

Пиво пенное!

Согласно проведенным исследованиям, пиво пьют больше половины россиян — 57%. Из них 60% составляют мужчины и 40% — женщины. Основными потребителями пива являются люди в возрасте от 25 до 45 лет. Частота потребления пива в России довольно высокая — 31% тех, кто пьет пиво, делает это не менее одного раза в неделю.

Даже Вейдер
одобряет Пиво!



Так почему бы нам?...

...

...

...

...

НЕ ПЕРЕЙТИ НА ТЕМНУЮ СТОРОНУ?!

МВАХАХАХАХ!!!

Почему торговать пивом — это неплохо?

**Да потому что мы живем в России, детка!
Наживаться на чужом алкоголизме —
наше призвание по рождению и традиция
нашего народа!**

**Спрос на пиво выше чем спрос на
картофель. А мы же все любим
картофель, верно? Так представь себе,
КАК тогда мы любим ПИВО!**

Еще немного о том, почему торговать пивом хорошо.

Приведенная статистика о целевой аудитории, а проще говоря о том, КТО именно является выпивохами говорит о том, что **ОЧЕНЬ МНОГО** людей хотят покупать пиво. Хотят пить пиво. Хотят есть пиво. Хотят.. ну ты понял, да? Большая часть населения нашей великолепной родины **ДУШУ ГОТОВА ПРОДАТЬ ЗА ПИВО!**

Почему же все так любят пиво?

• А хрен его знает!

• Но мы попробуем разобраться.

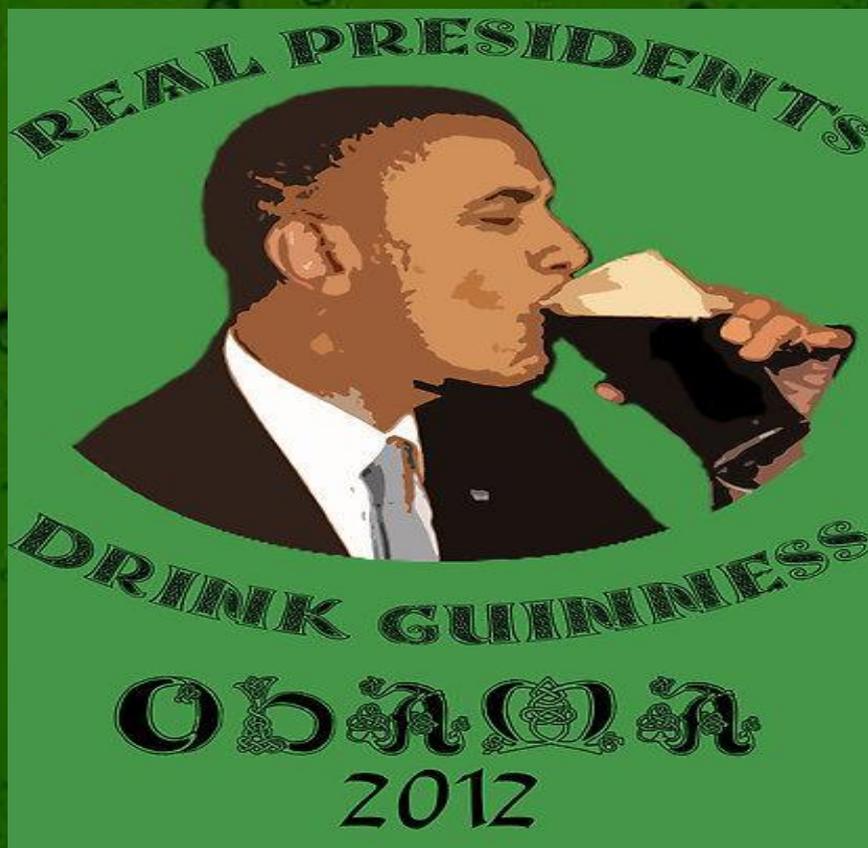
Пиво — это душевно!



