

# Открытие и продвижение розничной точки продаж при ограниченном бюджете

Борис Зак  
владелец розничных магазинов “Плюшкин-Вилль”



# Плюшкин-Вилль: магазин хенд-мейда

- **Дата открытия:** ноябрь 2015 года;
- **Количество:** 2 магазина в Москве;
- **Профиль деятельности:**
  - **Розничная торговля** подарками ручной работы;
  - **Сдача полок в аренду.**

*Плюшкин-Вилль - это магазин хенд-мейд изделий и подарков, который работает по уже формату аренды полки в шоу-руме. Если Вы шьете красивых кукол, мастерите оригинальные шкатулки, занимаетесь каким бы то ни было хэнд-мейдом и ищете место, где можно продать свои творения, добро пожаловать к нам!*



# Выбор помещения: ТЦ vs Street Retail и Шоу-Рум

<b>Торговый центр</b> <i>40-250 тыс.руб.</i>	<b>Street Retail</b> <i>120-300 тыс.руб.</i>	<b>Шоу-Рум</b> <i>20-40 тыс.руб.</i>
<b>Плюсы</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>● Трафик;</li><li>● Свой график (возможно);</li><li>● Проверки.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Высокий трафик;</li><li>● Свой график.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Низкая стоимость;</li><li>● Свой график.</li></ul>
<b>Минусы</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>● Высокая стоимость (возможно);</li><li>● График;</li><li>● Доп.условия.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Высокая стоимость;</li><li>● Соседи;</li><li>● Проверки.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Трафик;</li><li>● Соседи;</li><li>● Проверки;</li><li>● Реклама.</li></ul>



# Выбор помещения: критерии торгового центра

- **Тип ТЦ:** районный или выходного дня;
- **Трафик в ТЦ:** смотреть самим, спрашивать продавцов;
- **Соседи по ТЦ:** сетевики, ПВЗ, кафе, супермаркеты;
- **Удалённость** от метро, наличие автостоянки;
- **Населённость района:** количество, состав, много ли днём людей;
- **Реклама** внутри и рядом с торговым центром;
- **Дополнительные условия.**

*Аренда + Реклама = Затраты на помещение*



# Выбор помещения: где искать?

- Avito.ru;
- Cian.ru;
- Звонить в торговые центры;
- Ходить, ездить и искать.



# Реклама до открытия торговой точки

- Группы в социальных сетях: ВКонтакте, Facebook, Instagram:
  - Таргетированная реклама на подписчиков групп конкурентов;
  - Таргетированная реклама по критериям ЦА;
  - Реклама в **Яндекс.Директ**, **Google Adwords** можно с ссылкой на соцсеть.



# Реклама до открытия Плюшкин-Вилль

- **Основная реклама:** подписчики конкурентов в ВКонтакте
- **Целевая аудитория:**
  - Женщины 30+, замужние, с детьми, достаток средний и выше - 50%;
  - Девушки 17-29, студенты, творческие - 35%;
  - Остальные - 15%.
- **Цена за один клик:** 10-12 рублей;
- **Стоимость одного подписчика:** 40 рублей;
- **Бюджет в месяц:** 50 000 рублей;
- **Период рекламы перед открытием:** 2 месяца.



# Реклама после открытия торговой точки

- Группы в социальных сетях: ВКонтакте, Facebook, Instagram:
  - Таргетированная реклама на конкурентов;
  - Таргетированная реклама по критериям ЦА;
  - Реклама в **Яндекс.Директ Google Adwords** можно с ссылкой на соцсеть;
  - Реклама по гео-таргетингу в радиусе до 3 км: соцсети, Яндекс.Директ, смс;
  - **Скидки и акции:** для подписчиков + сбор контактов покупателей.





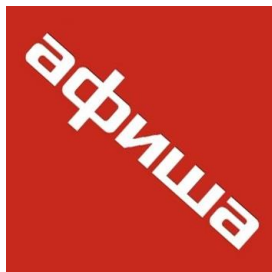
# Плюшкин-Вилль: результаты первого года работы

- Выход на самоокупаемость: со второго месяца после открытия;
- Окупаемость: 10 месяцев;
- Средняя ежемесячная прибыль: 47 000 рублей;
- Прибыль одного магазина с ноября 2016 г.: 120 000 рублей;



# Реклама после открытия: бесплатные инструменты

Карты	Инфо-порталы	PR
<ul style="list-style-type: none"><li>● Яндекс Карты;</li><li>● Google Maps;</li><li>● 2GIS.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Afisha.ru;</li><li>● 2do2go.ru;</li><li>● planengo.ru;</li><li>● gotonight.ru;</li><li>● и т.д.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Pressfeed.ru</li></ul>



# Поддержание отношений: соцсети и e-mail-рассылки

Соцсети	E-mail
<ul style="list-style-type: none"><li>● 2-6 постов в день;</li><li>● Посты о:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Товарах/услугах;</li><li>○ Полезных пользователю вещах;</li><li>○ Развлекательный контент;</li><li>○ Опросы и т.д.</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 1 раз в 2 недели;</li><li>● Писать об интересных вещах, а не только о товаре/услуге.</li></ul>



# Спасибо!

Борис Зак

8-929-652-43-90

b.zak@mail.ru

