## Резюме проекта

Шоу-румы пришли к нам из-за рубежа пару лет назад и как раз сейчас набирают популярность у ценителей эксклюзивной и дизайнерской моды, подкупая своим особым подходом к покупателям. Здесь не продается одежда из масс-маркета, нет очередей на кассе или в примерочную, вещи не лежат хаотично на полках. В шоу-румах домашняя обстановка и улыбчивые продавцы, есть удобные диванчики и кофе, атмосферный интерьер и приятная музыка, а одежда – в единичном экземпляре и в оригинальном исполнении.

Идея бизнеса – открыть шоу-рум в городе с населением от 500 тыс. человек. В бизнес-плане раскрывается концепция проекта, материальные затраты, приводится список необходимого оборудования и персонала, а также пример расчета выручки, прибыли и рентабельности. Бизнес-план может использоваться в качестве рабочего инструмента для открытия шоу-рума, привлечения дополнительных инвестиций, анализа расходов и доходов предприятия, возможных рисков.

Данный вид бизнеса будет приносить доход предпринимателю от продаж дизайнерской одежды, выполненной начинающими, талантливыми мастерами, коллекции которых пока не берут в бутики, брендовые магазины. Ежемесячно планируется делать продажи на 780 тыс. рублей и больше, на расходную часть будет уходить 698 тыс. рублей, остальное прибыль. Часть прибыли первое время будет уходить на покрытие собственных стартовых вложений, которые составят 814 тыс. рублей. Окупаемость проекта – 10 месяцев.

Для реализации задуманной бизнес-идеи потребуется зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Этого достаточно, чтобы заключать договоры с дизайнерами, осуществлять сделки с частными лицами. Для оформления в налоговый орган необходимо будет подать заявление, копию ИНН и паспорта, квитанцию об оплате госпошлины.

Перед запуском проекта потребуется определиться с форматом шоу-рума, товарной линейкой, целевой аудиторией, изучить потребности потенциальных клиентов, преимущества и недостатки конкурентов, возможности для продвижения. Предстоящие шаги предпринимателя: сбор документов и регистрация бизнеса, разработка названия и стиля шоу-рума, налаживание контактов с дизайнерами, поиск подходящего помещения и его оформление, запуск рекламной кампании, закупка мебели, наем персонала.

## Анализ рынка

В Европе и США шоу-румом принято считать пространство для показа новой коллекции одежды от брендового производителя, обычно здесь потенциальные покупатели только знакомятся с товаром, но не покупают его. В дальнейшем они могут заказать понравившуюся модель под свои размеры. При этом попасть в такой выставочный зал крайне сложно: он доступен только избранному числу лиц по записи или приглашениям. Целевая аудитория проекта: женщины от 20 до 45 лет с достатком выше среднего, которые следят за собой, ходят в салоны красоты, спортивные клубы, СПА, к косметологам.

В России шоу-рум часто понимается совсем иначе. В некоторых случаях это действительно может быть студия с продукцией от крупного производителя или поставщика. Но в основном это место демонстрации и продажи вещей от малоизвестных дизайнеров. Здесь могут продаваться единичные экземпляры от одного или нескольких мастеров, осуществляться пошив понравившихся моделей.

Такой бизнес не слишком распространен, потому что требует понимания моды и тенденций, чувства вкуса и знакомства с дизайнерами, модельерами, элитной ячейкой общества. При таком подходе шоу-рум часто рекламирует сам себя через «сарафанное радио», но для этого необходимо заручиться поддержкой уважаемых в сфере моды и искусства людей, лидеров мнений, блогеров.

Преимущества шоу-румов:

* Одежда, представленная в штучном экземпляре в оригинальном исполнении.
* Особый подход к каждому клиенту – подбор подходящего образа, посещение по записи, индивидуальный подход, кофе/чай.
* Необычная атмосфера: стильное оформление, приятная музыка и аромат.
* Возможность подобрать полный комплект одежды: платье, костюм, аксессуары, обувь, создать завершенный образ.
* Услуга доставки одежды на дом при покупке нескольких вещей.

