



Az üzlet kialakítása és üzleti terve

Shop of Region

retail branding

FREI
RAUM

TARTALOM

1. A SHOP OF REGION ÜZLET KIALAKÍTÁSÁRA VONATKOZÓ KÖVETELMÉNYEK
2. A SHOP OF REGION ÜZLET KIALAKÍTÁSA
3. A SHOP OF REGION ÜZLETI TERVE

1. A SHOP OF REGION ÜZLET KIALAKÍTÁSÁRA VONATKOZÓ KÖVETELMÉNYEK

„Ahol vevő van, ott megy az üzlet” mondja egy kereskedői bölcsesség, amely a mai korra interpretálva inkább így hangzik: „a vevők ott vásárolnak, ahol könnyen tájékozódnak”. Ennek előfeltétele a vásárlói logikának megfelelő választékfelosztás és alaprajz biztosítása. A rendelkezésre álló eladótér választékfelosztásának és alaprajzának alapja egy koherens stratégia ill. pozicionálás megléte. A boltok alapvető kialakítását már korábban tisztáztuk. A választékfelosztásra és az alaprajzra vonatkozó megoldások erősen függenek az olyan kritériumoktól, mint a választék, az üzlet ill. a szolgáltatás típusa, valamint az eladótér mérete (esetleg az emeletek száma). Mivel a Shop of Region egy új bolt koncepciója, a megfontolásaink középpontjában nagyrészt az élelmiszer-kereskedelem általános szabályai állnak, bár itt-ott kitérünk az üzletre jellemző sajátosságokra is.

Az élelmiszerkereskedelemben az árucsoportokat a vásárlói logika, de természetesen a profitkritériumok szerint is állítják össze, és helyezik el a térben. A folyamat során a beszállítók és a Shop of Region üzemeltetője érdekei meglehetősen eltérőek lehetnek. Míg a beszállítók igyekeznek saját termékeiket és márkáikat pozicionálni, az üzlet üzemeltetőjének mindig a vásárlót és az általános hasznot kell szem előtt tartania. Különösen a gyorsan forgó (napi) fogyasztási cikkek területén a termékeknek a kereskedő kínálatába való felvétele gyakran heves viták tárgyát képezi. Nem ritka, hogy a kiskereskedők ezért úgynevezett teljesítménydíjat követelnek. Hasonlóan izgalmas téma, hogy használnak-e és milyen feltételek mellett shop-in shopokat (általában az adott márka megjelenésében). Bármelyik esetről is legyen szó, a professzionális kategóriamenedzsment döntő információt nyújt a helyiségtervezéshez. Az adott választék terjedelme egyértelműen meghatározott, a bemutatandó cikkek számának és gyakran a bemutatási formának megfelelően.

1.1. A VÁLASZTÉK FELOSZTÁSÁNAK ÉS AZ ELRENDEZÉS TERVEZÉSÉNEK JÁTÉKSZABÁLYAI

A kategóriamenedzsment iránymutatásaiból ill. hasonló megfontolások alapján, mint például a kiskereskedelmi márkaépítés által kidolgozott LIM (Less is More) stratégia, belevágunk az elrendezés tervezésébe. Az alábbiakban bemutatott „játékszabályok” és tippek többnyire minden ágazatban és formátumban relevánsak, néhány esetben ágazatspecifikusak is. A Shop of Region esetében a bolt kialakításánál különös figyelmet kell fordítani a magas szolgáltatási intenzitásra.

1.2. A FOGYASZTÓK JOBBRATARTÁSA

A vásárlói sétával kapcsolatos tanulmányok azt mutatják, hogy a vásárlók mintegy 70 %-a spontán hajlamos a bejárattól jobbra elindulni. Az egész üzletet, de annak egyes részeit is inkább az óramutató járásával ellentétes irányban járják végig. Ezeket a megállapításokat különösen a tervezett vagy impulzusvásárlási cikkek elhelyezésekor kell figyelembe venni, és fontos szerepet játszanak a Shop of Region tényleges kialakításában is.