**Пиво греховно, а значит втройне
желаемо!**



Президент одобряет пиво!

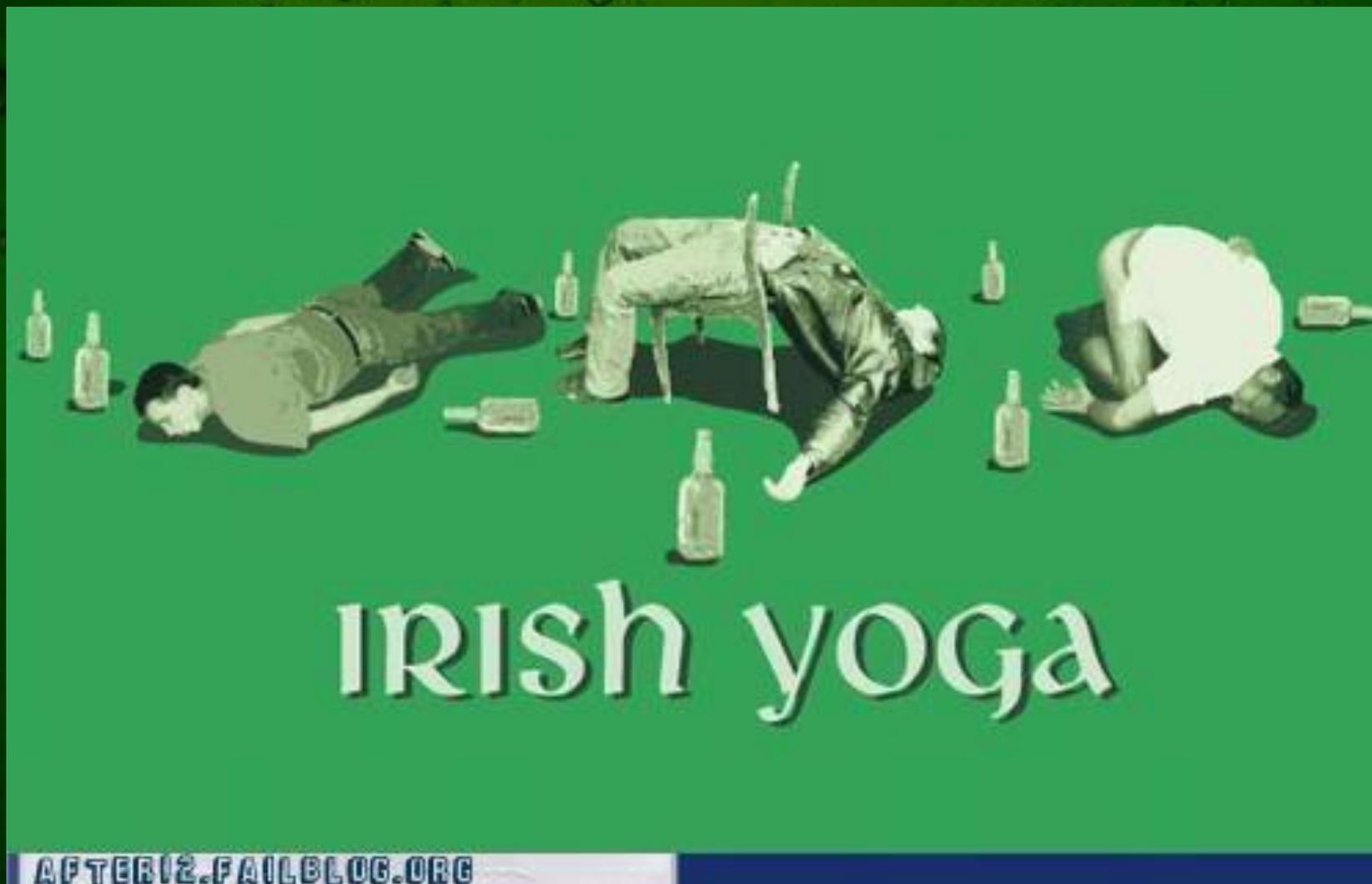


Стоп, обاما?.. Хуевый аргумент, забудь про него!