Возможные риски при открытии шоу-рума:

* Подорожание тканей и изделий легкой промышленности. В этом случае придется повышать цены на товар или сокращать расходы бизнеса.
* Появление на рынке прямого конкурента. Необходимо разработать уникальное предложение, выгодно отличиться от конкурентов, подобрать уникальную коллекцию одежды, выстроить лояльные отношения с клиентами.
* Падение спроса на эксклюзивную дизайнерскую одежду в пользу масс-сегмента. Для снижения риска нужно постоянно следить за модой и тенденциями, проводить опрос, посещать показы и выставки.
* Сезонный спад на товар. Его можно предотвратить хорошо продуманной рекламной кампанией, акциями, распродажами.
* Повышение платы за аренду. Лучше заранее рассмотреть несколько возможных вариантов для шоу-рума и иметь их в запасе.
* Неверная оценка товара: слишком низкие или высокие цены. Следует изучить материальные возможности и запросы ЦА.
* Неверная раскладка одежды и неграмотное использование пространства. Необходимо заранее изучить поведение потенциальных покупателей и правила раскладки вещей.
* Неправильно подобранный персонал. Лучше брать людей с опытом и составить подробную инструкцию по обслуживанию клиентов. Первое время можно контролировать их с помощью тайных покупателей.

## Концепция

Планируемый шоу-рум будет работать по следующей модели: в пространстве будут выставляться коллекции начинающих талантливых дизайнеров для розничной торговли, все вещи можно будет примерить и купить сразу или же некоторые модели одежды можно будет заказать по своим меркам и с индивидуальными деталями за более высокую цену. Часть вещей шоу-рум будет предлагать взять напрокат за отдельную плату. Такие вещи можно будет заказать онлайн, выбрав их в каталоге в соцсетях, или же приехать и забрать в самом пространстве после примерки.

Дополнительные услуги за отдельную стоимость: доставка товара на дом, профессиональная фотосессия в новом образе в пространстве шоу-рума, профессиональный макияж перед фотосессией.

В шоу-рум можно будет попасть только по предварительной записи: так, чтобы каждый клиент обслуживался консультантом-стилистом индивидуально, в течение 1-1,5 часов. За это время клиент сможет посмотреть все предложенные модели, примерить понравившиеся вещи, при желании заказать наряды по меркам, попить кофе/чай или попозировать фотографу.

Шоу-рум будет предоставлять своим текущим клиентам услуги онлайн-стилиста, который сможет проконсультировать покупателя через соцсети или WhatsApp. В функции такого помощника, роль которого выполняет сам консультант-стилист, входит: помощь в выборе подходящего наряда, советы по уходу за вещами, консультация в подборе аксессуаров или обуви.

Несколько раз в месяц в шоу-руме будут проходить платные мастер-классы и встречи с дизайнерами и экспертами в фэшн-индустрии: знакомство с трендами в одежде и макияже, советы по стилю и подбору гардероба, мастер-классы по макияжу и прическе. Гости получат угощения, возможность поучаствовать в розыгрыше сертификата на покупку или выездную фотосессию.

Шоу-рум будет занимать помещение на первом этаже новостройки в районе домов с квартирами бизнес и элит-класса, площадь помещения 80-100 кв. метров. Оформление в стиле «лофт»: белые кирпичные стены, потолок и пол светлых оттенков, лиловые и серебряные детали интерьера (диванчик, журнальный стол, светильники, примерочная, зеркало, шторы, фото в рамках, вазы, скульптура). В пространстве будет несколько зон: по периметру зала будут стоять металлические витрины-вешалки с одеждой, в центре – диван со столиком, где можно будет попить кофе, в углу – примерочная. Одна часть стены будет оформлена для фотосессий. В случае встреч и мастер-классов вещи будут чуть ближе сдвигаться к стене, а по центру будут расставляться стулья для 10-15 слушателей.

Одно из окон будет являться витриной шоу-рума, где будут располагаться лучшие вещи из коллекции. На стекле будут указаны преимущества шоу-рума, афиша мероприятий, ссылка на соцсети с полными каталогами вещей, контакты для записи в шоу-рум.

## Закупка оборудования

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Предмет | Количество | Траты, руб. |
| Стойка для вещей | 7 | 24 тыс. |
| Примерочная (кронштейн, шторы, крючки) | 1 | 6 тыс. |
| Зеркало | 2 | 6 тыс. |
| Диван | 1 | 10 тыс. |
| Стол журнальный | 1 | 5 тыс. |
| Полка | 6 | 3 тыс. |
| Вешалка | 70 | 3 тыс. |
| Манекен | 2 | 30 тыс. |
| Кассовый аппарат или терминал | 1 | 10 тыс. |
| Стойка-ресепшн | 1 | 40 тыс. |
| Сейф | 1 | 10 тыс. |
| Стул складной | 15 | 15 тыс. |
| Отпариватель | 1 | 5 тыс. |
| Детали интерьера |  | 33 тыс. |
| Итого |  | 200 тыс. рублей |

## Маркетинговый план

При продвижении шоу-рума перед предпринимателем будут стоять следующие задачи: создание положительной репутации предприятия; выделение его на фоне конкурентов за счет престижности, сервиса, качества товара, предоставления дополнительных услуг; информирования потенциальных клиентов о предоставляемых товарах и услугах, поддержки обратной связи с покупателями, анализа и поддержания модных тенденций.