1.3. A KOGNITÍV TÉRKÉPEK MEGKÖNNYÍTIK A TÁJÉKOZÓDÁST

Az üzletben való jó tájékozódás hatására a vásárlók jól érzik magukat, tovább maradnak és többet vásárolnak. Ebben segít a „kognitív térképek” formájában történő tervezés, ahogyan azt a várostervezésből ismerjük (Párizs a legjobb példa) - útvonalakkal, látóvonalakkal, csomópontokkal és tereptárgyakkal. Ez különösen fontos egy olyan kisebb üzlet számára, mint a Shop of Region . Amint az alábbi rendereléseken látható, az üzletet úgy tervezték, hogy a kirakaton bepillantva tájékozódni lehessen.

1.4. AZ ALACSONY KÖZPONTI TEREK SEGÍTIK AZ ÁTLÁTHATÓSÁGOT

A polcok (legfeljebb 150 cm magas), asztalok és talapzatok formájában kialakított alacsony központi terek segítik az átláthatóságot, és lehetővé teszik az eladásösztönző aréna elvének megvalósítását (az áruk bemutatása a központi térből lépcsőzetesen emelkedik a fal felé). A nyitott, stadionszerű terek jobban „keringenek”, mint a folyosó kanyonok. Ezen elvnek megfelelően egy arénaszerű élményt és kulináris zónát is kialakítottak a Shop of Region tervezése során.

1.5. A HUOK MINT OKOS ÚTMUTATÓ

A „hurok” kifejezés az üzleten keresztül vezető fő vásárlói útvonalra értendő. Szín és/vagy anyag szerint megkülönböztethető, és a bejárattól a Régók Boltjának minden területén keresztül vezet. Elvileg különböző formák léteznek, például központi, térformáló vagy szervesen kialakított hurok; esetünkben a szigetformáló hurok mellett döntöttünk. Figyeltünk a megfelelő szélességre is. A „kényszerű vezetéssel” (a bejárattól a kijáratig) a vásárlót a teljes választékon keresztül vezetik. De ez problémát is jelenthet, ezért a Shop of Region számos rövidítést kínál.

1.6. AZ ÚTMUTATÓ RENDSZEREK BIZTONSÁGOT TEREMTENEK

Egy útmutató szöveges és képi információk formájában segít a vásárlónak eligazodni az üzletben, és elkerülni a „POS-nál fellépő stresszt”. Szöveges grafikákat, képeket, piktogramokat és egyéb grafikai elemeket használnak. Figyelmet kell fordítani a méretre, a mennyiségre, a tisztaságra, az egyensúlyra és a jó érzékelhetőségre. Bár a Shop of Region nagyon egyértelmű, itt is figyelembe vették a kiegészítő tájékozási segédleteket írásos és grafikus formában.

1.7. LENYŰGÖZŐ PONTOK ÉS NEVEZETESSÉGEK

A vizuális tengelyek metszéspontjainál és végpontjainál (gyakran a harmadik polcsint területén is) a lenyűgöző pontok és nevezetességek további tájékozódást biztosítanak és érzelmi impulzusokat indítanak el. Erre a célra felhasználhatók a beltéri dekorációk, tematikus miliő kellékei, de akár képek vagy paravánok is. Emellett az adott (bolti) márka markáns megjelenése is alkalmas erre. A Shop of Region esetében ez különösen a közepén lévő szigetet jelenti, ahol az élményképeinket az élményképernyőn láthatjuk.