У пива есть свой собственный
праздник!



Пиво — это спортивно!



И наконец.. Пиво — это мокро!



Убеделся, что все любят пиво?

АРГУМЕНТНЫЙ



АРГУМЕНТ

risovach.ru

Ну и чо теперь?

Пиво само в глотки не нальется! А может и нальется, но какая нам разница, мы ведь хотим денег заработать а не бухать.

А что нужно для того чтобы заработать денег? На этот вопрос я отвечу по пунктам. И так, приступим.

Картинки кончились, начинаем долго и нудно читать! Ура!

ХОРОШЕЕ МЕСТО

К сожалению законодательство ставит нас в жесткие рамки по выбору места торговли пивом. Существует перечень мест, где нельзя продавать никакие спиртные напитки, в том числе и пиво. Это детские, образовательные, медицинские организации, объекты спорта, а также прилегающие к ним территории. Сюда же относятся оптовые и розничные рынки, вокзалы, аэропорты и прочие места массового скопления граждан и нахождения источников повышенной опасности. Также под запрет попадают военные объекты, прилегающие к ним территории, все виды общественного транспорта, остановки, автозаправки и организации культуры. Данный перечень приведен в пункте 2 статьи 16 Закона № 171-ФЗ и действует с 22 июля 2011 года.

ХОРОШЕЕ МЕСТО

От расположения точки напрямую зависит прибыльность. 60-70% первых покупателей это просто случайные прохожие. Позже, благодаря рекламе, появляются постоянные клиенты, но сначала их нужно привлечь. Для этого необходимо расположение в спальном районе. Почему? Да потому что живое и разливное пиво обычно покупают домой, после долгого трудового дня, чтобы неторопливо выпить его на диване. Но никак не в центре города, где куча ларьков и бутылочного пива или в бизнес-центре. Логично, а?

ХОРОШЕЕ МЕСТО

Как мы выяснили, место должно находиться рядом с хорошим потоком наших милых сердцу покупателей. Но нам повезло, мы живем в спальном районе и можем выбрать место близко от дома и не придется каждое гребаное утро вариться в гребаной маршрутке по гребаной жаре. Да и в конце концов, ты в курсе что в летнее время такое предприятие приносит ОГРОМНЫЙ доход? Так значит ты купишь тачку и тебе больше никогда не придется ездить на гребаных маршрутках!!!

ХОРОШЕЕ МЕСТО

Место должно быть хорошим не только снаружи, но и внутри. А это значит что в помещении должно быть чисто, там не должно вонять. Нужно такое помещение, в котором приятно находится. И в этом помещении все должно говорить о пиве! Необходимо создать атмосферу не просто магазина пива, а места, где приветствуется культура питья. И чтобы создать такое место требуется ремонт. Конечно и естественно своими руками. Но об этом позже.

ХОРОШЕЕ МЕСТО

Прошерстив авито и подобные ресурсы я пришла к выводу что аренда торгового помещения будет стоить овер дохуя. На первый взгляд. Ну а что делать?

В среднем аренда помещения метражом 30м² (чего более чем достаточно) обойдется в 30 гребаных тысяч рублей. Может в 40. Может в 20. Это как повезет. Пожалуй, аренда помещения это самая большая загвоздка в этом деле, и выбирать место нужно крайне осторожно, дотошно и долго.

Дальше — хуже!

• Я уже подумываю что это может стать нашим девизом.

• Что нужно, чтобы место стало реально щачло пяне приятным?

