



Коробочное решение

Ремонт и отделка балконов

КОРОБОЧНОЕ РЕШЕНИЕ «РЕМОНТ И ОТДЕЛКА БАЛКОНОВ»

ОГЛАВЛЕНИЕ

- I. Описание бизнеса, продукта или услуги.
 - 1.1. Суть бизнес-идеи (бизнес-концепция).
 - 1.2. Характеристика производственного процесса.
 - 1.3. Описание конечного продукта или услуги, уникальные черты продукта.
 - 1.4. Место расположения, логистика, доступность для потребителей.
 - 1.5. График работы.
 - 1.6. Штатная численность/потребность в привлечении персонала.
 - 1.7. Целевая аудитория.
- II. Результаты, исследование и анализ рынка данного вида деятельности и сопутствующих/сопровождающих услуг
 - 2.1. SWOT-анализ.
 - 2.2. Ценовая политика.
 - 2.3. Сроки реализации проекта.
 - 2.4. Рынки сбыта.
 - 2.5. Рекомендации по выбору названия.
 - 2.6. Рекомендации по созданию логотипа и фирменного стиля
 - 2.7. Необходимое оборудование.
 - 2.8. Варианты упаковки продукта.
 - 2.9. Форменная одежда для сотрудников.
 - 2.10. Инструменты продвижения (маркетинговый план).
- III. Меры государственной поддержки бизнеса.

1. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ

1.1. СУТЬ БИЗНЕС-ИДЕИ (БИЗНЕС-КОНЦЕПЦИЯ)

Актуальность и востребованность бизнеса по ремонту и отделке балконов обусловлены, во-первых, наличием широкого рынка сбыта.

Особенно остро стоит вопрос обновления домов, построенных десятки лет назад. Сегодня многие владельцы жилья делают не только косметический ремонт жилых помещений, но и меняют входные двери, трубы, обновляют лоджии. В старых домах актуальна услуга по остеклению, замене полов, утеплению и отделке балконов.

В новых домах несмотря на то, что практически все современные здания строятся уже с готовым остеклением балконов, многие жильцы переделывают внутреннюю отделку на свой вкус. А порой строители экономят на качестве стеклопакетов настолько, что владельцы новых квартир предпочитают их сразу же заменить. Таким образом, спрос на остекление, утепление и отделку балконов под ключ увеличивается с каждым годом.

Еще одним фактором в пользу востребованности услуг по отделке балконов является желание расширить имеющуюся жилую площадь. На фоне снижения уровня доходов населения, рост цен на недвижимость продолжает расти. По прогнозам жилье дорожает и будет расти в цене и дальше. В этой ситуации люди стараются использовать всю площадь квартиры для расширения полезного пространства: делают перепланировку, объединяют, расширяют за счет присоединения лоджий, оборудуют кабинет на балконе и прочее.

Выбор сферы деятельности по ремонту и отделке балконов обусловлен:

наличием спроса на рынке;

наличием узкой ниши, которая не занята в силу того, что на рынке работают бригады, ориентированные в основном на ремонт более крупных объектов;

для ремонта балкона под ключ не потребуется тратить много времени;

процесс ремонта балкона не включает себя сложных технологических процессов.

Цели проекта:

получение прибыли за счет открытия собственного бизнеса по предоставлению услуг ремонта и отделки балконов;

улучшение качества жилищных условий населения области.

Месяц запуска продаж - 3

Сумма первоначальных инвестиций – 62 145 р.

Источники финансирования:

Финансовая помощь из областного бюджета – 62 145 руб. (соцконтракт) Средняя ежемесячная прибыль – 80 000 руб.

Срок полной окупаемости проекта – 4 мес.

Продолжительность реализации проекта - без ограничения срока.

1.2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА

Организации работы по ремонту и отделке балконов состоит из ряда действий:

- изучение технологии остекления и утепления балконов;
- разработка бизнес план с точным определением стоимости работ;
- регистрация;
- закупка необходимого оборудования;
- поиск надежных сотрудников;
- запуск рекламы и поиск клиентов;
- выполнение отделочных работ быстро и качественно.

Важное условие при старте работ в данной сфере – это наличие опыта. Оформление документации, необходимой для ведения бизнеса, подробно рассмотрено в разделе 4

настоящего коробочного решения.

