 тыс. долл. в месяц;
- закупка оборудования (холодильников, полок, витрин и прочего) – примерно 5 тыс. долл.;
- зарплата сотрудникам – от 1 тыс. долл.;

- закупка товара примерно на 3 тыс. долл.

Итого для открытия подобного магазина на старте понадобится не менее 10 тыс. долл. Как показывает практика, вложения вернутся не раньше, чем через два года.

Сроки окупаемости зависят не только от удачного месторасположения магазина, размера аренды, но и от его формата. Так, с небольшого ларька можно получать за месяц около 600-800 долл., тогда как со стационарного магазина – уже порядка 1200-1500 долл.