• **РЕМОНТ.**

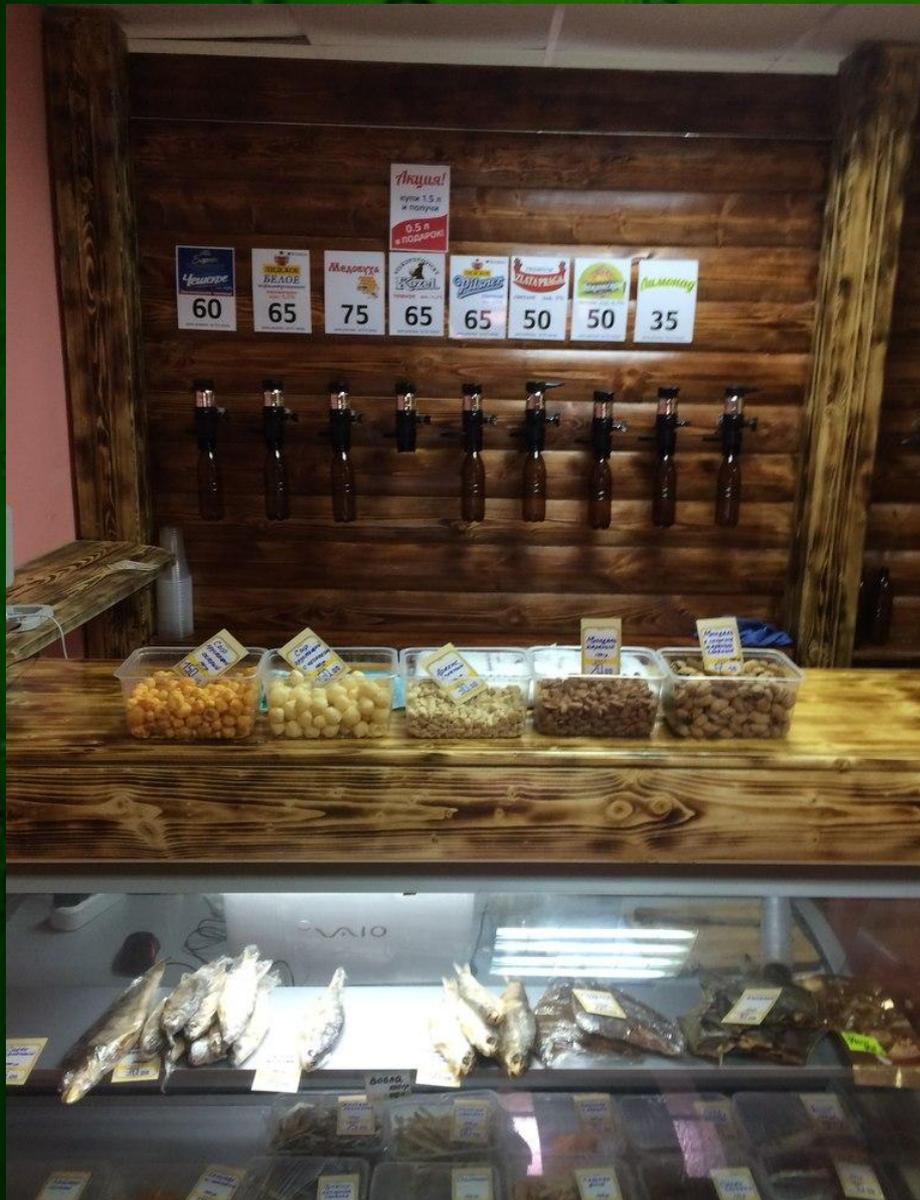
РЕМОНТ

Мне кажется что это самое простое. Ну херли тут трудного? Думать-то не надо, взять перфоратор, молоток и ебашь хардкор! Отделка помещения обойдется в 35-40 тыщ, что печально. Вкладывать деньги вообще печально, не правда ли? Ведь отрываешь кровные от себя, а эта самая «огромная прибыль» еще так далекооо... ну знаешь, грамотное вложение отбивается за пару месяцев! Если человек не готов ждать, то о чем разговор? Разговор ни хера не об этом, а о ремонте.

РЕМОНТ

Нам чертовски повезло с твоим папой! Во-первых он же мастер делать охуенную мебель, не так ли? Во-вторых он наверняка знает где брать материалы дешевле. Да мы с его помощью такой ремонт забабахаем что посетители не захотят уходить из нашего магазина и будут проситься ночевать в нашей превосходной деревянной стойки!