Прежде чем предлагать услугу отделки и ремонта балконов и лоджий кому-то, необходимо получить опыт работы в соответствующем направлении: работа в строительных бригадах по остеклению, отделке помещения, отделка собственного балкона, балконов квартирах родителей, друзей, коллег по работе и т.д. Задача – набраться опыта и понять все нюансы работы именно с балконами и лоджиями.

Организацию продаж услуги по ремонту и отделке балконов предприниматель берет на себя, она включает в себя следующие направления: • продвижение услуг компании в сети Интернет и пр.,

- прием и обработка поступающих обращений,
- подготовка образцов отделочных материалов для ускорения выбора отделочных работ потенциального клиента,
- замеры ремонтируемого помещения (лоджии, балкон) и составление сметы,
- заключение договора, который предусматривает предоплату 50% от общей стоимости услуг для закупа материалов,
- заказ и контроль доставки отделочных материалов,
- выполнение работ и получение обратной связи (фотоотчеты, отзывы).

Производственный процесс

Задача предпринимателя: взять на себя максимальное количество работ по согласованию дизайн-проекта, отделке, закупке и доставке строительных материалов.

Задача клиента - согласовать проект и оплатить работу.

Производственный процесс состоит из следующих этапов:

- обсуждение, разработка и согласование проекта,
- снятие размеров,
- разработка сметы,
- заключение договора,
- получение аванса,
- закупка материалов, заказ окон и пр. в размер,
- демонтаж,
- монтаж,
- ремонтно-отделочные работы, - уборка мусора,
- получение оплаты.

Закупка материалов

Услуга по остеклению имеет следующий вид: мастер выезжает к клиенту на замеры, затем заказывает в специализированной компании соответствующий профиль (стеклопакет), а после этого устанавливает его клиенту. Наценка на остекление составляет около 30% от стоимости окна. Остекление балконов предусматривает заказ стеклопакетов и профилей напрямую у заводов изготовителей.

Закупку отделочных материалов рекомендуется производить в крупных строительных магазинах/базах. Это удобно в целях экономии времени, они предлагают весь спектр материалов в одном месте. Цены приемлемы, качество хорошее.

Основные правила при выборе поставщиков:

- Наличие скидочной системы для монтажников.
- Наличие доставки. Условия доставки: сроки, стоимость и ответственности сторон при нарушении условий договора.
- Широкий ассортимент остекления, отделочных и строительных материалов.

Виды остекления лоджий и балконов

В последнее время остекление балконов пластиковыми окнами завоевывает все

большую популярность. Благодаря новым технологиям балкон может стать полноценной частью квартиры. Однако при установке окон в квартире следует обращать внимание на некоторые детали.

Остекление балконов различают по нескольким видам. Они различаются способностью сохранять на балконе в холодное время года температуру, комфортную для проживания.

Холодное остекление. Холодное остекление может быть изготовлено как из алюминиевого профиля, так и из ПВХ. Такой тип позволяет использовать как поворотный, так и раздвижной механизм открывания створок. К преимуществам данного вида монтажа относят невысокую стоимость, легкость в работе, незначительное изменение веса балконной конструкции, эстетичность. При холодном ПВХ-остеклении к плюсам относят также герметичность и устойчивость против попадания влаги.

Теплое остекление. Такой вид пользуется большей популярностью, так как за счет теплого остекления в квартире можно увеличить жилую площадь. Для балконов используют ПВХ-профили или металлопластиковые конструкции. Теплое металлопластиковое остекление обойдется на треть дороже раздвижного - и примерно в 2,5 раза дешевле безрамного. Суть этого вида проста: внутри используется металлическая конструкция, которая крепится к парапету, а снаружи она закрыта пластиковым корпусом.

Полутеплое остекление. Этот тип понравится тем, кто хочет поддерживать на балконе плюсовую температуру без больших затрат на многослойные стеклопакеты. В данном случае используются специальные ПВХ-системы, которые имеют раздвижные окна и не занимают полезное пространство.

Панорамное (или французское) остекление. Одно из главных отличий этих конструкций - вес. При установке балконного блока необходимо учитывать, сможет ли балконная плита выдержать большой вес. Такой тип остекления больше подходит для балконов без бетонной перегородки снизу. Если вместо неё металлические перила, то вы запросто сможете сделать французское остекление. Благодаря этому типу в вашу квартиру будет поступать огромное количество света.

Выносное остекление - имеет большой спрос среди любителей сделать теплый балкон на маленькой площади. Увеличение полезной площади балкона идет по всему периметру парапета. Стеклопакеты в данном случае крепят на специальный каркас на парапете.