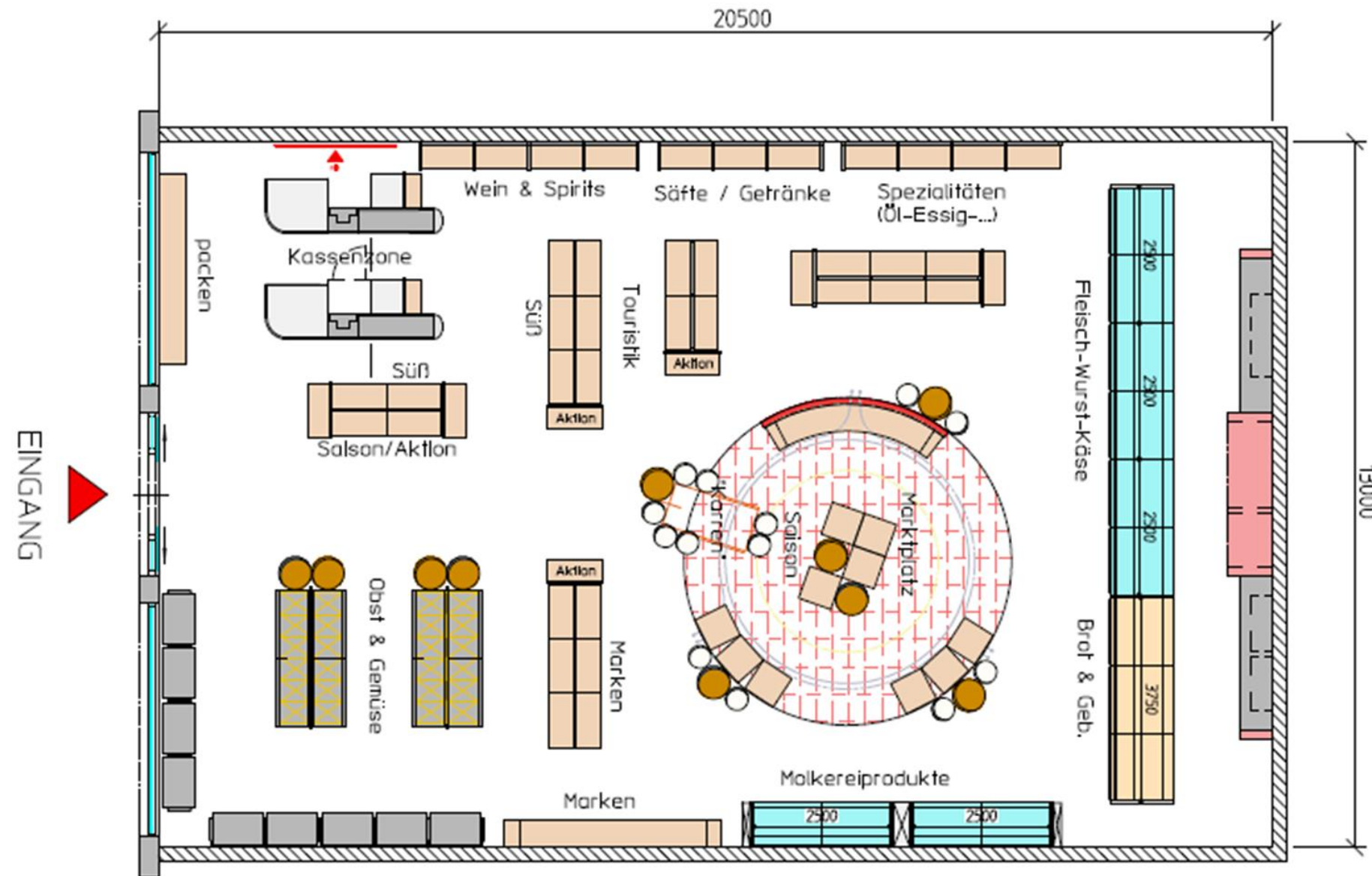
1.8. TEMATIZÁLÁSSAL TÖRTÉNETET MESÉLNI

Régi, de hatékony kiskereskedelmi elvnek számít az igények összevonása (tematizálás), azaz a választék és az árucikkek elrendezése a használat összefüggésében. Csodálatos történeteket lehet vele elmesélni (story telling), amelyek a bőrünk alá hatolnak. Az izgalmas történetek pedig a pénztárgépet is megdobogtatják. A Shop of Region esetében ezt a feladatot a termelőkről, a termelési módszerekről és a kiegészítő kóstolási lehetőségekről szóló tájékoztatás veszi át.

Ezek azok az alapvető megfontolások, amelyek alapján az alábbi üzletkialakítást kidolgozták.

