



Бизнес-план: цветочный магазин

Выполнил: студент группы ПУ242
Кухтей Сергей



Вводная часть

- В данном бизнес-плане рассмотрен небольшой магазин по продаже цветов. Сам предприниматель является управляющим, а в его киоске работают флористы, разбирающиеся в цветах и умеющие составлять красивые цветочные композиции.



Мои задачи

- Анализ рынка;
- SWOT-анализ;
- Оценка возможностей;
- Организационно-правовые аспекты;
- Составление маркетинг-плана;
- Расчет доходов;
- Составление производственного плана;
- Организационный план;
- Финансовый план;
- Риски;



Анализ рынка

- Оценивая российский рынок цветов, нельзя не сказать, что ему характерна сезонность, причем ярко выраженная. В предпраздничное время цены на цветы поднимают, в связи с возможной прибылью.
- Рассматривая возможных конкурентов, нужно сказать, что самое важное – это качество продаваемых цветов, изысканность и гармоничность букетов. А чтобы цветочные композиции получались красивыми и эстетичными, необходимо особенно тщательно подойти к выбору персонала.

SWOT-анализ

- Перед открытием собственного цветочного магазина, необходимо оценить возможности и угрозы. Вообще, все факторы принято делить на внешние и внутренние.
- С внешними факторами бороться и пытаться их изменить невозможно. Зато подстроиться под ситуацию или извлечь из нее собственную выгоду очень даже возможно.

К внешним факторам относятся:

1. Возможности:

- занятие определенной ниши на рынке;
- проведя глубокий анализ ситуации на рынке, можно извлечь максимальную выгоду, связанную с сезонностью данного бизнеса;
- высокая доходность;
- возможность покрывать большой сегмент рынка;
- цикличность спроса;
- возможное повышение спроса в целом;
- повышение актуальности предложения вследствие роста уровня жизни населения;
- возможность предлагать и оказывать дополнительные услуги;
- отсутствие необходимости налаживать производство, ориентация на сбыт приобретенной продукции.

2. Угрозы:

- высокий уровень конкуренции;
- сезонность;
- возможны проблемы с поставщиками;
- необходимость поиска альтернативы во время резкого спада спроса на продукцию;
- наличие срока годности у продукции, что делает необходимость постоянно прогнозировать спрос;
- необходимость получения разрешительной документации;
- большое количество документов, которые нужно своевременно заполнять.

Внутренние факторы:

1. Сильные стороны:

- высокая наценка на продукцию;
- высокая квалификация персонала;
- большой ассортимент;
- доступность услуг;
- предложение качественной услуги своим клиентам;
- наличие эффективных методов рекламы и продвижения собственной продукции.

2. Слабые стороны:

- возможные просчеты в отношении спроса на продукцию;
- отсутствие опыта работы в данной сфере бизнеса.



Оценка возможностей

- Особое внимание необходимо будет уделить выбору местоположения будущего магазина. Лучше не экономить на аренде. Оживленные транспортные развязки способны принести немалую прибыль, а затраты на аренду окупятся сполна.
- Лучше выбрать отлично просматриваемое место. Такое расположение позволит увеличить число спонтанных покупок, тем самым положительно повлияв на общую выручку и прибыль.

Организационно-правовые аспекты

- Организовывая собственный цветочный магазин, особое внимание необходимо уделить организационно-правовым вопросам. Очень важно владеть всей необходимой информацией и работать по закону, чтобы избежать различных штрафов.
- На всю продукцию потребуются гигиенические разрешения СЭС или соответствующие сертификаты качества.
- Стоит ознакомиться с Таможенным кодексом и постановлениями Россельхознадзора, которые относятся к растениям.
- Разрешение на торговлю цветами.
- Если будете принимать оплату от клиентов по банковским картам, то необходимо открыть расчетный счет.

Маркетинг-план

- Уделить внимание неймингу и брендингу. Очень важно подобрать яркий бренд, что-то запоминающееся. Так, чтобы потребитель был привязан именно к названию, обстановке, а не к адресу магазина и работающему в нем персоналу. К тому же, именно бренд помогает вызвать доверие покупателя, развить в нем лояльность к собственному цветочному салону.
- Применение наружной рекламы резко увеличит количество спонтанных покупок, поэтому ей тоже нужно уделить особое внимание.
- Обязательно нужно разносить рекламные листовки по ближайшим домам. Люди на подсознательном уровне будут знать о наличии поблизости магазина цветов, и в случае необходимости пойдут именно туда.
- Реклама в интернете. При условии, что у магазина будет собственная страница, продвижение на просторах интернета будет просто необходимым. В таком случае сам сайт салона нужно будет продвигать в поисковых системах и социальных сетях.
- Уделить внимание выпуску дисконтных и бонусных карт, подарочных сертификатов, проведению акций.