РЕМОНТ



- Зацени! Ну разве это не прекрасно? Это сделал человек, который сам первый раз взял в руки инструменты и ничего не умел. А теперь представь что можешь сделать ты сам?..
- Много, много лучше!

Ну и?

Не зевай! Что еще
нужно для
открытия пивного
бутика?

*ПИВО,
ЧЕРТ ЕГО ДЕРИ!*



ПИВО

Какие-то люди считают что оптимальное количество сортов 12-15, дабы наши драгоценные алкашики могли выбирать, каким видом пошла сегодня потешить свою циррозную печень. Так давай же предоставим им такую возможность!

Пива ведь очень много, и насколько разнообразнее будет наш товар, настолько мы и расширим свою целевую аудиторию! Светлое, темное, нефильТРованное, живое, мертвое, сидр, медовуха конце концов.

Больше сортов — больше клиентов —
больше бабла!

ПИВО

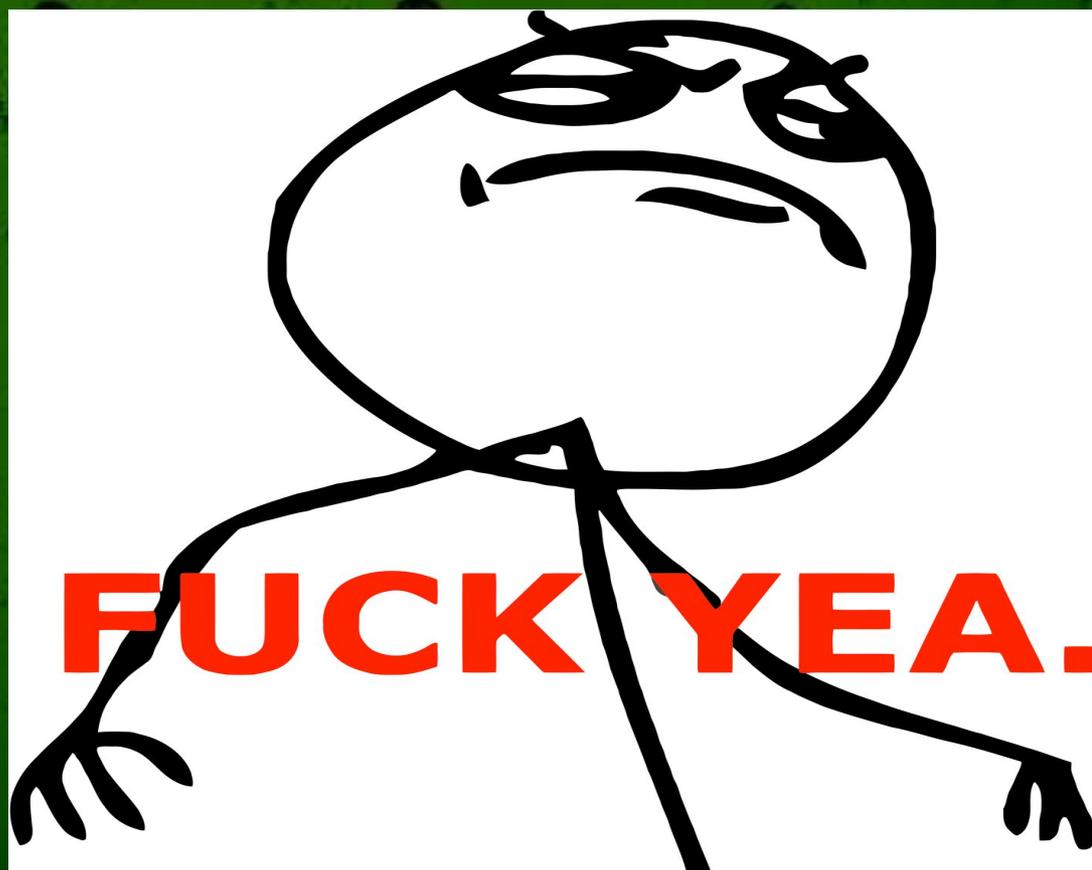
Ну так почему бы нам не затариться туевой хучей сортов пива?