Планируется применить следующие PR-технологии:

* Брендинг или создание узнаваемого эмоционального образа компании.
* Создание благоприятного имиджа с клиентоориентированным характером.
* Выстраивание отношений со СМИ в сфере моды.
* Продвижение в соцсетях «ВКонтакте» и «Инстаграм».
* Проведение специальных событий: праздники, встречи, мастер-классы, конкурсы, презентации, показы мод, творческие вечера.

Предстоит сделать яркое открытие шоу-рума при участии блогеров, фотографов, известных людей в сфере моды, лидеров мнений, организовать угощения и выступления артистов/музыкантов.

В дальнейшем планируется раз в 1-2 месяца проводить модные показы с перфомансом, на которые будут приглашаться СМИ, блогеры, специальные гости, дизайнеры. На первом этапе не планируется создавать массивный сайт, достаточно одной странички-визитки с фото коллекций, событиями и контактами, активно будут использоваться соцсети, но в дальнейшем при удачной раскрутке на сайте появится каталог вещей, описание услуг, анонсы и фото событий, статьи о моде.

В соцсетях будут размещаться посты с актуальной информацией о проведении событий и мастер-классов, фото моделей в нарядах шоу-рума. Для вовлечения аудитории будут проводиться опросы на лучший образ, тренд сезона, демонстрироваться новинки студии, приглашаться гости и проводиться встречи по актуальным для современной моды вопросам. Кроме того, будут размещаться фото посетителей шоу-рума и фоторепортажи с мероприятий, проводиться викторины и конкурсы с подарками, проводиться совместные акции с дизайнерами и партнерами, прямые эфиры с дизайнерами, стилистами.

Еще один способ продвижения шоу-рума сотрудничество с блогерами, которые в обмен на фэшн-съемку в одежде студии, эксклюзивное интервью с дизайнером, прокат одежды, плату сделают статью/видео о шоу-руме. Лучшая реклама для студии – «сарафанное радио». Лояльное отношение клиентов можно заслужить качественным обслуживанием, оригинальной и постоянно обновляемой коллекцией одежды, интересными и полезными мероприятиями.

## Организационный план

Для реализации проекта потребуется нанять двух консультантов-стилистов, которые будут работать в шоу-руме посменно 2/2 с 11:00 до 22:00 и принимать ежедневно до 9 покупателей. Требования: образование в сфере дизайна, искусства, менеджмента, навыки и опыт в продажах, знание фэшн-индустрии, знание и понимание продукции, общительность, грамотная речь, креативность, ответственность, инициативность, вежливость. Обязанности: прием, отпаривание и выставление товара, индивидуальное обслуживание клиентов, консультирование по модным трендам, помощь в создании образа и стиля, выполнение плана продаж, работа в соцсетях, участие в жизни магазина. Консультанты будут получать стандартный оклад и процент от продаж.

Периодически будет привлекаться фотограф для съемок клиентов и событий, новых поступлений одежды в шоу-рум и моделей в одежде, создания иллюстраций для постов. Требования к фотографу: умение делать съемку в помещении, постановочную и предметную съемку, наличие собственного фотоаппарата и других приспособлений (оборудование должно быть качественным и современным, чтобы снимки получались яркими и сочными), интерес к фэшн-индустрии. Сам предприниматель будет заниматься бухгалтерией, продвижением студии, налаживанием связей с дизайнерами, стилистами, экспертами, маркетинговой стратегией, сотрудничеством со СМИ, блогерами, сообществами в соцсетях, организацией мероприятий.

Штатные сотрудники:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Должность | Количество человек | ФОТ |
| Консультант-стилист | 2 | 60 тыс. рублей |
| Фотограф | 1 | 35 тыс. рублей |
| Уборщица | 1 | 10 тыс. рублей |
| ИТОГО | 4 | 105 тыс. рублей |
| ИТОГО с налогами и страховыми взносами |  | 139 тыс. рублей |

## Производственный план

Шоу-рум будет работать ежедневно с 11:00 до 22:00. Попасть в него можно только по предварительной записи, позвонив по телефону или написав в соцсетях. Консультант-стилист принимает одну клиентку за 1- 1,5 часа. За это время она успевает посмотреть одежду, примерить понравившиеся наряды и попозировать фотографу при предварительном заказе съемки (это уточняется при записи). Клиент может приобрести вещи или взять часть вещей напрокат, а также заказать доставку вещей на дом в течение дня.

