

БИР ХИЛ НАРХДАГИ ДЎКОН ТАШКИЛ ЭТИШ



Тошкент - 2024 йил

Лойиҳа ҳақида:

Озиқ-овқат ёки уй-рўзғор буюмлари сотиладиган оддий дўконлар билан “бир нарх” дўконлари формати ўртасида қандай фарқ бор? Харидорларнинг харидга бўлган ёндашуви ва муносабати.

Харидор учун бундай дўконга бориб, у ҳамёнга тушмаслигини ва бунинг учун бюджетнинг муҳим қисмини ишлатишга ҳолат йўқлигини тушуниб, сотиб олиш тўғрисида қарор қабул қилиш ҳиссий жиҳатдан осонроқдир.

Бундан ташқари, одамлар бундай дўконда сиз уй-рўзғор буюмларини ва ҳатто озиқ-овқат маҳсулотларини топишингиз мумкинлигини тушунишади.

Яъни, битта дўкон кўплаб эҳтиёжларни қоплайди ва шу билан бирга яқин жойда жойлашган, яъни харидор дўконга бориш ва керакли нарсани сотиб олиш учун қўшимча пул ва вақт сарфлаши шарт эмас.

Истеъмолчилар ўз харажатларини қисқартирган пайтда, ушбу дўкон формати деярли ягона бўлиб, у ташриф буюрувчиларнинг чиқиб кетишини сезмайди, аксинча, бундай дўконларнинг аудиторияси ортиб бормоқда.

Ўрта ва ўрта + сегментдаги харидорлар уларга ўтаётганлиги сабабли. Бу шуни англатадики, битта нархдаги дўконга сармоя киритиб, очилиш ва форматнинг барча нуансларига риоя қилган ҳолда, сиз инвестиция қилинган маблағларни 100% эҳтимоллик билан қайтарасиз.



Бозорни танлаш:

Мақсадли аудитория дўкондан пиёда масофада яшайдиган одамлардир. Бу ширинликлар сотиб олмоқчи бўлган мактаб ўқувчилари ва мушуклар учун овқат, уй кимёвий моддалари ва бошқа кўп нарсаларни сотиб оладиган бувилар ва ҳатто янги пайпоқ ва душ жели учун келган ишонч ҳосил қилган бакалаврлар.

Бундай кенг мақсадли аудиторияга формат орқали эмас, балки тўғри ассортимент орқали эришилади. Агар мақсадли аудиториянгизнинг ҳар бир сегментининг эҳтиёжларини ҳисобга олсангиз, дўконингиз муваффақиятли бўлади.

Мақсадли аудиториянгизнинг асосий сегментлари:

- Ўрта ёшдаги уй бекалари ва оилавий аёллар.
- Ёшлар, талабалар, мактаб ўқувчилари.
- Турмушга чиқмаган ўрта ёшли эркаклар.
- Ўрта ёшдаги турмушга чиқмаган аёллар.
- Кекса одамлар.
- Пенционерлар.

Маркетинг:

Сизнинг дўконингиз фақат яқин атрофдаги одамларга қаратилганлиги сабабли, 99% ҳолларда сизга Интернетда реклама керак эмаслигини ҳисобга олиш керак.

Ҳа, одамлар ассортиментни тушунишлари ва эртага ёки эртага йўқ бўлиб кетмайдиган жиддий тадбиркор эканлигингизни кўришлари учун ижтимоий тармоқларда гуруҳларни очишга арзийди.

Аммо сизнинг савдонгизнинг асосий ҳайдовчиси:

- Ташқи реклама - кечқурун бошланиши билан таъкидланган ёрқин табелъ, баннерлар ва токчалар.
- Реклама тадбирлари - баланд овозда очилиш, шарлар ва машҳур байрамлар учун ажойиб акциялар.
- Флерларни тарқатиш, кўп қаватли уйлардаги эшик тутқичларида реклама ва маълум бир мунтазамлик билан варақалар юбориш.

Рекламангизда ҳар доим урта рақобатдош устунлигингизни таъкидланг: паст ва тушунарли нархлар, кенг ассортимент ва юриш масофаси.



Реализация:

Бундай дўконни очиш учун сизга биринчи қаватда ёки савдо марказида камида 40 кв.м майдонга эга хона керак бўлади. Кўчадан кўринадиган ва белги ва реклама баннерларини жойлаштириш қобилиятига эга, кўринадиган кириш жойи билан.