Потому что срок годности разливного пива составляет от 2-х до 4-х дней в зависимости от условий хранения.

Жадность погубит этот бизнес, лучше распродать все, чем вылить половину! Поэтому закупать пиво у поставщиков придется примерно каждые три дня. И по чуть-чуть. Кстати да, а где взять этих поставщиков?..

ПИВО

НИГДЕ! ПОТОМУ ЧТО Я УЖЕ ИХ НАШЛА!



СОБАКА

- **«Пивная Компания» предоставляет:**
 - **Постоянный запас продукции на складе в Ростове-на-Дону;**
 - **Соблюдение договорных обязательств;**
 - **Своевременное исполнение заказов;**
 - **Своевременную доставку.**
- И это еще не все няшки! Но об этом ПОТОМ.**

Не в ладошки же пиво наливать?

Еще нам потребуется оборудование. Или ты думаешь что пиво в пятилитровых банках привозят? И разливают в ручную? А хранят в холодильнике? Нифига подобного, розлив, обработка и хранение пива это трудоемкий технологический процесс. Именно поэтому пиво не прокисает за пару часов, а долго остается свежим, пенистым и насыщенным.

Хвала
современным
технологиям!



ОБОРУДОВАНИЕ

Из личного опыта вытаскиваем инфу про всякое проф. Оборудование и ужасаемся. Ювелирный станок стоит порядка 3 лямов! Оборудование для печати около 350 тысяч! Да вы что, охренели там?!

Но нам повезло, и только для пивной торговли оборудование стоит сравнительно дешево!

ОБОРУДОВАНИЕ

краны для розлива — 1100 рублей/штука

пеногаситель 2000 — 7,500 рублей

Охладители — цена зависит от количества сортов. Самый большой, на 14 сортов — 41,000; на 12 сорт — 31,000; на 10 — 29,000 и т. п.

Холодильник 20,000 — 30,000 рублей.

Ну и конечно-же куча всяких трубочек-хуюбочек, редуторов, шлангов, хомутов, тройников...

