

***Инвестиционный
проект
«Магазин у Дома»***

**Разработан командой
специалистов с опытом работы в
ритейле более 10 лет
*Сентябрь 2010***

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА:

Создание сети магазинов формата «У дома» с целью капитализации проекта и последующей продажи.

Это последний сегмент розничной торговли, где отсутствуют серьезные брендированные игроки. Через 1-2 года этот сегмент станет занятым.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ:

Е:

- Магазины формата «У дома» в спальнях районах Санкт-Петербурга и городах ЛО
- Площадь торгового зала 100-150 м².
- 4 ассортиментные группы – продукты, бытовая химия, парафармацевтика + зона перекуса (кофе, разогрев на СВЧ)

ИНВЕСТИЦИИ:

- ценовой сегмент нижний и средний
- в 1 магазин потратить 2,5-3 млн. (ремонт, оборудование, товарные запасы)
- ПАРАМЕТРЫ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (НА 10 ТТ): ВСЕГО 35 млн. р.

- Инвестиции + покрытие операционных издержек – 35 млн. руб.
- Достижение точки безубыточности – 8-9 месяцев
- Окупаемость проекта по ЧДП – 21 месяцев
- Капитализация сети при достижении максимальной выручки 160 млн. руб.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

ПРОЕКТА:

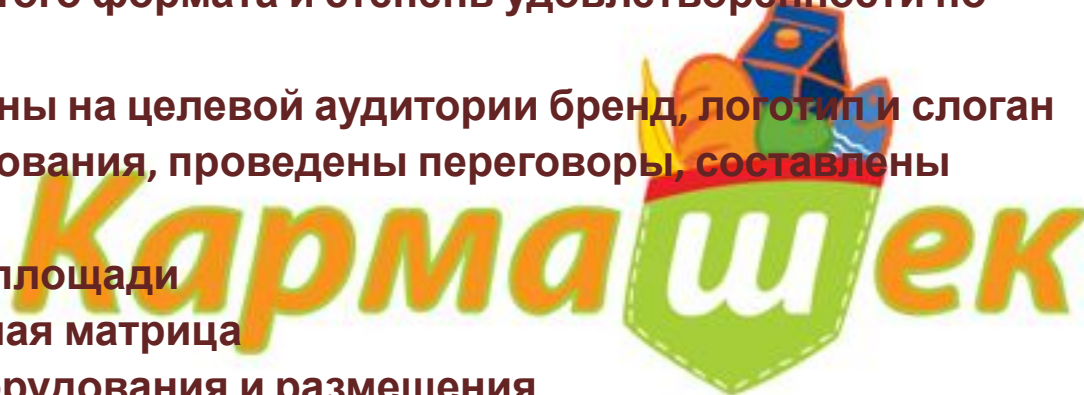
- Обоснованное позиционирование, уникальная торговая матрица, развитие на деньгах поставщиков
- Использование уникальных и успешных бизнес-технологий ритейла (www.grek-consulting.ru)
- Готовая команда управленцев, которая строила успешно с нуля брендовала сети аптек

Шиповник и Первая помощь (160 аптек по России)

- Наличие наработанных связей с поставщиками
- У управленцев работать на отрицательном рабочем капитале

ЧТО УЖЕ СДЕЛАНО?

- проведены серьезные маркетинговые исследования по Спб, выявлены самые значимые критерии для покупателей этого формата и степень удовлетворенности по ним
- разработаны и протестированы на целевой аудитории бренд, логотип и слоган
- найдены поставщики оборудования, проведены переговоры, составлены сметы оборудования для типовой площади
- сформирована ассортиментная матрица
- создан план расстановки оборудования и размещения товарных категорий в магазине



