

## Бизнес план Шоу-рума

Шоу-рум – это новый для России вид бизнеса. В распространенном понимании – это небольшой атмосферный выставочный зал оригинальных, эксклюзивных нарядов, которые можно померить и приобрести, или же заказать пошив под себя. Такой формат магазина довольно распространен в Европе и Америке, в России же он только набирает популярность, особенно в Москве и Петербурге.

### 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 улыбочивые 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 Москва. 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 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.

Так как у меня уже открыто ИП, нужно только добавить/изменить ОКВЭДы,

Также сократит расходы и то, что есть тесное сотрудничество с Украинской мастерской. Покупка одной единицы одежды обойдется от 5 до 10 тыс рублей, в Москве продается с наценкой в 100% так как изделие в единственном экземпляре. Так делают практически все брендовые магазины.

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: 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 завершённый 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 отличаться 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 причёске. Гости получают 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 нами 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 руководитель 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:

$(9,36 \text{ млн} \times 8,38 \text{ млн}) / (9,36 \text{ млн} - 0,814 \text{ млн}) = 9,2 \text{ млн рублей.}$

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

Прибыль за год: 81,6 тыс. рублей  $\times$  12 = 979,2 тыс. рублей.

Рентабельность = прибыль / выручка  $\times$  100% = 81,6 тыс. / 780 тыс.  $\times$  100% = 10,4%.

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

Доходность = прибыль / стартовые вложения  $\times$  12 / 1  $\times$  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. Возможно даже быстрее исходя из экономии закупа в нашей мастерской. Закупить партию одежды у крупной компании или известного дизайнера. обойдется в разы дороже, чем наладить поставку одежды из Украины в Москву. На примере Цума: свадебное платье они продают за 80.000 руб, а закупают за 6.000 руб.

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.