Расчёт прогнозируемых доходов

Объем продаж в стационарном магазине - 140

Объем продаж в онлайн магазине - 100

Общий объем продаж - 240 букетов

Средняя стоимость - 900 рублей

Ежемесячная выручка - 216 000 рублей



Производственный план

- Выбрав помещение, важно определиться с необходимым оборудованием и инструментарием. В хороший цветочный магазин понадобится купить:
- холодильник для цветов;
- цветочные стойки;
- рабочий стол;
- цветочные колбы различных размеров;
- стеллаж;
- опрыскиватель;
- лейка с узким носиком;
- секаторы;
- устройство для срезки шипов;
- ножи;
- степлеры.



Работники

- Оба флориста будут получать фиксированную плату. График работы: 2 через 2. Оклад (включая налоги, страховые выплаты можно будет вычесть из суммы уплачиваемого предпринимателем налога на доход) – 30 000 рублей на каждого.



Организационный план

- Регистрация ИП 800 рублей
- Создание собственного сайта 45 000 рублей
- Ремонт помещения 25 000 рублей
- Покупка ККМ 7 500 рублей
- Покупка необходимого оборудования 220 000 рублей
- Покупка сырья (упаковки, нити, вазы) 10 000 рублей
- Закупка первой партии цветов 50 000 рублей
- Первоначальные расходы 358 300 рублей



Финансовый план

- Аренда 25 000 рублей
- Реклама 10 000 рублей
- Оплата работы службы доставки 10 000 рублей
- Зарботная плата 60 000 рублей
- Расходы на закупку необходимой продукции 55 000 рублей
- Общие расходы: 160 000 рублей



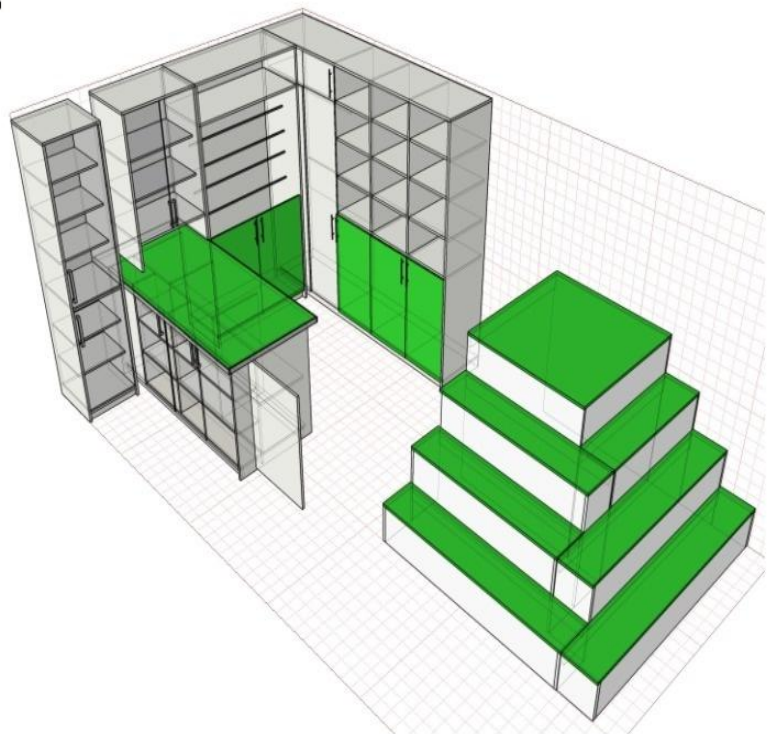
Риски:

- Тот факт, что цветы являются скоропортящимся товаром. Чтобы избежать возможных убытков, нужно постоянно проводить мониторинг рынка, прогнозировать спрос. Все это требует больших знаний и времени.
- Возможность получения некачественного и бракованного товара. Причем не всегда удастся его вернуть. Тут важно корректно составлять договор с поставщиками и выбирать добросовестных партнеров, которые тоже будут заинтересованы в своевременной доставке качественного продукта.
- Цикличность рынка цветов и эпизодичность спроса. Борьба с этими рисками напрямую почти невозможно. Но можно сглаживать последствия, открывая дополнительные возможности сегмента. Так, сегодня в цветочных ларьках можно встретить мягкие игрушки, открытки, сувениры и многое другое. Можно заниматься оформлением торжеств, что хотя бы частично поможет оценить планируемый объем прибыли.

Приложения

Мебельный
КЛУБ
ДИЗАЙН ■ ИЗГОТОВЛЕНИЕ

Мебель для магазина цветов. Общий вид.



 do.ngs.ru