ОБОРУДОВАНИЕ



**Боже, как дорого, нахер я вообще за это
взялся?!**

ОБОРУДОВАНИЕ

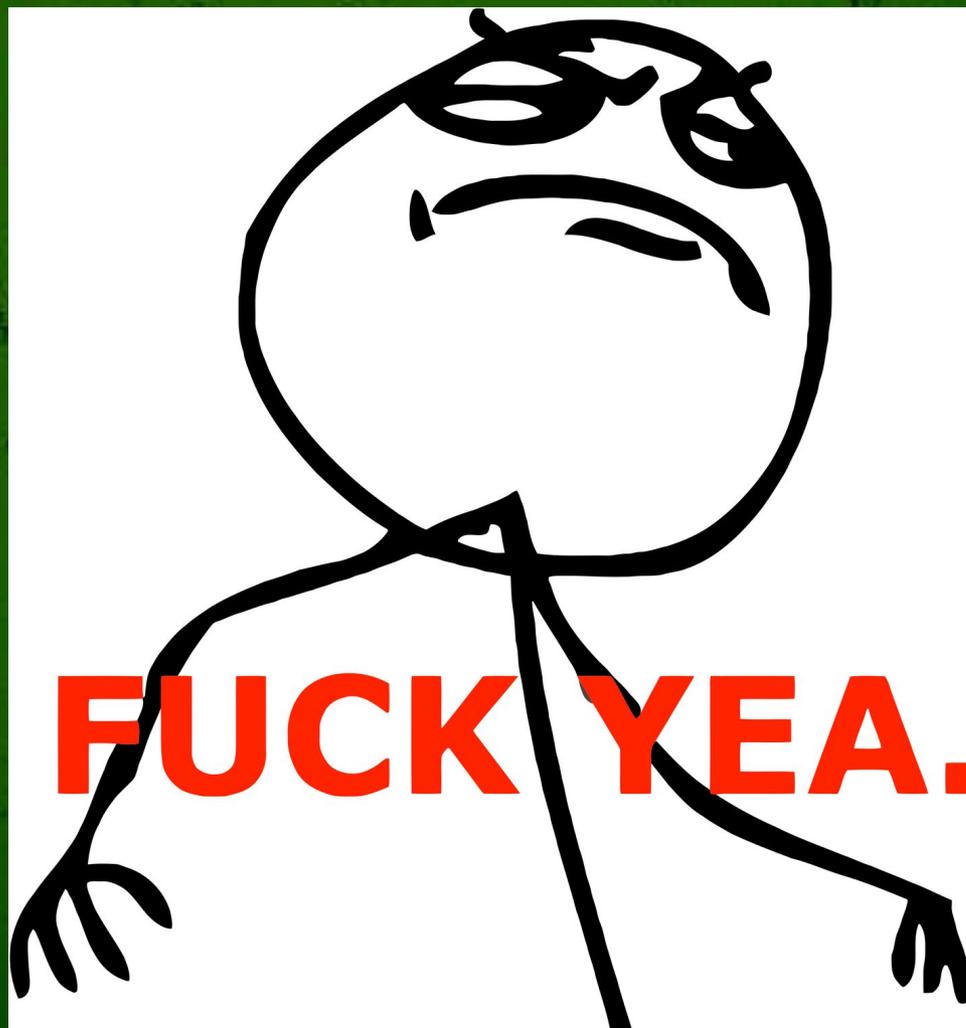
Но тебе повезло, ведь у тебя есть я!

Наверняка ты сейчас подумал «Да уж повезло, чем ты можешь мне помочь, только деньги тратишь»

А вот и нет!

Ведь я твоя умница и нашла таких поставщиков, которые... тадам!... дают большую часть дорогостоящего оборудования в аренду своим реализаторам!

ОБОРУДОВАНИЕ



ОБОРУДОВАНИЕ

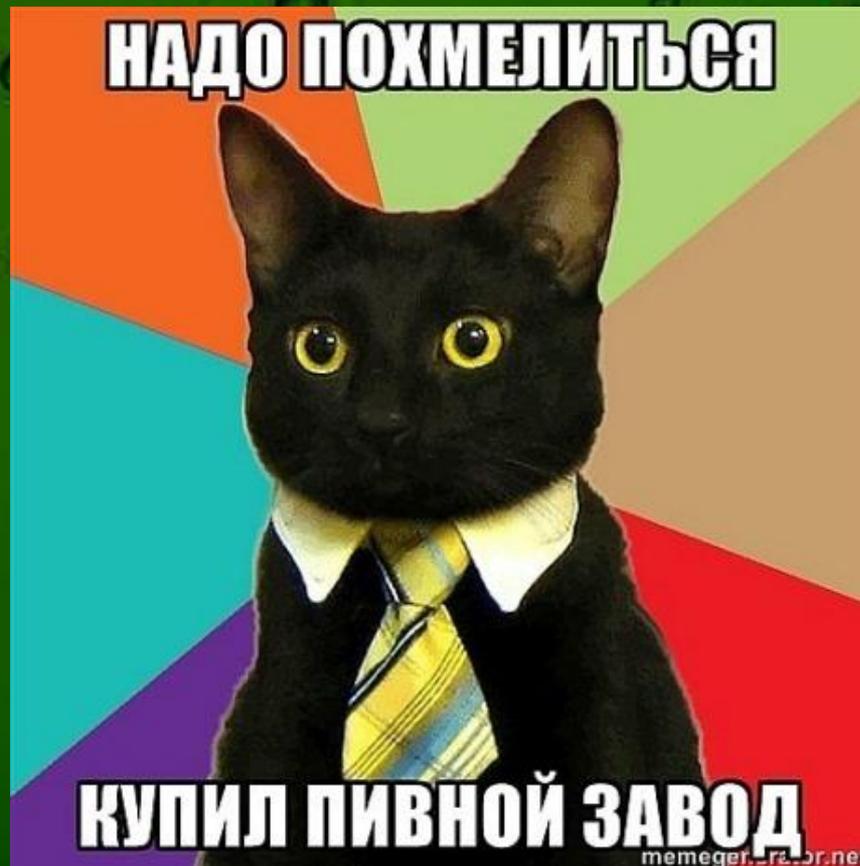
«Пивная компания» предоставляет:
обеспечение ПЭТ тарой и другими
упаковочными материалами;
предоставление рекламной продукции.

