

# БИЗНЕС-ПЛАН

*открытие магазина подарков ТМ «Bibelots»*



Bibelots - сравнительно новая, динамично развивающаяся сеть магазинов подарков, сувениров и предметов интерьера. Французская компания, изящный стиль. Название и логотип компании связаны между собой исторически. компания Bibelots, конечно, не такая древняя, однако столь удачное использование истории - настоящая находка!

Сегодня Bibelots - это яркие по дизайну функциональные подарки и предметы интерьера, красивый и запоминающийся интерьер магазинов.



## РЕЗЮМЕ БИЗНЕС ПЛАНА

Название проекта	Магазин по франшизе ТМ «Bibelots»
Тип проекта	Создание нового магазина
Предприятие	Индивидуальный предприниматель Головлева Юлия Сергеевна
Регион	г. Хабаровск , Хабаровский край Российская Федерация
Начало проекта	март- апрель 2013 года
Длительность проекта	долгосрочный
Участники проекта	Видякина Евгения Байдулова Ксения
Контакты	Тел.(924)4080344 e-mail: investgrant@rambler.ru
Необходимое финансирование	765 200 рублей
На что требуется финансирование	Оплата за техническую документацию Оплата товара Оплата доставки товара Оборудование точки + оформление торговой площади (фирменный стиль) Арендная плата Канцелярия Оргтехника Зароботная плата в первый месяц работы
Рентабельность проекта	63,50%
Период окупаемости	1 год
Средняя чистая прибыль в месяц	96825 рублей
Чистая прибыль в год	1161905 рублей



Товар ТМ «Bibelots» – является уникальным, неповторимым свойством материалов товар, который способен заинтересовать своей необычностью и многофункциональностью, широкий ассортимент товаров и комплектация наборов. Ассортимент товаров в магазине ТМ «Bibelots» сформирован таким образом, чтобы удовлетворить спрос и потребности население всех возрастных групп. Прямые продажи. Этот метод будет использован на начальном этапе входа на рынок, а также в дальнейшем для рынков расположенных в городе Хабаровск и в Хабаровском крае. За продажи будет отвечать директор по продажам. Продажи в составе комплексных решений. Нашими потребителями дополнительно могут быть фирмы и организации города, рекламные агентства.



Стратегические цели магазинов подарков	Политика ценообразования	Методы ценообразования
Увеличение текущей, сегодняшней прибыли	Обеспечить наибольшую торговую наценку. Главное- текущие показатели, долгосрочный период не важен	Измерение эластичности спроса (с целью эффективности снижения или повышения цен).
Увеличение доли рынка, захват регионов	Низкие цены для привлечения максимального количества покупателей, но не ниже уровня покрытия издержек	Конкурентное ценообразование: проникновение на рынок, демпинг,
Максимальная дифференциация, предложение лучшего товара, качества	Высокая наценка, покрывающая издержки на достижение высокого уровня сервиса и качества товаров	Издержки + прибыль или измерение покупательской ценности
Выживание, уход от конкурентных войн	Низкие цены, но не ниже себестоимости, чтобы иметь возможность в будущем иметь плановую прибыль	Издержки: анализ безубыточности. Конкурентное ценообразование: метод текущих цен или следование за лидером



Факторы	Bibelots		Конкуренты		
			Домовид	Экспедиция	Красный Куб
Качество товара	Отличное качество товара	Хорошее качество товара	Хорошее качество	Хорошее качество товара	Отличное качество товара
Местонахождение	ул. Ленинградская, д.28, ТЦ "Магнит", 1 этаж	ул. Пионерская, 14, ТЦ «ВЫБОР»		ул. Карла Маркса, д. 76, ТЦ «НК Сити»	ул. Ленинградская, д.28, ТЦ "Магнит", 1 этаж
Уровень цен	Средний, средне-высокий	Средний		Средний	Высокий
Ассортимент	Широкий	Широкий		Небольшой выбор	Широкий
Репутация	Новая фирма	Отличная, пользуется популярностью		Пользуется популярностью	Отличная



	Bibelots	Домовид	Экспедиция	Красный Куб
	2	3	4	5
<b>Сильные стороны</b>	Удобное месторасположение, низкие цены, широкий ассортимент, высокое качество, эксклюзивный товар	Удобное месторасположение, постоянные клиенты	Удобное месторасположение, высокое качество, отличное обслуживание.	Удобное месторасположение, известность, низкие цены.
<b>Слабые стороны</b>	Относительно недавно на рынке	Низкий уровень обслуживания, завышенные цены	Высокие цены,	Недостаточный уровень обслуживания
<b>Возможности</b>	Реклама, ежеквартальное обновление ассортимента	Расширение ассортимента предлагаемых товаров	Расширение ассортимента предлагаемых товаров	Реклама
<b>Угрозы</b>	Снижение общего уровня покупательной способности.	Возрастающее конкурентное давление, неудовлетворенность клиентов качеством продукции.	Возможность появления новых конкурентов	Рост инфляции, снижение общего уровня покупательной способности.



## ЦЕЛИ

### СТРАТЕГИЧЕСКИЕ

- Увеличить число потребителей;
- Увеличить количество товара, купленного потребителем;
- Увеличить оборот до показателей, намеченных в плане;
- Выполнить показатели плана продаж.

### СПЕЦИФИЧЕСКИЕ

- Ускорить продажу наиболее выгодного товара;
- Повысить оборачиваемость какого-либо товара;
- Избавиться от излишних запасов;
- Придать регулярность сбыту сезонного товара;
- Оказать противодействие возникшим конкурентам;
- Оживить продажу товара, сбыт которого переживает застой.

### РАЗОВЫЕ

- Извлечь выгоду из ежегодных событий (Рождество, Новый год и т. д.);
- Воспользоваться отдельной благоприятной возможностью (годовщина создания фирмы, открытие нового филиала и т.п.);
- Поддержать рекламную компанию.



# Оборудование для автоматической торговли

Наименование оборудования	Количество	Цена, руб.
Фискальный аппарат	1	23 510,00р.
Пилот	1	450,00р.
Монитор	1	4 000,00р.
Системный блок	1	7 000,00р.
Термопринтер для ценников	1	6 387,00р.
Обслуживание 1С	1 раз в месяц	10 000,00р.
Клавиатура	1	250,00р.
Мышь	1	170,00р.
Програмное обеспечение 1с	1	5 000,00р.
денежный ящик	1	3 000,00р.
Дисплей покупателя	1	1 500,00р.
Детектор валют	1	520,00р.
Лазерный принтер	1	4 000,00р.
ИПБ распределитель тока	1	1 800,00р.



Риск	Способ уменьшения рисков
1. Технологический риск:	- поэтапная стратегия ряда товаров с использованием более 70% задела от предыдущего товара в ряде
2. Коммерческий риск	- привлечение потенциальных дистрибьюторов в качестве консультантов; - товары ТМ «Красный Куб» являются конкурентоспособными по цене даже при незначительных продажах;
3. Производственный риск. Организация поставок товара	- привлечение лучших поставщиков, но акцент будет сделан на российских предприятиях, имеющих долгосрочную положительную рыночную репутацию; - дублирование поставщиков; - максимальное использование покупных серийных товаров;
4. Риск удовлетворения спроса покупателей по продажам	- работа с дистрибьюторами по предварительным заказам; - опережающее развитие сети поставщиков; - товарное кредитование;



Спасибо за внимание !

