

эксперты



Геннадий Наточкин генеральный директор группы компаний «НижБел»

По мнению специалистов, практически любой бизнес-проект в транспортной сфере изначально обречен на успех. И открытие магазина автозапчастей не является исключением. Первоначальные вложения, требуемые для старта-апа составляют порядка 2 млн. руб. При этом минимальный срок окупаемости всех инвестиций равен 1,5 года.

Для эффективного старта предпринимателю необходимо учесть ряд факторов:

Специфика рынка

Главная проблема рынка автозапчастей - высокая конкуренция (во всех сегментах: «запчасти для иномарок», «запчасти для отечественных автомобилей», «расходные материалы»). С каждым годом игроков в данном бизнесе становится все больше. На сегодняшний день количество розничных магазинов составляет свыше 150. При этом оптовых компаний на порядок меньше. Не меньшими конкурентами являются и крупные торговые сети, в ассортименте которых появляются не только моторные масла, но и расходные материалы.

Как впрочем и для любого другого бизнеса, прошлый год был весьма не удачен. В течение 2009 года, из-за снижения покупательской способности населения, спрос на запчасти снизился на 10%. Автолюбители предпочитали тянуть до последнего, к примеру, если раньше замена масла производилась каждые 10 000 км, то во время кризиса каждые 15 000 км. Сейчас ситуация изменилась, и на рынке автозапчастей наблюдается увеличение продаж по всем позициям товара.



Место под магазин

Первое о чем стоит задуматься, открывая бизнес, - это поиск помещения. Важным фактором считается проходимость места будущей торговли. Поэтому, оживленная транспортная магистраль с интенсивным потоком транспорта наилучшим образом подходит для магазина подобного формата. Так торговая точка становится максимально доступна для целевой аудитории.

Вопрос арендовать или приобретать помещение зависит от желания и возможностей предпринимателя. С одной стороны, наличие собственного помещения снижают риски, связанные с арендой помещения (увеличение оплаты, расторжение договора). С другой, изменение транспортной схемы, дорожной разметки могут поставить оборот вашего магазина под угрозу. Если вы приняли решение арендовать торговые площади, считайте квадратные метры. Помещение должно быть необходимого размера – не больше и не меньше. Вся площадь магазина должна быть заполнена максимально, иначе лишние сантиметры могут съесть всю прибыль.

Сегмент рынка

Перед закупкой автозапчастей, предпринимателю стоит задуматься о выборе сегмента рынка. Для чего необходимо ответить на вопрос: на какие автомобили будет рассчитан этот магазин? Отечественные или иностранные, коммерческие или легковые. Конечный выбор зависит только от инвестиций, которые предприниматель готов вложить в свой бизнес.

Ассортиментная матрица

Определившись с местом расположения и сегментом, следует обратиться к оптовому продавцу запасных частей с просьбой посоветовать ассортиментную матрицу. В зависимости от формата и дистрибутора предприниматель получит рекомендации по минимальным товарным запасам, оборачиваемости, ассортименту. Но не стоит надеяться только на советы оптовика, самостоятельно проанализируйте работу аналогичных магазинов, которые находятся по соседству. Посмотрите, какой у них представлен ассортимент, как выстроено ценообразование, как ведется реклама. По результатам такого мониторинга, можно будет что-то позаимствовать у конкурентов, а также предложить своему покупателю более привлекательные цены. Помимо исследования магазинов автозапчастей, обратите внимание на близлежащие сервисы. По мнению специалистов, минимальный ассортимент магазина автозапчастей должен быть не менее 4000 позиций.

Оформление интерьера

Хорошо оформленный интерьер – один из способов повлиять на субъективное восприятие покупателем термина «качество». Само понимание «качество продукта» достаточно субъективно, о нем возможно судить только после тестирования товаров. Поэтому люди готовы платить больше, если качество будет материализовано в том или ином виде. Например, в запоминающемся необычном интерьере магазина или добродушном персонале. Дайте людям больше оснований испытывать радость от приобретения и тогда в вашем магазине никогда не будет дефицита в покупателях! Необходимое оборудование для торговли - это прилавки, пристенные стеллажи,

открытые витрины.