2. A BOLT KIALAKÍTÁSA

2.1 HELYIGÉNY ÉS ALAPRAJZ (KÖZLEKEDŐFOLYOSÓK, INFRASTRUKTÚRA, TERMÉKVÁLASZTÉK ELOSZLÁSA AZ ELADÓTÉRBE)



2

A bolt kialakítása



2.2. BELSŐ KIALAKÍTÁS



2

A bolt kialakítása

2.3. HÁROMDIMENZIÓS ÁBRÁZOLÁS FENTRŐL



2

A bolt kialakítása

2.4. Háromdimenziós ábrázolás az utcanézetből



2

A bolt kialakítása

2.5. A BERENDEZÉS HÁROMDIMENZIÓS ÁBRÁZOLÁSA A BEJÁRAT FELŐL NÉZVE



2

A bolt kialakítása

2.6. AZ ÉLMÉNYTÉR HÁROMDIMENZIÓS ÁBRÁZOLÁSA



2

A bolt kialakítása

3.7. TURISZTIKAI KÍNÁLATOK NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE SZOLGÁLÓ INFORMÁCIÓS KÉPERNYŐ HÁROMDIMENZIÓS ÁBRÁZOLÁSA



2

A bolt kialakítása



3.8 A CSELEKVÉSI HÁROMDIMENZIÓS ÁBRÁZOLÁSA



2

A bolt kialakítása

3.9. A ZÖLDSÉGES RÉSZ HÁROMDIMENZIÓS ÁBRÁZOLÁSA



2

A bolt kialakítása

3.10 A PÉNZTÁRAK TERÜLETÉNEK HÁROMDIMENZIÓS ÁBRÁZOLÁSA



3. ÜZLETI TERV

3.1. ALAPVETÉSEK

3.2. AZ 1. ÉVRE TERVEZETT FORGATÓKÖNYV

3.3. A 3. ÉVRE TERVEZETT FORGATÓKÖNYV

3.4. A LEGROSSZABB ESET

3.5. MAGYARÁZAT A SZÁMÍTÁSHOZ

3.6. BEFEKTETÉSI KÖLTSÉGEK ÉS FINANSZÍROZÁSI IGÉNY

3.7. FINANSZÍROZÁSI TÁBLÁZAT

3.1. ALAPVETÉSEK

Az alábbi éves tervet a bécsi Shop of Region alapján állították össze, amely kb. 300 m²-es eladótérrel és 7 teljes munkaidős alkalmazottal rendelkezik, és a hét 6 napján nyitva van. Az üzlet elsősorban élelmiszereket értékesít amelyek nagyobb része logisztikai okokból valószínűleg Ausztriából, kisebb része pedig Magyarországról érkezik majd. A számítás szempontjából azonban mindegy, hogy mekkora az egyes országokból származó termékek aránya. Az alábbi kezdeti és elnagyolt költségvetés-tervezés az élelmiszer-kiskereskedelemben alkalmazott összehasonlító vagy empirikus értékeken alapul. Ez a számítás garancia nélkül történik. Ezt a jövedelmezőségi számítást az első év tervezett forgatókönyvének, a harmadik év tervezett forgatókönyvének és egyúttal a legrosszabb forgatókönyvnek vetik alá. Az értékek a számításban bemutatott feltételezéseken alapulnak.

3.2. AZ 1. ÉVRE TERVEZETT FORGATÓKÖNYV

Az első évre tervezett forgatókönyv feltételezi, hogy a projekt népszerűsítését külső partnerek aktívan támogatják saját forrásaikkal, amelyek nem szerepelnek a számításban.

		Első év
Vevők napi létszáma	200	
Egy vevőre jutó árbevétel	€ 22,50	
Nyitvatartási napok száma egy évben	300	
Értékesítési terület m ² -ben	300	
Nettó árbevétel/m ² értékesítési terület és év	€ 4 500,00	
Nettó éves árbevétel		€ 1 350 000,00
Árubeszerezés (szállítást és romlást beleértve)	70%	
Nettó kereskedelmi árrés	30%	
Nettó fedezeti hozzájárulás		€ 405 000,00
Éves költségek alkalmazottanként	€ 37 000,00	
Alkalmazottak száma	6	
Személyi költségek		€ 222 000,00
Boltvezetés költsége	1	€ 50 000,00
Éves bruttó bérleti díj /m ²		€ 120 000,00
Egyéb éves költségek		€ 100 000,00
Adózás előtti eredmény		-€ 87 000,00

3.3. A 3. ÉVRE TERVEZETT FORGATÓKÖNYV

A harmadik évre tervezett forgatókönyv feltételezi, hogy a folyamatban lévő népszerűsítő tevékenységeknek köszönhetően az ügyfelek száma némileg növekedni fog, az egy ügyfélre jutó forgalom is nőni fog, és a kereskedelmi árrés optimalizálható.