Окна на балконах и лоджиях различают по типу открытия: вертикальный, горизонтальный, сразу два, раздвижные. Последние подойдут даже для самых маленьких балконов, так как они не требуют много места. Но такие конструкции не могут быть установлены при теплом остеклении - из-за отсутствия уплотнительной резинки.

Внутренняя и внешняя отделка лоджий и балконов

Помимо остекления балконов перед предпринимателем открываются и другие выгодные направления в этом бизнесе. Например, утепление или обшивка стен, потолка.

Основные материалы для внутренней отделки:

Пластиковые панели. Самый распространенный и бюджетный вариант. При этом материал имеет вариативность, он легко и быстро монтируется и дает возможность создать дизайн-проект в любых цветовых решениях и фактурах.

Вагонка. Эстетично, уютно, аккуратно, просто. Древесина экологична, а при помощи ЛКП ей можно придать любой цвет и фактуру, при этом оставив текстуру дерева.

Ламинат. Для отделки лоджий и балконов применяется достаточно часто. Преимущества материала в эстетике, внешнем виде, несложном монтаже. Но при этом существуют определенные условия, которые необходимо выполнять, чтобы бы материал не деформировался. Для холодного помещения используются более дорогостоящие ламели на основе пластика.

Клинкерная плитка. Клинкерная плитка представляет собой материал, который удобно

эксплуатировать в сложных условиях, где возможны большие нагрузки. В настоящее время производители предлагают широкий ассортимент этого материала, который имитирует натуральный камень, кирпич, деревянные панели, различные плиты, мраморные, гранитные. Плитка является морозостойкой и устойчивой к механическим повреждениям. Поэтому она считается идеальным вариантом для не утепленных балконов и лоджий.

Декоративный камень. Этот материал также подходит для наружных работ, а значит можно отделывать не утепленный балкон. Но следует различать назначение материала, так как декоративный камень может применяться как для внутренних, так и для наружных работ, но составы этих материалов разные.

МДФ панели. Панели МДФ для отделки лоджий и балконов используют преимущественно влагостойкие несмотря на то, что балкон будет утеплен.

Выбор материала для утепления лоджий и балконов.

Для отделки лоджии и создании теплоизоляции используется несколько видов материалов. Перед проведением работ необходимо определиться, какой из них будет уместнее. Они отличаются ценой, эксплуатационными характеристиками и спецификой использования. К популярным утеплителям относят:

Пенопласт. Вспененные пластмассы разной плотности. Материал выпускается в форме квадратных или прямоугольных плит. Отличительной чертой пенопласта выступает большой срок службы. Пластмассы просты в обработке и монтаже, использовать их могут даже новички. К преимуществам материала относят низкую стоимость и наименьший показатель теплопроводности в занимаемом сегменте рынка.

Минеральная вата. Универсальный утеплитель, производящийся из разных видов расплавов – стеклянных, вулканических и осадочных. Исходя из этого, материал бывает трех видов: стекловата, каменная и шлаковая вата. В качестве теплоизолятора используется воздушный слой, с помощью которого помещение изолируется от холода. Материал выпускают в форме рулонов, плит или цилиндров, которые просто поддаются резке и обработке. К преимуществам минваты относят огнестойкость, водонепроницаемость, устойчивость к агрессивным химическим соединениям и хорошую звукоизоляцию. Кроме того, материал отвечает за непрерывную циркуляцию воздуха и способствует поддержанию микроклимата внутри помещения. Еще одно полезное свойство изделия – его экологичность. На производство минеральной ваты тратится меньше ресурсов, она не выделяет вредные соединения в воздух.

Пеноплекс. Утеплитель, в основе которого лежит полистирол. Материал получают путем продавливания пластических масс через формирующее отверстие. Экструдированный пенополистирол выпускают в виде прямоугольных плит разных цветов. По периметру изделий находится фаска, что упрощает подгонку материала и позволяет укладывать элементы максимально плотно друг к другу. Пеноплекс имеет пористую структуру с небольшими ячейками, заполненными газом и изолированными друг друга. За счет этого достигаются хорошие теплоизоляционные характеристики: утеплитель можно использовать даже в условиях суровых зим. Материал мало весит, что упрощает его транспортировку и установку. Вес утеплителя выдержит даже легкий фундамент, для монтажа не требуется помощь профессионалов. Кроме того, пеноплекс мало весит, а срок его эксплуатации может достигать 50 лет. Изделие не гниет и не разлагается, устойчиво к воздействию вредных микроорганизмов.

