

Продукты которые никогда не уйдут с рынка

Выполнила:

Лутовинова А.С.

Студентка группы ГД-О-19(1)



Еда, одежда и обувь

Еда будет востребована всегда — её всегда будут покупать, что бы ни случилось. Но есть минус: чем большая у направления востребованность, тем больше конкуренция, и ваши главные соперники на поприще продажи продуктов питания.

Одежда является продолжением тела и удовлетворяет ряд видов потребностей. Во-первых, это *потребность в поддержании нормального температурного режима*, что обеспечивается одеждой, защищающей от холода и жары, солнца и влаги.

Обуви является наиболее значимым свойством для потребительского сегмента с низкими доходами. Для потребительского сегмента с высокими доходами значимость этого свойства не высока. Это не значит, что богатые потребители не заинтересованы в приобретении надежных изделий.



Все для ремонта и автомобиля

В России автомобильный рынок сейчас на спаде, но спрос на запчасти и автохимию останется на всё то время, пока «железные кони» будут на ходу. Есть немного «но»: конкуренция на авторынке очень высокая, а маржинальность низкая, к тому же, продавать автотовары абы кто не сможет — нужны эксперты и экспертки. Ассортимент при этом лучше составить так, чтобы большую его часть составляли расходники — всевозможные масла и жидкости, фильтры, колодки, ремни и т. д. Потом могут идти лакокрасочные материалы, запчасти для выхлопа, двигателя, рулевого управления, автохимия, чехлы и коврики, а также инструменты. Всегда в тренде лакокрасочные материалы и обои, особенно из современных трендовых коллекций, натуральное дерево, гранит, кварц и мрамор, полупрозрачные перегородки и вставки. Но тренды ремонтно-отделочного мира меняются ничуть не реже, чем тренды в мире одежды и обуви.

Фастфуды

Жителю крупного мегаполиса может показаться, что рынок кофеен и фастфудов переполнен, и никто не станет есть хот-дог в забегаловке, если можно посидеть в «Макдональдсе». И это, возможно, так, но только для центра крупного города. В небольших городках и на окраинах всё обстоит совсем иначе, и порой людям просто негде перекусить или выпить кофе с утра.



Спорттовары

ЗОЖ и активный образ жизни в моде, поэтому растёт востребованность спортивной экипировки, от одежды и обуви до ковриков для йоги, мячей и велосипедов. Даже если все резко бросят ЗОЖ, у вас всё равно останется какое-то количество преданных покупателей. Конкуренция тут тоже есть, но она не такая суровая, как в случае с розничной продажей продуктов.

В ассортимент стоит включить велосипеды и самокаты, товары для зимних видов спорта, всё для поклонников настольных видов спорта, спортивную форму и обувь, мячи, всё для водных видов спорта. Можно сделать уклон в экстрим и позиционировать себя как магазин, который занимается внедрением на российский рынок всяких новых экстремальных видов спорта — фрибол, бокинг и т. д. Так ещё проще будет отстроиться от конкурентов.



Домашняя утварь

Прочные кружки, тарелки, эмалированные кастрюли и сковороды с антипригарным покрытием никогда не выйдут из моды. Можно продавать практичную утварь с долгим сроком службы, которая привлечёт буквально всех, можно сделать себе позиционирование как магазина, торгующего парадно-выходными сервизами.



Цветы и подарки

Безумно популярны съедобные букеты из разных продуктов, от фруктов и сладостей до рыбы и мяса. Спросом пользуются подарочные цветочные наборы в коробках из-под шляпок — и задумайтесь, продавать такие сувениры однажды пришлось кому-то в голову. Цветочно-подарочный рынок воистину предлагает непаханное поле для человека с креативным складом ума.

Цветочный магазинчик можно совместить с кафетерием или библиотекой, с магазином живых цветов, где можно заодно получить консультацию по уходу за любимой орхидеей.



Алкоголь

Вариант, который позволяет избежать конкуренции со стороны интернет-магазинов, захвативших практически весь рынок. Минус — за лицензию придётся заплатить. Плюс — проверенные марки крепких алкогольных напитков всегда пользуются популярностью, их всегда покупают, в подарок ли, на праздник или просто для себя. Пользуется спросом крафтовое пиво и другие слабоалкогольные напитки, произведённые местными пивоварнями. Будут покупать и российские вина, а также крымские и грузинские. Можно придумать какое-нибудь оригинальное позиционирование — и вперёд, покорять рынок!

В бизнесе два пути: или экспериментировать, рискуя не окупиться, или идти по проторенной дорожке, ища способы отбиться от конкурентов. Скажем так: все перечисленные направления дают возможность пойти по любому из этих двух путей.



Товары для детей

Ещё одна категория, которая, наравне с макаронами и ботинками, будет востребована всегда. Имеет смысл посмотреть в сторону:

товаров для школы, школьной формы,

товаров для самых маленьких — от погремушек до подгузников,

экологических игрушек,

развивающих игрушек — сейчас появляются такие игры, о которых всего 5 лет назад никто и не слышал. Плюс, «развивашки» пользуются бешеным спросом у осознанных современных родителей, которых сейчас большинство.





Важно! Если цена на ваш товар будет слишком большой, то такие вещи или продукцию попросту никто не будет покупать.