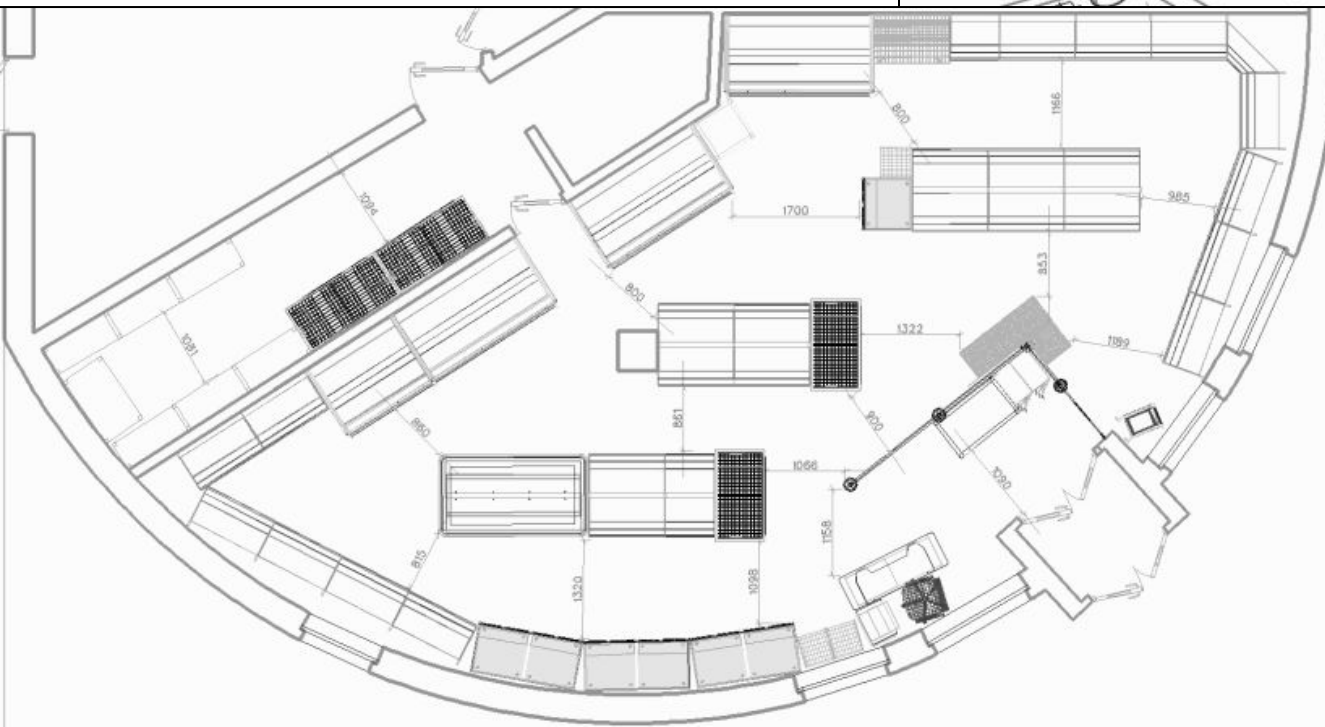
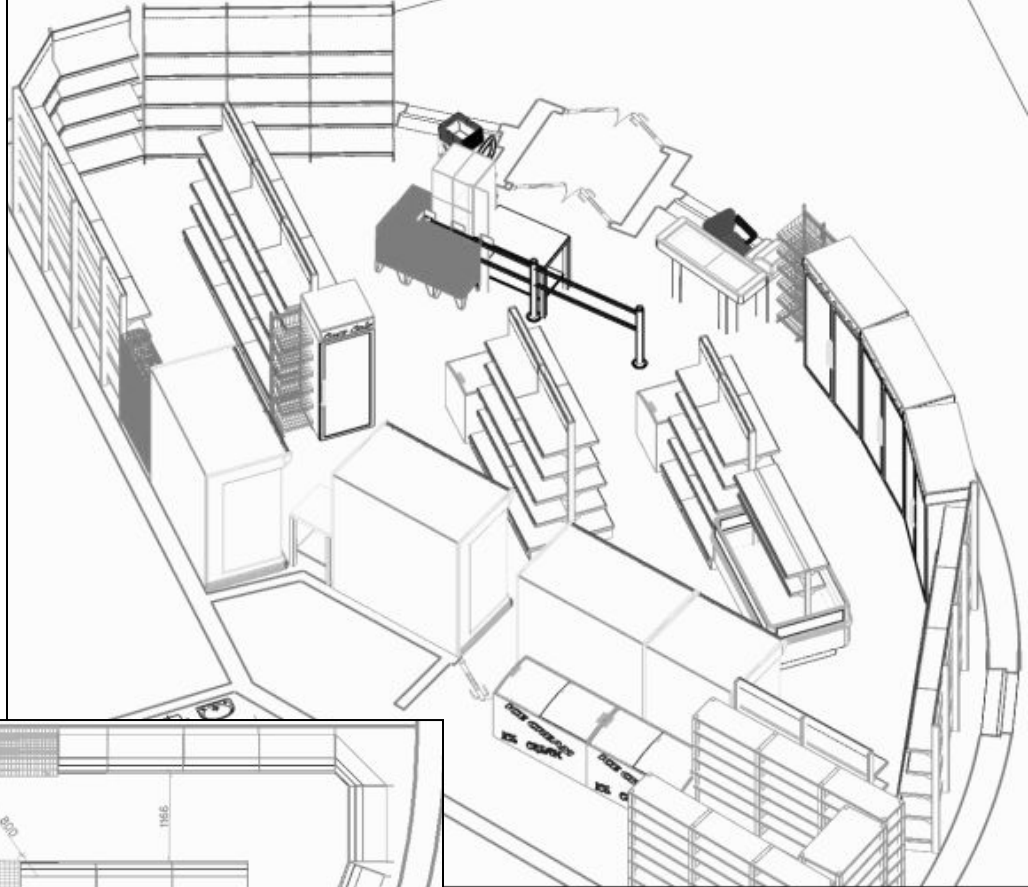
**ПРИМЕР ЗАТРАТ
НА ЭТАПАХ
ПОДГОТОВКИ И
ЗАПУСКА**