Фольгированный пенополиэтилен. Слой полиэтилена, наполненного газом и припаянного к фольге. Универсальный многофункциональный материал, сохраняющий тепло, впитывающий влагу, отражающий пар и выступающий в роли звукоизолятора. Изделие состоит из нескольких слоев, один из которых сделан из алюминия и отражает до 97% тепла. Материал легко поддается обработке и обрезке, мало весит. Небольшая толщина изделия позволяет укладывать его как встык, так и внахлест. Пенополиэтилен увеличивает

тепловую эффективность в два раза, отбивая другую температуру.

Балконное помещение становится привлекательным и более завершенным, если подобрать качественные и красивые материалы для внутренней отделки. Но нельзя забывать и о внешнем оформлении балкона. Качественные материалы внешней обшивки обладают теплоизоляционными характеристиками, они помогают сохранить комфортный климат в балконном помещении, особенно, если в нем присутствует теплое остекление.

Для внешней обшивки используются следующие материалы:

Пластиковые панели. Чаще всего на улицах городов можно повстречать балконы, отделанные пластиковыми панелями. Иначе их еще называют пластиковой или виниловой вагонкой. Подобные материалы отличаются долговечностью и износостойкостью. Используется пластик как для внешней, так и для внутренней отделки. Еще одним существенным преимуществом пластикового оформления балкона является его доступная стоимость. Такой экономичный вариант является самым лучшим в соотношении цены и качества.

Еще одним распространенным материалом является сайдинг. Им отделывают не только дома, но и балконные помещения. Сайдинг бывает металлическим, древесным (из древесно-полимерного композита) или виниловым. Наибольшим спросом пользуется последний вариант. Такой материал не подвержен коррозии. Он не деформируется со временем и не теряет привлекательного внешнего вида. Стоит отметить, что сайдинг очень трудно испачкать, поэтому специального и частого ухода он не потребует. Также он является экологичным и абсолютно безопасным. Сайдинг пожаробезопасен и представлен в самых разных расцветках.

Профнастил. Такой материал представляет собой тонкие гофрированные листы из стали. Они могут иметь самые разные размеры и цвета. Профлист является надежным и очень прочным. Такие характеристики обеспечиваются рельефной поверхностью, которая придает листам повышенную жесткость.

Минеральная и силиконовая штукатурка. Реже владельцы квартир обращаются к отделке минеральной и силиконовой штукатуркой. Такие решения не только выглядят очень красиво, но и обладают звукоизоляционными свойствами. Качественная штукатурка паропроницаема. Она не поглощает большое количество воды, поэтому на балконе всегда будет сохраняться благоприятный микроклимат. Не боится такой отделочный материал и механических повреждений. Также, он не потребует от хозяев особого ухода.

Менее практичными являются материалы на древесной основе. Например, обычная вагонка смотрится на балконном блоке привлекательно, но плохо переносит сырость и влагу. Время от времени ее придется обрабатывать специальными пропитками, подливающими жизнь вагонке, поэтому рекомендуется выбирать пластиковые панели.

Безрамное остекление. Не так давно в моду вошло очень эффектное безрамное остекление. Окна в таких конструкциях располагаются от пола до самого потолка (по особой финской технологии). В подобных системах присутствует очень прочное каленое стекло. Оно отличается долговечностью и потрясающим внешним видом.

Такая «стеклянная стена» по своим энергосберегающим свойствам уступает традиционным комплектам, составленным из рамного остекления, различных утеплителей и наружной обшивки. Безрамное остекление сегодня стоит довольно дорого.

