

дмитрий крутов

с чего начать

САЛОН ЦВЕТОВ



как преуспеть



 ПИТЕР®

Начать и преуспеть

Дмитрий Крутов

**Салон цветов: с чего
начать, как преуспеть**

«Питер»

2012

Крутов Д. В.

Салон цветов: с чего начать, как преуспеть / Д. В. Крутов — «Питер», 2012 — (Начать и преуспеть)

Легко ли открыть цветочный салон? Стоит ли заниматься подобным делом? Из книги вы узнаете, как создать не только красивый, но и прибыльный бизнес, не обладая ни опытом, ни знаниями, ни связями, ни первоначальным капиталом. В издании подробно описано, как грамотно организовать слаженную работу салона, откуда привозить цветы, как их хранить, как выгодно преподнести товар клиенту, где брать клиентов, как вести активные продажи, какие акции проводить, как готовиться к тематическим праздникам. Материал изложен в виде советов и рекомендаций, подкрепленных примерами из практики. Необязательно быть флористом, чтобы заниматься цветочным бизнесом, главное – любить свое дело. Все это и многое другое вы узнаете, прочитав эту книгу, которая написана на основе успешного опыта руководителя цветочного магазина «Планета Цветов».

© Крутов Д. В., 2012

© Питер, 2012

Содержание

От авторов	6
1	8
Изучение рынка	8
Откуда взять деньги	9
Первые шаги	10
Что такое «Карта торговой территории»	11
Как найти помещение	12
2	14
Начинаем работать задолго до открытия	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Дмитрий Крутов
Салон цветов
С чего начать, как преуспеть
Советы владельцам и управляющим

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

От авторов

Книга, которую вы держите в руках, рассказывает о том, как открыть цветочный салон и сделать его работу максимально эффективной. Эта книга именно про бизнес, про цветочный бизнес. Мы не будем говорить о том, как составлять букеты, какие стили существуют, не станем вдаваться в подробности флористики.

Мы расскажем про решение тех вопросов, с которыми сталкивается предприниматель, начав заниматься цветочным бизнесом.

- Сколько денег понадобится для открытия салона цветов?
- Как выбрать помещение и максимально эффективно его использовать?
- Как подобрать персонал и выстроить правильные взаимоотношения?
- Как правильно работать с ассортиментом, чтобы избежать списаний?
- Как сделать свой салон уникальным, несмотря на высокую конкуренцию в этом бизнесе?

И так далее...

На наш взгляд, чтобы организация бизнеса имела смысл, нужно ориентироваться на уровень личного дохода в десять тысяч долларов в месяц.

Руководителю салона, в котором бизнес уже налажен, будет интересно еще раз разобраться в том, как убедить клиентов прийти именно в его салон. Как наладить продажи, чтобы клиенты возвращались снова и снова? Нужно ли готовиться к праздникам? Если да, то что для этого можно использовать в работе цветочного салона?

Эта книга написана благодаря удивительному человеку, который восхитил меня до глубины души. Это Людмила Кольман – владелица салона цветов, которому в 2012 году исполнилось 12 лет.

Людмила – врач-онколог, некоторое время работала по профилю, затем специализировалась в области организации здравоохранения, стажировалась в Сан-Франциско, стала вице-президентом медицинской страховой компании. Но в один прекрасный момент она поняла, что медицина – это не та область, в которой ей хотелось бы проработать всю жизнь, и приняла решение начать свой собственный цветочный бизнес. О своем пути к цветам сама Людмила рассказывает так: «У нас дома всегда были цветы, вообще, у моих родителей была, если можно так сказать, очень высокая цветочная культура. По какому бы поводу их ни приглашали в гости – они всегда приходили с цветами, особенно если в доме были женщины. В школе я с удовольствием участвовала в выставках букетов, всевозможных любительских конкурсах».

Людмила решила, что начать путь в новую профессию следует с обучения, и записалась на курсы рождественской флористики, а затем брала частные уроки у профессора кафедры дизайна Московского государственного педагогического областного университета – Натальи Васильевны Осиповой, первоклассного специалиста-ботаника.

Следующим этапом в обучении стали мастер-классы лучших флористов Европы – Олафа Шрерса, Франка Пиппера, Анетты Кампинг, Эрвина Риглера и многих других. После нескольких лет поиска собственного стиля Людмила выбрала в качестве своих постоянных наставников выдающихся мастеров-флористов Грегора Лерша и Анетту Кампинг.