(для магазина в г.
Всеволожск)

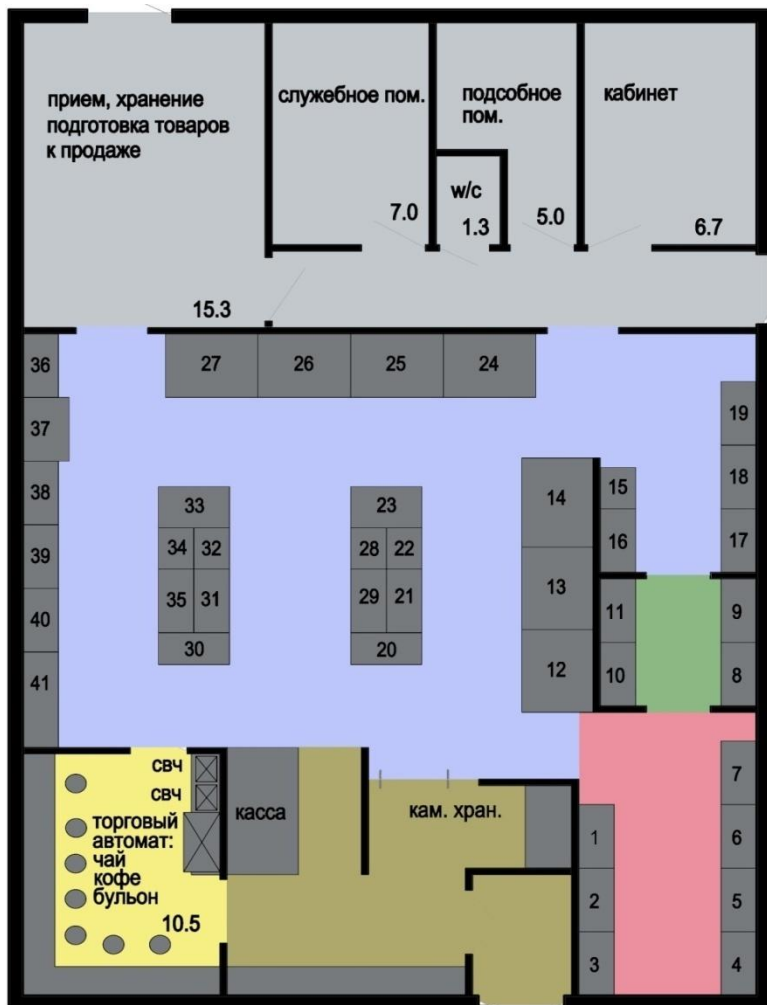
Инвестиции	Количество	Цена	Стоимость
Инвестиции в затраты на этапе подготовки			975 500
Ремонт	1	250 000	250 000
Вывеска	1	97 000	97 000
Оборудование			568 500
ПО для ККМ (pos-terminal)	1	20 000	20 000
Прилавки, стеллажи, холодильники, кассовый блок	1	480 000	480 000
Сканер стационарный (шт)	1	15 000	15 000
Сканер ручной (шт)	1	5 000	5 000
Компьютер(шт)	1	15 000	15 000
Термопринтер (шт)	1	18 000	18 000
Принтер (шт)	1	12 000	12 000
Весы (шт)	1	3 500	3 500
Оборудование для офиса			60 000
ПО	1	60 000	60 000
Инвестиции в затраты на этапе запуска			391 767
Аренда	1	60 000	60 000
Связь	1	3 000	3 000
Пожарная сигнализация			0
Охранная сигнализация, обслуживание	1	10 000	10 000
Инкассация (0,1% от оборота+16000 за заезды)			17 170
Налоги (1%)			11 718
Расходные материалы	1	15 000	15 000
Хозяйственные расходы	1	10 000	10 000
Потери (1%)			11 718
Коммунальные платежи	1	30 000	30 000
ФОТ			153 000
Заведующая	1	23 000	23 000
Кассир	2	18 000	36 000
Продавец	2	18 000	36 000
Приемщица, фасовщица	1	17 000	17 000
Охранник	2	17 000	34 000
Уборщица	1	7 000	7 000
Продвижение			70 160
Листовки	1000	5	5 000
Промоутеры 2 недели, 3 человека по 3 часа	126	160	20 160
Пакеты п/э	30000	1,5	45 000