Для пополнение шоу-рума нарядами предприниматель заранее закупает их у 5-9 начинающих дизайнеров. При этом одежда должна быть для женщин 20-45 лет в разной цветовой гамме и стилистике.

### Стартовые расходы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Этап проекта | Дата этапа | Расходы, руб. |
| Регистрация ИП | Июль | 4 тыс. |
| Ремонт помещения | Август | 80 тыс. |
| Создание групп в соцсетях, реклама | Август | 70 тыс. |
| Закупка мебели | Сентябрь | 200 тыс. |
| Закупка первой партии нарядов | Сентябрь | 400 тыс. |
| Наем персонала | Сентябрь | 10 тыс. |
| Открытие проекта, перфоманс | Октябрь | 50 тыс. |
| Все этапы проекта | Июль—октябрь | 814 тыс. |

### Ежемесячные расходы

|  |  |
| --- | --- |
| Статья расхода | Требуемые средства |
| Аренда помещения 80-100 кв. м. с КУ | 130 тыс. |
| ФОТ | 139 тыс. |
| Закупка товаров | 300 тыс. |
| Реклама, мероприятия | 50 тыс. |
| Кофе, чай, сладости | 10 тыс. |
| Хозяйственные расходы | 5 тыс. |
| Прочие расходы | 50 тыс. |
| Общие расходы без налогов | 684 тыс. |

При ежемесячном доходе в 780 тыс. рублей и расходе 684 тыс. рублей налог УСН 15% составит 14,4 тыс. рублей. Таким образом, итоговые ежемесячные расходы составят 698,4 тыс. рублей. За год выйдет 8,38 млн рублей.

## Финансовый план

За месяц шоу-рум посетят 210 330 человек, покупки, в среднем, сделает каждый второй-третий, то есть 120 клиентов. Средний чек покупки каждого из них составит примерно 6,5 тыс. рублей. За месяц это даст выручку в 780 тыс. рублей, за год – 9,36 млн рублей.

Переменные затраты проекта: 814 тыс. рублей.

Постоянные затраты проекта: 698,4 тыс. рублей/мес., или 8,38 млн рублей/год.

Точка безубыточности за первый год работы складывается из произведения выручки и постоянных затрат, которые делятся на разницу выручки и переменных затрат:

(9,36 млн х 8,38 млн) / (9,36 млн – 0,814 млн) = 9,2 млн рублей.

Прибыль за месяц: 780 тыс. рублей – 698,4 тыс. рублей = 81,6 тыс. рублей.

Прибыль за год: 81,6 тыс. рублей х 12 = 979,2 тыс. рублей.

Рентабельность = прибыль / выручка х 100% = 81,6 тыс. / 780 тыс. х 100% = 10,4%.

Окупаемость = стартовые вложения / прибыль за год = 814 тыс. / 979,2 тыс. = 10 месяцев.

Доходность = прибыль / стартовые вложения х 12 / 1 х 100% = 120%.

## В итоге

Сегодня идея открытия шоу-рума в крупном городе с населением от 500 тыс. человек выглядит перспективной: все больше людей следит за собой и модой, стремится выделиться среди остальных своим индивидуальным и оригинальным внешним видом. Шоу-рум обладает привлекательной элитарностью, играет роль некоего закрытого клуба, где стилист обслуживает только тебя, нет очередей, шопинг сочетается с общением и досугом, есть доступ к закрытым мероприятиям и встречам с известными в сфере моды людьми.

На открытие шоу-рума потребуется потратить 814 тыс. рублей, средства уйдут на ремонт помещения, покупку мебели и партии одежды. Здесь очень важно подобрать коллекции от талантливых дизайнеров, вещи которых отличаются качеством, эксклюзивностью, уникальностью, и наладить с ними долгосрочные отношения. Первые месяцы придется много сил и средств вложить в раскрутку предприятия с помощью привлекательных событий, но это поможет набрать пул из 120 клиентов ежемесячно. При среднем чеке 6,5 тыс. рублей выручка шоу-рума составит 780 тыс. рублей, а прибыль – 81,6 тыс. рублей. Вложенные средства окупятся уже через 10 месяцев.

Далее проект будет повышать прибыль за счет привлечения новых клиентов и повышения лояльности текущих с помощью рекламы в соцсетях, сотрудничества с блогерами, организации модных показов, встреч с дизайнерами и фэшн-событий. Эффективность работы бизнеса будет оцениваться по обороту компании с 1 кв. метра помещения, размеру среднего чека, потоку клиентов. Бизнес-план шоу-рума с расчетами в целом показал, что такой бизнес стоит открывать, если разбираешься в модной индустрии и хочешь в ней развиваться.