	Terv 3. év	
Vevők napi létszáma	240	
Egy vevőre jutó árbevétel	€ 25,00	
Nyitvatartási napok száma egy évben	300	
Értékesítési terület m ² -ben	300	
Nettó árbevétel/m ² értékesítési terület és év	€ 6 000,00	
Nettó éves árbevétel		€ 1 800 000,00
Árubeszerzés (szállítást és romlást beleértve)	67%	
Nettó kereskedelmi árrés	33%	
Nettó fedezeti hozzájárulás		€ 594 000,00
Éves költségek alkalmazottanként	€ 37 000,00	
Alkalmazottak száma	6	
Személyi költségek		€ 222 000,00
Boltvezetés költsége	1	€ 50 000,00
Éves bruttó bérleti díj /m ²		€ 120 000,00
Egyéb éves költségek		€ 140 000,00
Adózás előtti eredmény		€ 62 000,00

3.4. A LEGROSSZABB ESET

A legrosszabb esetben feltételezzük, hogy a Shop of Region teljesítménye messze elmarad a hasonló élelmiszerboltokétól.

	Legrosszabb eset	
Vevők napi létszáma	150	
Egy vevőre jutó árbevétel	€ 20,00	
Nyitvatartási napok száma egy évben	300	
Értékesítési terület m ² -ben	300	
Nettó árbevétel/m ² értékesítési terület és év	€ 3 000,00	
Nettó éves árbevétel		€ 900 000,00
Árubeszerzés (szállítást és romlást beleértve)	75%	
Nettó kereskedelmi árrés	25%	
Nettó fedezeti hozzájárulás		€ 225 000,00
Éves költségek alkalmazottanként	€ 37 000,00	
Alkalmazottak száma	6	
Személyi költségek		€ 222 000,00
Boltvezetés költsége	1	€ 50 000,00
Éves bruttó bérleti díj /m ²		€ 120 000,00
Egyéb éves költségek		€ 100 000,00
Adózás előtti eredmény		-€ 267 000,00

3.5. MAGYARÁZATOK

	Magyarázatok a számításhoz
Vevők napi létszáma	A vevők napi létszáma az egész évi átlagos vevőlétszám.
Egy vevőre jutó árbevétel	Az egy vevőre jutó átlagos forgalom kiszámítása az ágazatban szokásos értékek alapján történik, és a nettó árbevételre vonatkozik.
Nyitvatartási napok száma egy évben	Mivel az üzlet a hét 6 napján - a munkaszüneti napok kivételével - nyitva van, évente körülbelül 300 nyitvatartási nappal kell számolni.
Értékesítési terület m²-ben	A nettó értékesítési terület körülbelül 300m ² .
Nettó árbevétel/m² értékesítési terület és év	Az egy m ² -re és évre jutó nettó árbevételt szintén az élelmiszer-kereskedelemben szokásos értékek alapján számítják ki. Mivel azonban a szóban forgó fogalom jelentősen eltér más fogalmaktól, nem lehet pontos előrejelzést készíteni.
Nettó éves árbevétel	A nettó éves árbevételt vagy a vásárlók számának, az átlagos forgalom és a nyitvatartási napok szorzatából, vagy az eladási terület és az egy négyzetméterre jutó éves forgalom alapján kell kiszámítani.
Árubeszerzés	Az árubeszerzési költségek magukban foglalják a szállítási költségeket is, amelyeket a szállítóknak fedeznek, valamint a romlás és a hiány költségeit.
Nettó kereskedelmi árrés	A nettó kereskedési árrés kiszámítása az iparágban szokásos értékek alapján történik, ahol egy ilyen típusú boltnál valamivel magasabb kereskedési árrés várható, mint a diszkont üzletágban.
Nettó fedezeti hozzájárulás	A fedezeti hozzájárulás a forgalomból és a kereskedelmi árrésből kerül kiszámításra.