**ПРИМЕР РАССТАНОВКИ
ОБОРУДОВАНИЯ
(для магазина в г.
Всеволожск,
площадь торгового зала 98
м²)**



ЗОНИРОВАНИЕ И РАСПОЛОЖЕНИЕ ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ ДЛЯ ПЛОЩАДИ 150 м²



зонирование

	торговая зона 60 м.кв. (продукты)
	торговая зона 10 м.кв. (бытовая химия, хоз. товары)
	торговая зона 5 м.кв. (косметика, БАДы)
	зона кафе 10,5 м.кв.

№ п/п	Товарная категория	№ стеллажа
1	ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	1
2	ХОЗТОВАРЫ	2, 7
3	БЫТОВАЯ ХИМИЯ	3, 4, 5
4	СРЕДСТВА ЛИЧНОЙ ГИГИЕНЫ	6
5	КОСМЕТИКА	8, 9
6	ВИТАМИНЫ, БАДы	10, 11
7	СВЕЖИЕ ОВОЩИ, ФРУКТЫ, СОЛЕНЬЯ	15-19
8	МОЛОКО И СЛИВКИ	12
9	ТВОРОЖНЫЕ ИЗДЕЛИЯ	12
10	КИСЛОМОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ	12
11	ЙОГУРТЫ	13
12	СМЕТАНА	13
13	МАСЛО И МАРГАРИН	13
14	ТОРТЫ, ПИРОЖНЫЕ	14
15	СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ	20
16	ГОТОВЫЕ ЗАВТРАКИ, ДИЕТИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ	21
17	ДЕТСКОЕ ПИТАНИЕ	22
18	ПОЛУФАБРИКАТЫ ЗАМОР.	23
19	СЫРЫ	24
20	ЯЙЦО, МАЙОНЕЗ	24
21	КОЛБАСЫ	25
22	СОСИСКИ И САРДЕЛЬКИ	25
23	МЯСНЫЕ ДЕЛИКАТЕСЫ	25
24	РЫБА	26
25	САЛАТЫ, КУЛИНАРИЯ	27
26	САХАР	28
27	МАКАРОНЫ, КРУПА, САХАР, СОЛЬ, СПЕЦИИ	28
28	ПРОДУКТЫ БЫСТРОГО ПРИГOTOВЛЕНИЯ	29
29	КОНФЕТЫ	30
30	КОНСЕРВАЦИЯ (мясная, рыбная, овощная)	31
31	КЕТЧУП, СОУС, МАСЛО РАСТ.	32
32	ПРОДУКТЫ ИЗ СВЕЖ. ЗАМОРОЖ. МЯСА	33
33	КОФЕ, КАКАО	34
34	ЧАЙ	35
35	АЛКОГОЛЬ	36
36	ПИВО	37
37	СОКИ, НЕКТАРЫ, МОРСЫ, + ВОДА	38
38	СНЭКИ	39
39	СЛАДОСТИ (ПЕЧЕНЬЕ, СДОБА, ВЫПЕЧКА)	40
40	ХЛЕБ И ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ	41

КРАТКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ:

Наиболее перспективные розничные форматы:

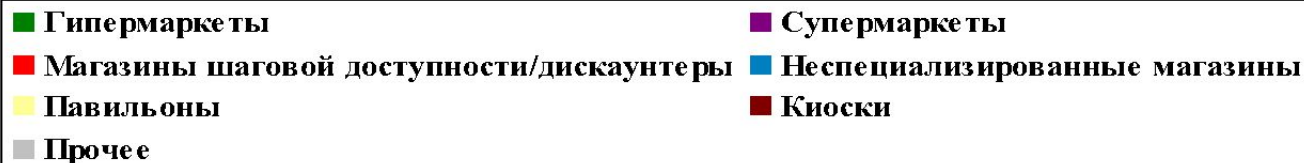
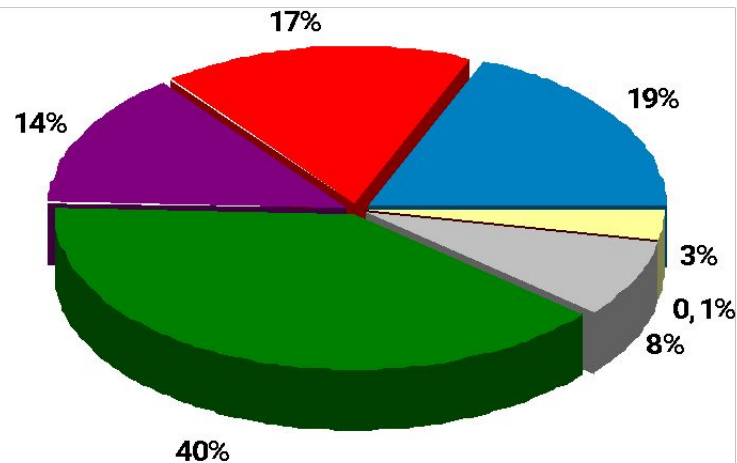
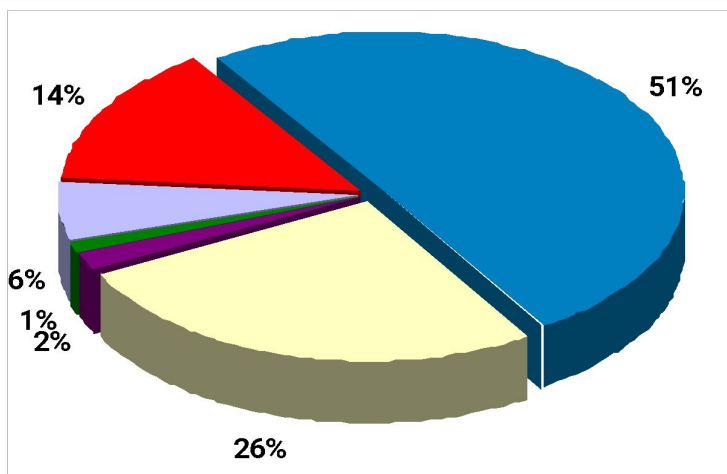
Гипермаркеты

Магазины шаговой доступности

Супермаркеты

Доля в структуре (кол-во точек)

Доля в обороте (млрд руб.)



КРАТКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ:

Успешный магазин шаговой доступности

Принадлежность к сети	Сетевой
Тип точки	Магазин
Расположение	В жилом доме
Площадь точки	120-150 м ²
Тип выкладки	Открытая
Количество касс	2
Ширина	67-73 тов. гр.
Глубина (в одной тов. гр.)	10-12 SKU
Ценовой сегмент	Средний и эконом
Наценка	20-30%



Количество покупателей в день (без ночной смены)	800-1000 человек
Средний чек	160-180 рублей
Оборот с 1 м ² (руб. за месяц)	40 000 - 50 000

Примеры удачной организации магазина шаговой доступности



Наименование магазина	Число покупателей	Средний чек	Оборот за месяц (руб.)	Оборот за месяц (руб.)/1 м ²
Колбаскин и Огурчиков	886	178	4736875	59211
811	982	176	5196897	43307
Кир-24	1365	155	6357029	42380

е-mail для обратной связи
Karmashek2010@yandex.ru

Благодарим за внимание!