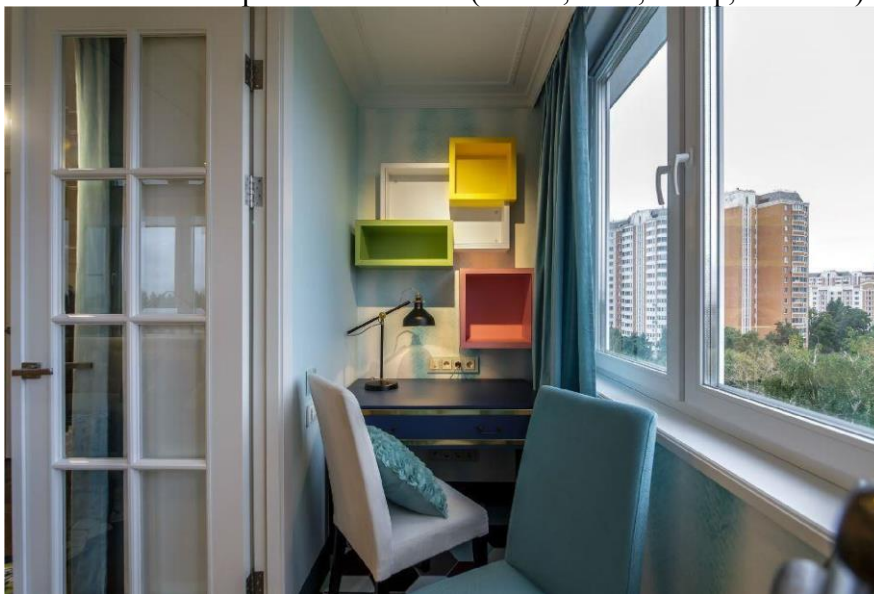
1.3. ОПИСАНИЕ КОНЕЧНОГО ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ, УНИКАЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ ПРОДУКТА

Найти свою нишу среди приличного количества крупных и мелких конкурентов непросто. Но предлагая комплексную услугу по узкому направлению: все виды работ по ремонту балконов и современные решения в отделке помещения, гарантируя качество выполнения и сроков оказания работ, начинающий предприниматель может найти своего

клиента.

В список работ по ремонту и отделке лоджий и балконов входит:

- Остекление балкона (холодное, теплое, полутеплое);
- Отделка балкона (гипсокартон, мдф панели, вагонка, пластиковые панели);
- Утепление (пеноплекс, минеральная вата, фольгированный полипропилен, пенопласт);
- Заливка пола, установка теплых полов, укладка плитки;
- Внешняя обшивка (сайдинг, профлист);
- Монтаж встроенной мебели (полки, стол, шкаф, стеллаж).



Пример отделки балкона <http://сппп.рф/news/company/1303/>, кадр из программы «Квартирный вопрос»

Позиционирование и уникальное торговое предложение (УТП)

Позиционирование - это разработка стратегии, которая позволит преподнести потенциальным потребителям конкурентные преимущества. По сути это то, что о вас думают люди; чем вы отличаетесь от конкурентов. Хорошим можно назвать позиционирование, когда предприниматель намеренно отказывается от части аудитории, выбирая узкую нишу. Когда бизнес направлен на узкую аудиторию, это работает лучше, ценнее для клиентов, и они будут готовы переплатить за продукт.

Данное коробочное решение имеет свою нишу – комплексна услуга по ремонту и отделке балконов, которая ориентирована на оборудование экологичного, эргономичного и современного пространства на балконе/лоджии. Надежность исполнителей с опытом работы, выполнение сроков реализации проекта и приемлемая цена, являются преимуществом компании.

Сезонность

У данного бизнеса существует сезонность. Основная часть работ проходит в период с марта по октябрь, с ноября по февраль отмечается спад в количестве заказов.

1.4. МЕСТО РАСПОЛОЖЕНИЯ, ЛОГИСТИКА, ДОСТУПНОСТЬ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Основным местом для организации бизнеса по ремонту и отделке жилья будут являться крупные города с населением от 50 тыс.чел, и с наличием фонда многоквартирного жилья.

Бизнес по ремонту балконов не нуждается в помещении под офис. Под склад оборудования можно использовать сарай, гараж, балкон, кладовку.

1.5. ГРАФИК РАБОТЫ

График приема заказов, встречи с клиентами для согласования работ и подписания документов предусматривает ненормированный рабочий день без перерыва и выходных.

Проведение ремонтных работ в многоквартирном доме в Воронеже и области возможно в будни и в выходные с 7 утра до 22 часов вечера, час тишины не предусматривается.

1.6. ШТАТНАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ / ПОТРЕБНОСТЬ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА

На начальных этапах стоит рассмотреть самостоятельную работу предпринимателя по продвижению, приему заявок и выполнению основных работ.

В случае необходимости рекомендуется привлекать дополнительный персонал по договору ГПХ на сдельной основе, под конкретный заказ (монтаж остекления, электрика, натяжные потолки).

1.7. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.

Определение целевой аудитории (ЦА) – важнейший этап разработки концепции бизнеса, вызывающий сложности у начинающего предпринимателя. Понимание потребностей клиентов и сегментирование аудитории позволяют сделать более ценное предложение. Для данного коробочного решения можно выделить целевые аудитории, представленные ниже.

