Бизнес-план «Я получил 5 млн рублей и решил открыть собственное дело»

Я решил открыть производство мужских аксессуаров и одежды класса люкс с точками дистрибьюции в оффлайн и онлайн-магазинах. Современные мужчины все чаще уделяют внимание своему внешнему виду и пытаются сделать акценты на стильных и престижных вещах, которые выделят его среди других людей. Такими вещами становятся аксессуары: бабочки, платки, галстуки, браслеты, ремешки для дорогих часов или одежда с авторскими деталями.

Чтобы удовлетворить свое желание, покупатель идет в магазины брендовой одежды, даже на другом конце города, и ему не жалко отдать приличную сумму денег на эксклюзивную вещь, потому открытие магазина мужских аксессуаров в центре города с возможностью доставки ситуативно обосновано.

Центр города выбран в качестве места для продажи продукции из-за выгодного положения, удобного для жителей разных районов. Также повышается престижность торговой площади из-за рядом расположенных бутиков, магазинов известных брендов и винтажного фасада здания.

Еще миллион рублей отдам на покупку швейных машинок, установку производственной линии, наем рабочих на первое время, причем сотрудники будут набираться из числа студентов и выпускников техникума. Это позволит сэкономить значительную часть денежных средств и вырастить группу верных работников. Идет расчет на 20 750 тыс рублей зарплата на рабочих в месяц.

120 тыс рублей еще уйдет на оформление документации, 200 тыс рублей на покупку 28 швейных машинок – каждая стоит по 7 тыс рублей. 200 тыс рублей еще уйдет на косметический ремонт нового здания.

В позиционировании я буду делать акценты на исключительности вещей нашего бренда, на высоком качестве, на ручном труде и ограниченности лиц, способных купить наши вещи. В логотипе и брендбуке будут использоваться золотые цвета, символы, олицетворяющие доход и богатство.

Первым препятствием может стать конкуренция со стороны гигантов в индустрии роскоши («Hugo Boss», «Lacoste», «Polo» и др.) и сложности с поставками тканей и материалов класса «люкс» на постоянной основе из заграницы. Также можно столкнуться с неправильным таргетированием, что приведет к потере покупателей.

Для предотвращения этой ситуации планируется выстроить грамотную стратегию для привлечения аудитории с настройкой верного таргета (клиентоориентиованности).

Андрей Решетов