3.5. MAGYARÁZATOK

	Magyarázatok a számításhoz
Éves költségek alkalmazottanként	A kereskedelmi alkalmazottak bruttó minimálbére jelenleg 1800 euró körül van, a nagy kiskereskedelmi láncok átlagosan 2300 eurót, a diszkontok 2500 euró körül fizetnek egy alkalmazottnak. Ebben a számításban egy kissé alacsonyabb, havi 2 055 eurós bruttó bért vettek alapul, azon feltételezés alapján, hogy a fiatal munkavállalók szívesebben dolgoznak egy újonnan alapított, fenntartható regionális termékeket kínáló üzletben, mint a már működő láncokban.
Alkalmazottak száma	Mivel az üzlet heti 72 órában van nyitva, és csúcsidőben legalább 3 főnek kell jelen lennie (csemegepult, pénztár, polcpakolás), a vezetőséggel együtt 7 főre van szükség.
Boltvezetés költsége	A boltvezető esetében a havi bruttó 2 777 eurós fizetést azzal a feltételezéssel számították ki, hogy a boltvezetőnek részesedést ígértek a vállalatban, és ezért jobban motivált a teljesítményre, mint egy átlagosan alkalmazott boltvezető.
Éves bruttó bérleti díj /m²	Az éves bruttó bérleti díj/m ² tartalmazza a bérleti díj, az üzemeltetési költségek, a villanyáram és a fűtés összes költségét az üzlethelyiség és a szükséges mellékhelyiségek és parkolóhelyek tekintetében.
Egyéb éves költségek	Az egyéb költségek közé tartoznak többek között az eszközök, a könyvelés, az adótanácsadás, a biztosítás, a kamatok, az átutalási díjak, az egyéb költségek és a reklámköltségek. Feltételezhető, hogy az induló hirdetéseket nem a Shop of Region üzlet valósítja meg, hanem ezt a feladatot külső partnerek veszik át. Ezért az egyéb költségek kezdetben alacsonyabbak.
Adózás előtti eredmény	A tervek szerint a boltvezetés bónuszként részesül a nyereségből. Ez még nem szerepel az eredményben.

3.6. BEFEKTETÉSI TERV ÉS FINANSZÍROZÁSI IGÉNY

Az alábbi finanszírozási és beruházási terv egy kb. 300 m²-es bécsi üzlethelyiség és a korábbi jövedelmezőségi számítás alapján készült. A költségekre vonatkozó feltételezések az Ausztriában hasonló üzletek kialakításával kapcsolatos tapasztalatokon alapulnak. A tényleges finanszírozási szükségletek az adott üzlettől és a Shop of Region indulás utáni tényleges üzleti sikerétől függenek, ezáltal nem jósolhatók meg teljes pontossággal. Ez a számítás ezért nem garantálható.

3.7. FINANSZÍROZÁS

	Érték	Részösszeg	Összeg
Üzlet kiépítése (padlót, mennyezetet, világítást beleértve) – átlagosan 10.000 € / m ²	€ 300 000,00		
Építési tevékenységek	€ 50 000,00		
Számítógépes rendszer és iroda kialakítása, raktár	€ 30 000,00		
Egyéb kezdeti befektetés	€ 70 000,00		
Összes Befektetés		€ 450 000,00	
Áruraktár finanszírozása (abból kiindulva, hogy áruraktár nagy része bizományi alapon van biztosítva)	€ 50 000,00		
Működési költségek előfinanszírozása	€ 50 000,00		
Összes Finanszírozás		€ 150 000,00	
Indulási veszteség		€ 150 000,00	
Tartalék		€ 100 000,00	
Finanszírozási szükséglet			€ 800 000,00
Sajáttőke és saját tőkét helyettesítő hitelek (10 x 30.000 oder 4 x 100.000)	37,5%	€ 300 000,00	
Beruházási támogatás	12,5%	€ 100 000,00	
Idegen tőke	50,0%	€ 400 000,00	
Pénzügyi eszköz			€ 800 000,00

ÜZEMELTETŐI MODELL

A finanszírozási lehetőségek és a megfelelő üzemeltetői modellek kidolgozásának előfeltétele finanszírozási szükségletek megléte.

Ezeket részletesen az Üzemeltetői modellek című dokumentum mutatja be.