Целевая аудитория 1 (ЦА 1)

Женщины, возраст 45 – 60 лет, живут в «хрущевке», ремонт производился давно, требуется дополнительная площадь для хранения заготовок, посуды и пр. домашнего инвентаря. Требуется недорогой ремонт с организованными системами хранения.

Целевая аудитория 2 (ЦА 2)

Молодые активные люди, чаще женщины (т.к. отсутствует навык самостоятельного проведения ремонта), возраст 25-45 лет, много работают, достаточно зарабатывают, ведут активный образ жизни (спорт, кафе и пр.), скорее всего только приобрели квартиру в собственность. Это может быть «вторичка», требующая обновленного ремонта или «первичка», требующая дополнительного обустройства. Интересует современный стильный интерьер.

Целевая аудитория 3 (ЦА 3)

Молодые семьи с детьми (возраст 0-10 лет), требуется дополнительное расширение пространства, но времени или желания заниматься своим балконом самостоятельно нет. Ремонт балкона своими силами может затянуться на месяцы, а то и годы. Требуется максимальная скорость в выполнении работ. Балкон должен быть дополнительной комфортной зоной для отдыха/работы, он должен быть теплый, уютный, безопасный (натуральность в отделке приветствуется).

Предприниматель должен для себя решить на какие аудитории он работает (например, ЦА1+2, или ЦА1+3, или ЦА 2+3), ибо угодить всем сложно. Важно выбрать позиционирование и выделить УТП (см.п. 1.3) для дальнейшего формирования ценностного предложения и его трансляции.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ, ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА ДАННОГО ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОПУТСТВУЮЩИХ/СОПРОВОЖДАЮЩИХ УСЛУГ

Прежде чем, открыть свой бизнес, предприниматель должен провести собственное исследование рынка и конкурентов. Предпринимателям, которые только начинают осваивать бизнес следует изучить местный рынок аналогичных услуг. Если в данной отрасли будут выявлены конкуренты, нужно найти их слабые места. Возможно, у них завышена стоимость остекления балконов или используются некачественные материалы. Слабые стороны

конкурентов должны стать вашими сильными сторонами.

Рынок компаний по ремонту балконов в Воронеже и области представлен крупными компаниями, профилирующийся на изготовление остекления балкона, для них отделка балконов дополнительная услуга, небольшим количеством компаний, предоставляющим полный комплекс услуг по ремонту и отделке балконов (от обшивки и изготовление крыш на балконах до монтирования мебели и сушек для белья), а также большим количеством частных специалистов. При анализе страниц конкурентов в Интернете, наличие такого канала продаж как соц.сети практически не представлен. Это может стать в дальнейшем преимуществом при настройке рекламной кампании и поиске клиентов.

2.1. SWOT-АНАЛИЗ: СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ, СЛАБЫЕ СТОРОНЫ, ВОЗМОЖНОСТИ, РИСКИ (УГРОЗЫ)

При открытии любого бизнеса предпринимателю важно видеть те моменты, которыми он может управлять – внутренние ресурсы компании, а также понимать факторы, находящиеся вне зоны воздействия, – внешние угрозы. Важно оценить свои возможности и перспективы заранее. Понимание и осознание этих моментов экономит бюджет и время, корректирует стратегию на рынке. В этом поможет инструмент SWOT-анализа, с помощью которого можно оценить следующие характеристики:

S (strengths) – сильные стороны. Это преимущества, уникальные навыки. За счет этого фирма увеличивает продажи, долю рынка, чувствует уверенность в конкурентной борьбе. Преимущества следующие:

- быстрый запуск,
- затраты только на приобретение строительного инструмента и рекламу,
- предоставление качественной услуги,
- предоставление гарантий на выполненные работы,
- приемлемая стоимость работ,
- короткие сроки работ,
- наличие образцов отделочных материалов,
- наличие готовых решений по дизайну и стоимости,
- наличие опыта работы в сфере ремонта и отделки.

W (weaknesses) – слабые стороны. Эти характеристики и обстоятельства тормозят прибыль, мешают развитию. В нашем случае их несколько:

- отсутствие портфолио,
 - отсутствие рекомендаций,
 - наличие крупных конкурентов на рынке,
 - сезонность,
 - большая зависимость от качества отделочных материалов, поставщиков.
- O (opportunities)** – возможности. Это рычаги, которые находятся в руках бизнеса и поддаются прямому воздействию.

- увеличение списка оказываемых услуг,
- расширения количества сотрудников,
- масштабирование бизнеса.