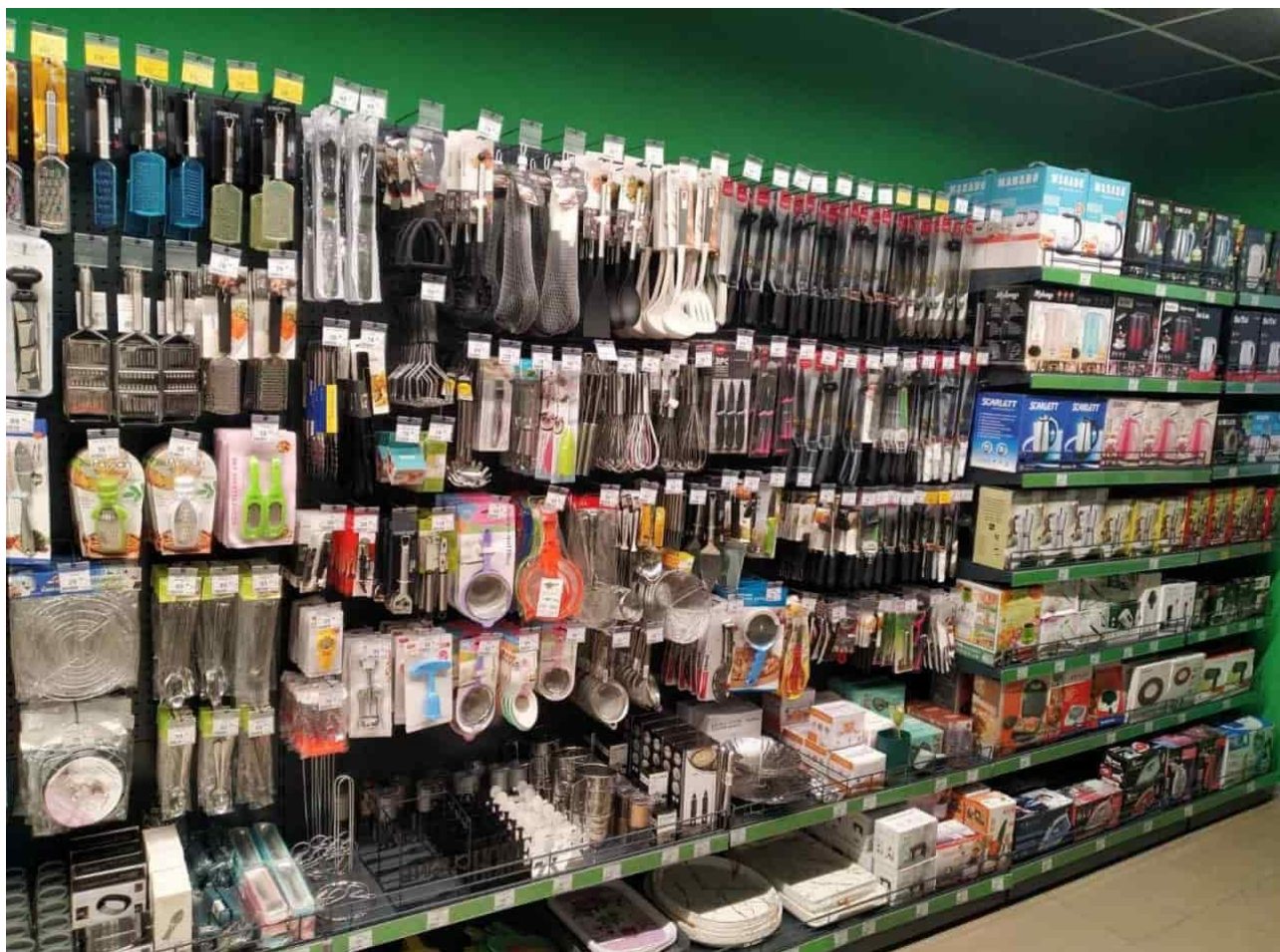
Хона кераксиз бўлимларсиз бўлиши керак, лекин шуни ёдда тутингки, сизга омборхона ва ходимларнинг дам олиш хонаси учун жой керак бўлади.

Битта нархдаги дўкон очиш учун сизга қуйидаги ходимлар керак бўлади:

- Мерчандисер вазифаларини ҳам бажарадиган менежер.
- Бухгалтер (аутсорсинг).
- Сотувчилар.

Шуни ҳам ёдда тутингки, сизнинг хонангиз яхши ёруғлик ва тозаликка эга бўлиши керак.

Ҳар бир ходим корпоратив услубда формага эга бўлса, жуда яхши. Шундай қилиб, сиз мижозларингиз учун дўконингизнинг тўғри тасвирини яратасиз.



Ушбу бизнесда муваффақиятга нима кафолат беради?

Бир баҳоли дўкон учун нарх ва сифатнинг яхши комбинацияси муҳим аҳамиятга эга.

Шу билан бирга, сиз мувозанатли ассортиментга эга бўлишингиз керак:

- ❖ Уй-рўзгор буюмлари.
- ❖ Маиший кимё.
- ❖ Косметика.
- ❖ Ўйинчоқлар.
- ❖ Офис жиҳозлари ва сарф материаллари.

- ❖ Узоқ муддатли сақлаш муддатига эга озиқ-овқат маҳсулотлари.
- ❖ Пайпоқ, қўлқоп ва қўлқоплар, бош кийимлар.
- ❖ Ҳайдовчилар учун товарлар.
- ❖ Уй ҳайвонлари учун товарлар.

Бундан ташқари, ушбу формат бир киши бир маҳсулот учун келиши ва бир нечта сотиб олиши мумкинлигини назарда тутди. Шунинг учун, ҳар доим ваколатли тартибни кузатиб боринг. Сизнинг товарингиз бўлим бўйича қатъий тартибда, яхши ёритилган, тоза ва кўринадиган бўлиши керак.

Шуни ёдда тутиш керакки, паст белгиланган нарх билан сиз сотиб олишда мумкин бўлган энг паст нархга эга бўлишингиз керак.

Аммо Хитой товарларига буюртма беришга эътибор қаратишнинг ҳожати йўқ, транспорт харажатларини камайтириш ва сифатга ишонч ҳосил қилиш учун сизга яқин бўлган этказиб берувчиларни излаш яхшироқдир.

Ўртача рентабеллик ва тўлов муддати

Ушбу форматдаги дўконни очиш учун сизга камида 100 000 000 сўм керак бўлади. Бу пул биноларни ижарага олиш ва безаш, ускуналар ва товарларнинг биринчи партиясини сотиб олиш учун сарфланади.

Инвестиция қилинган сумма тахминан 16 ой ичида тўланади, товарларга ўртача 85-95% оралиғида қўшилади. Бундай ҳолда, сотишдан олинган даромад 40% ни ташкил қилади.