Предоставляем в аренду пивное
оборудование для розлива пива в ПЭТ
тару, также выполняем:

монтаж-демонтаж и техническое
обслуживание оборудования;

ОБОРУДОВАНИЕ

Но самое приятное что они нас всему обучат. Такие дела. Все на мази!



ВСЯ ЭТА ФИГНЯ БЕСПОЛЕЗНА

**Без свежего куска рекламы! Всякие
вывески, лайтбоксы и прочее очень
важны. Ибо без них вероятность успеха
КРАЙНЕ МАЛА**



РЕКЛАМА

Если тебя не капли не зацепила эта презентация и не заставила задуматься, то я хреновый рекламщик. Но это не так, не правда ли?

О черт, да меня вырастила женщина, которая крутилась в кругах рекламного бизнеса **20** лет! Я знаю о чем говорю, ибо это у меня в крови!

РЕКЛАМА

Первый мой опыт в сфере рекламы был в восьмом классе. Тогда я прекрасно себя проявила. ФинЭк (институт) проводил для школ такую образовательную программу -учебные фирмы. Каждая школа, которая принимала в этом участие составляла команду из 5-10 человек и создавала фиктивную фирму с виртуальным товаром и деньгами. Вся эта херня оформлялась на настоящих бумажках, мы выписывали чеки, заполняли декларации, платили зарплату и конечно же у каждого члена группы была своя должность.

РЕКЛАМА

Угадай, какую должность я занимала? У меня их было ДВЕ. Специалист по связям с общественностью и менеджер по рекламе. Круто, да? Более чем, потому что мы добились огромных результатов! Итоги всего этого конкурса проводились на европейском уровне, в городе Роттердам, провинции Нидерландов на Экономической Ярмарке где еще триста (о боже, три сотни!) таких же команд как наша с разных стран соревновались в искусстве предпринимательства.

САМОРЕКЛАМА

А теперь представь.. две недели в европе, три дня ярмарки, дикое волнение. Мы выживали как могли!

И ЭТО ВИН! МЫ ВОШЛИ В ДВАДЦАТКУ ПОБЕДИТЕЛЕЙ!

Наша команда была восхитительно результативной, сама принцесса Нидерландов обратила на нас внимание.

И это наглядный результат, который не требует более слов.

САМОРЕКЛАМА

Повторный опыт в сфере рекламы я получила работая журналюгой в газете «Рестораны Петербурга». В мои обязанности входили: поиск клиентов, переговоры с ними, составление заказа, полное моделирование рекламного блока от дизайна до слогана, фотография, размещение непосредственно в газете и сдача в типографию и даже написание статей.

Какого хрена вообще делал мой начальник?!

САМОРЕКЛАМА

Подводя итог этой рекламной кампании могу сказать одно — решать тебе. Эта презентация и попытка самораскрутки как специалиста рекламы настолько убедительны, насколько хороши мои способности, а дать им адекватную оценку можешь только ты!

Итог

Я прошерстила много литературы, убила на это не один час. Я нашла человека, который открывал такую же хрень, поднялся на этом и открыл еще три точки. Я готова бегать по инстанциям и собирать документы. Этот бизнесмен готов помочь советами.

Но главное, чтобы идея нравилась тебе, ведь нет ничего хуже заниматься нелюбимым делом!