

эксперты



Марина Святова старший продавец магазина эксклюзивных подарков

Русские люди всегда славились своей щедростью, умением и желанием радовать подарками. Во всех сказках главные герои получали дары, которые выручали их, помогали и вели к заслуженному счастью — меч-кладенец, указывающий дорогу клубок, скатерть-самобранка и многое другое. И сейчас подарок, преподнесенный с искренними чувствами, будет дорог каждому человеку. А если презент сделан вручную, он просто переполнен позитивной энергией, ведь с плохим настроением хорошую вещь не создать. Зная это, люди и приходят в магазины авторских подарков.

Сказки в современном мире стали неактуальны, прагматизм нашего общества призывает не тратить время на поиски подарка, который придется по душе. Да и зачем? Всегда можно зайти в магазин с яркими пластмассовыми поделками из Китая. Марина Святова рассказывает, что покупателей, которые по-настоящему могут оценить подарки ручной работы, не так уж и много. Чаще всего это люди, которым за 30 лет, молодежь не видит необходимости в покупке hand-made украшений или сувенирной посуды. От этого и реклама в интернете не приносит ощутимых успехов. А вот пол покупателей значения не имеет, подарки покупают и мужчины, и женщины в равной степени. Поэтому рекламироваться выгоднее всего в СМИ. Также хорошим местом для привлечения покупателей становятся всевозможные ярмарки и выставки, которые проходят в Нижнем Новгороде не реже двух раз в месяц. Посещающие такие мероприятия - люди подготовленные, они знают, что хотят и умеют ценить эксклюзивные работы. Даже если не сделают покупку сразу, то, возможно, придут позже, когда возникнет потребность присмотреть подарки.

Авторская цена

Магазинов с подарками в Нижнем Новгороде достаточно, и может возникнуть ощущение, что этот рынок заполнен. Но, как делится Марина Святова, в большинстве случаев, это недорогие подарки «с приколами» и простенькие сувениры. А вот эксклюзивные вещи, выполненные руками мастеров, встретить можно не так часто. И особой конкуренции здесь нет. Да и вряд ли возможно перенасытить этот рынок, ведь человек — не конвейер и фабричными масштабами работать не сможет. По этим же причинам открыть сеть магазинов или филиалы в разных городах тоже вряд ли получится. Да и потом, чтобы открыть салон авторских подарков, нужно хорошо разбираться в различных направлениях искусства. Если не знать, что по-настоящему ценно, и какие работы более дорого-стоящие, могут возникнуть сложности с ценовой политикой и, как следствие, с покупателями. «Изначальную цену назначает автор работы, — делится Марина Святова, — и потом к этой сумме приплюсовывается наценка, которая меньше 70% не бывает. Оспаривать ценность работы творческих людей сложно, поэтому установленная цена принимается безоговорочно».



Как лучше

Организовать такой бизнес достаточно сложно. Первые же проблемы возникают из-за аренды помещения. Дело в том, что на первых порах лучше всего открываться на небольшой площади — 5-7 кв. м., но исключая отделы в торговых центрах. А найти отдельное помещение с таким метражом невозможно. Поэтому приходится искать площадь «с соседями». Но не каждый сосед подойдет магазину с эксклюзивными подарками. Вряд ли бизнес будет процветать, располагаясь рядом с автозапчастями или канцтоварами. «Лучше всего такие сувениры продаются в Нагорной части, — рассказывает эксперт, — но стоимость арендуемой площади в центре начинается от 900 руб. за м. Конечно, не все могут позволить себе платить столько за помещение, по-этому подыскивают «квадраты» в Заречной части». И вот в Заречной части есть смысл начинать свое дело с отдела в торговом центре, так как проходимость там больше. Также сложности могут возникнуть, если нет никаких связей с мастерами и ремесленниками, которые будут представлять свою продукцию на реализацию. Делать закупки у поставщиков слишком дорого. Но обычно найти авторов, которые поставляли бы свою работу для продажи, не так уж сложно. Марина Святова отмечает, что зачастую ремесленники - очень приятные и сговорчивые люди, и найти с ними общий язык легко.

Сложности бывают и в общении с клиентами, поэтому продавец для такого магазина требуется со знанием тонкостей авторской работы, хорошо разбирающийся в искусстве и умеющий подчеркнуть неоспоримые плюсы такого сувенира. Помогает продавцу в этом и обстановка, настраивающая покупателей на нужную волну. Если позволяют средства, для оформления салона стоит нанять специалиста. Также важно грамотно разложить предлагаемый товар и постоянно переставлять вещи, чтобы найти оптимальное место для каждого подарка. Здесь никак не обойтись без витрин, дополнительного освещения. Для того, чтобы изначально обеспечить магазин всем необходимым, найти хорошую площадь и нанять продавца, потребуется около 200 тыс. руб. В таком случае окупаемость придет через год. «Можно сэкономить на первоначальных взносах и обойтись суммой в два раза меньше, — делится эксперт, — но в таком случае «вставить на ноги» будет сложнее, и окупаемость может затянуться».

Подарочный сезон

В подарочном бизнесе очень важна сезонность. Несложно догадаться, что лучшие продажи приходятся на время всенародно любимых праздников — Нового года, 23 февраля и 8 марта. Открытие магазина за месяц перед любым из этих дней будет самым удачным. А вот апрель обычно бывает тяжелым: бывает, что за весь месяц нет ни одной продажи. Хотя надо быть готовым к тому, что первоначально и в лучшие дни три покупателя в день — это потолок. Эксклюзивные подарки стоят достаточно дорого, поэтому даже один покупатель может сделать выручку в 1,5 тыс. руб. Среднемесячный доход будет зависеть от многих факторов: и от «раскрученности» магазина, и от цен в нем, и от сезонности, а также от опытности продавца. Так, если учесть все особенно-сти и сложности, доход будет в среднем 30-40 тыс. р.

А кого-то цена может и отпугнуть, и тут играет роль профессионализм продавца. В его власти поговорить с автором работы и найти компромисс в цене или уменьшить стоимость за счет своей прибыли. Это стоит того, ведь индивидуальный подход поможет наработать постоянных клиентов, для которых можно приготовить что-то и на заказ. Как правило, если магазин напрямую работает с мастерами, то такая услуга для него не проблема. Правда, пользуются ей не так уж и часто, делится г-жа Святова, так как подобрать подарок можно на любой вкус и цвет. Обычно даже в небольшом магазине представлено не менее 200 единиц продукции. Предприниматели понимают, что чем больше будет различных предметов, тем привлекательнее магазин для покупателей. Поэтому среди товаров таких магазинов всегда есть украшения, посуда, сувениры, картины и многое другое.

«Создание такого бизнеса — дело нелегкое, но очень интересное, — подытоживает Марина Святова, — потому что по-настоящему хороших вещей, которые не потеряют своей ценности, не так уж много. А ручная работа в моде на века».