T (threats) – угрозы/риски. Трудности, внешние факторы, которые не зависят от принимаемых предпринимателем решений:

- неправильное распределение рекламного бюджета,
- срыв сроков выполнения работ,
- материальная ответственность,
- снижение уровня доходов населения,

- услуга не является товаром первой необходимости,
- отсутствие гарантий постоянного уровня спроса.

2.2. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

При анализе ценовой политики конкурентов стоимость оказания услуг у конкурентов, приблизительно в одном диапазоне, необходимо выбрать среднюю ценовую политику на услуги. При этом добавить «приятных» бонусов при заказе услуги компании.

Например, такие варианты:

- Бесплатный выезд на замер, который ни к чему не обязывает.
- Расчет стоимости в 3-х вариантах.
- Наличие образцов материалов.
- Неустойка при срыве сроков выполнения работ.
- Клининг балкона после монтажа.

Примерные цены на услуги по ремонту и отделке балконов:

Оказание услуги	Стоимость
Отделка пластиковыми панелям	от 690 р/м2
Отделка деревянной вагонкой	от 790 р/м2
Отделка гипсокартоном	от 990 р/м2
Отделка клинкера с затиркой	От 110 р/м2
Внутренняя отделка МДФ панелями	от 760 р/м2
Утепление стен	от 300 р/м2
Утепление и настил пола	от 1200 р/м2
Утепление и внутренняя отделка потолка	от 100 р/м2
Внешняя отделка	от 1200 р/м2
Остекление балкона	от 3400 р/м2
Балконная мебель (стеллаж, шкаф, стол)	от 6000 р.

2.3. СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

На запуск бизнеса ремонта и отделки балконов понадобится до двух месяцев. Необходимо изучить рынок, оценить затраты и возможные меры господдержки, оформить необходимую документацию, приобрести оборудование, пройти необходимое обучение, найти сотрудников (при необходимости), запустить рекламное продвижение. В случае возникновения вопросов можно получить бесплатную консультацию в Центре «Мой бизнес».

Пошаговый план запуска

Этапы	1 мес.	2 мес.
Изучение рынка	+	
Проведение финансовых расчетов	+	
Подготовка документов для регистрации юр.лица	+	
Регистрация в налоговой	+	
Выбор и покупка оборудования		+
Выбор каналов закупки материалов		+

Подбор сотрудников		+
Необходимое обучение	+	+
Продвижение услуг		+

2.4. РЫНКИ СБЫТА

Услуги по отделке балконов будут актуальны в сфере B2C – непосредственное взаимодействие с конечным потребителем. Основными рынками сбыта для организации бизнеса по ремонту и отделке балконов будут являться крупные города Воронежской области с населением от 50 тыс.чел, и с наличием фонда многоквартирного жилья: г. Воронеж, Лиски, Россошь, Борисоглебск. Открывать бизнес в маленьком городе или селах нецелесообразно из-за минимального жилищного фонда многоквартирных домов с балконами.

Начинать рекламу стоит с «сарафанного радио» и социальных сетей. Изначально осуществлять ремонт можно у родственников и знакомых, для наработки собственного портфолио. Основным каналом продаж предлагается рассмотреть - социальную сеть ВК, ведение группы позволяет максимально подробно (цены, фото) и понятно для конечного потребителя преподнести преимущества компании. Важно правильно сформулировать свое рекламное предложение для каждого сегмента целевой аудитории, и запустить рекламу.

Емкость рынка конкретной территории будет зависеть от количества многоквартирного жилья в городе, платежеспособности населения, представленности конкурентов.

2.5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫБОРУ НАЗВАНИЯ

Учитывая специфику бизнеса, разработка нейминга нецелесообразна. Услуги по ремонту помещений частных заказчиков, как правило, продвигаются посредством досок объявления, соцсетей и «сарафанного радио». Более того, наличие названия у компании сигнализирует потребителю не только о надежности бизнеса, но и о дороговизне услуг.

Если есть «фирма с именем», логотипом, значит цена услуг будет выше.

Лучшим неймингом будут имя-фамилия мастера, зарекомендовавшие себя.

2.6. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ ЛОГОТИПА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Учитывая специфику бизнеса, разработка логотипа и фирменного стиля нецелесообразны (см. п.2.5).

Для продвижения в соцсетях и на интернет-досках объявлений используются реальные фотографии мастера. Однако конкуренты также публикуют подобные фото. Для отстройки от конкурентов необходимо сделать уникальные изображения. Это может быть одежда: в то время как все мастера фотографируются в синих комбинезонах, нужно использовать, например, оранжевый; или яркую бандану; инструменты яркого цвета; уникальный жест и пр. Во всех соцсетях, на всех ресурсах, на рекламных материалах заглавная фотография должна быть одна и та же, чтобы четко ассоциировалась с мастером.

2.7. НЕОБХОДИМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И ЕГО ПОСТАВЩИКИ

Больших финансовых вложений на запуск бизнеса по ремонту и отделке балконов не требуется, поэтому может быть достаточным использование собственных средств либо заключение соцконтракта на получение субсидии от государства (см. п.3.2.). Важно выбрать качественный строительный инструмент: компрессор, нейлер, шуруповерт, болгарка, перфоратор, лобзик, набор инструментов.

2.8. ВАРИАНТЫ УПАКОВКИ ПРОДУКТА

Для данного вида бизнеса упаковка не требуется.

2.9. ФОРМЕННАЯ ОДЕЖДА ДЛЯ СОТРУДНИКОВ

Ремонт и отделка помещений подразумевают множество «грязных» этапов работы, которые по нормам нельзя выполнять в повседневной одежде и без грамотно подобранных СИЗ. Как и любая другая работа, ремонт и отделка помещений требуют подходящей защитной одежды. Минимальный комплект спецодежды маляра или отделочника включает в себя рабочий костюм из натуральной или смесовой ткани, перчатки для защиты рук, а иногда – также очки, респиратор и головной убор.

2.10. ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ (МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН)

На сегодняшний день существует множество инструментов, которые позволяют качественно и недорого рассказать потенциальным клиентам о предлагаемых услугах.

Размещение в сети Интернет. Это может быть сайт или группа в социальной сети, важным условием при этом является сопровождение ресурса. Необходимо регулярно обновлять и дополнять информацию об услугах, имеющейся технике, материалах и дизайне. Это существенно повысит уровень доверия клиентов. Обязательно размещение прайс-листа с подробно расписанными видами услуг и соответствующей стоимостью.

Приём заказов можно осуществлять как через специальные виджеты на сайтах или группах в социальных сетях, так и просто по телефону. Наличие аккаунтов в популярных социальных сетях, все это позволит клиенту связаться через множество каналов. На визитках обязательно отображается информация о e-mail, ссылки на группы и мессенджеры, через которые можно связаться с компанией.

При наличии автомобиля, его можно использовать как инструмент для рекламы, можно, например, заказать специальные наклейки. Таким образом, потенциальный клиент найдет искомую услугу в потоке автомобилей.

Российский потребитель любит разные акции, скидки, бонусы и конкурсы. Если потенциальным клиентам сообщить о выгодных предложениях или снизить стоимость, например, на ремонт балкона с утеплением.

И самое главное – наличие качественно выполненных работ. Потому что сарафанное радио – это бесплатный и самый эффективный вид рекламы, который зависит только от вашего профессионализма и отношения с клиентами.

	Этап	Сроки	Описание
1	Подготовительный этап	За 1 месяц до открытия	Разработка фирменного стиля Печать рекламной продукции Создание группы в ВК
2	Подготовительный этап	За 2 недели до открытия	Интернет-продвижение Размещение на Яндекс.картах, Гугл.картах, 2 Гис, Профи.Ру
3	Основной этап	На постоянной основе в течение работы	Ведение соц.сетей Фотоотчеты Акционные и сезонные предложения

3. МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА

В России меры поддержки малого бизнеса определяются законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Государственная поддержка малого предпринимательства осуществляется по следующим направлениям: формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства; создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий.

Предприниматели могут рассчитывать на: информационную поддержку и консультирование (семинары, курсы, тренинги и пр.); инфраструктурная поддержка (технопарки, бизнес-инкубаторы и пр.) поддержка инноваций и научно-технических разработок; помощь в ярмарочно-выставочной деятельности (в том числе международной); правовое и бухгалтерское сопровождение; финансовую поддержку (субсидии, гранты, компенсации, льготы).

БОЛЕЕ ПОДРОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О МЕРАХ ГОСПОДДЕРКИ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ В ЦЕНТРЕ МОЙ БИЗНЕС



Наш сайт
mb.tomsk.ru



Наш Telegram
t.me/frb_tomsk



Наш VK
vk.com/frb_tomsk

г. Томск, ул. Студенческая, 2а
горячая линия: 901-000