В настоящее время складывается очень благоприятная ситуация для открытия цветочного бизнеса. Стереотипное отношение к цветам, которое наблюдалось у людей на протяжении многих лет, меняется. В бизнес приходят новые люди, рядом с цветочными палатками появляются салоны цветов, в которых ориентируются на нового покупателя – того, кто ценит цветы как самую доступную роскошь и понимает, что эмоции, которые испытывают люди, получающие в подарок цветы, – важная составляющая нашей повседневной жизни. Из неперемennого атрибута праздников цветы превращаются в товар, который востребован круглогодично; цве-

тами украшают офисы и улицы, цветы становятся частью корпоративной культуры крупных компаний.

Не думайте, что стать флористом невозможно, особенно если до этого вы работали в совершенно другой сфере и имеете определенный профессиональный опыт. Не нужно бояться изучать новое. Если вы читаете эту книгу – это значит, что вы хотите грамотно начать свой бизнес, выстроить свое дело так, чтобы бизнес работал на вас, а не вы на него. Десятилетний опыт флориста-практика и успешных специалистов в области продаж позволит вам избежать огромного количества ошибок уже на этапе открытия салона цветов, сократить срок окупаемости вашего бизнеса и приблизить момент, когда вы будете зарабатывать десять тысяч долларов в месяц и даже больше.

Жду ваших вопросов после прочтения книги!

Дмитрий Крутов

1

Открываем цветочный салон: с чего начать?

Изучение рынка

Изучение рынка – очень важный подготовительный этап, который нужно пройти каждому кто задумывается о бизнесе, связанном с цветами. Практика уже работающих салонов показывает, что в теперешней экономической ситуации, как это ни удивительно, люди стали покупать гораздо больше цветов, чем до финансового кризиса. Если раньше, например к 8 Марта, многие дарили и подарки, и цветы, то сейчас дарят только цветы, а это значит, что количество заказов увеличивается и продажи цветочных салонов растут.

Людмила Кольман, владелица крупного салона цветов, эксперт в области флористики: Я сказала: «вот увидите, девочки, цветы к 8 Марта будут больше брать». и действительно, в этом году заказов на праздник было гораздо больше, чем в предыдущем. например, если в прошлом году человек заказывал корзину на 5-7 тысяч рублей, то в этом году он заказывает цветов на 15 тысяч, но уже без подарка. Очень распространенный случай.

Государственным чиновникам, которым нельзя дарить подарки, стоящие дороже определенной суммы, обычно преподносят цветы. А цветы – это не взятка или особо ценный подарок. Вот почему они так популярны в этой среде.

Однозначно повысился спрос на небольшие повседневные букеты, все больше покупателей заказывают цветы вне зависимости от праздников, покупают букеты домой и на работу. Таким образом, общая цветочная культура повышается, складываются благоприятные обстоятельства для открытия своего бизнеса.

Откуда взять деньги

Если вы задумались об открытии собственного цветочного салона, сначала оцените, какую сумму вам предстоит вложить в бизнес. Первоначально нужно рассчитывать на десять тысяч долларов. Возможно, вам удастся сэкономить, но все же лучше закладывать в расходы именно такую сумму.

Если вы открываете небольшой салон – можно найти инвестора или занять денег у близких или родственников. У кого бы вы ни заняли денег, договоренности, которые касаются сроков и условий займа, должны быть очень четкими. Человек, особенно творческий, – существо эмоциональное; если, вместо того чтобы творить, он постоянно будет волноваться из-за финансовых проблем, то ждать от салона эффективной работы не следует. Можно зафиксировать сумму долга не в рублях, а в выбранной вами валюте.

Людмила Кольман: К примеру, вы договоритесь на 12 % в год, можно договориться так, чтобы проценты по долгу выплачивались ежемесячно по 1 % в месяц. При этом основная сумма долга остается, но ты уже выплачиваешь человеку деньги. Для многих это важный момент. Можно придумать массу взаимовыгодных вариантов, люди обычно очень отзывчивы в этом отношении. Самое главное для себя – понимать: вы же не собираетесь эти деньги присвоить. нужно быть честным с самим собой. Я знаю много примеров, когда ребята попадали в сложные ситуации и говорили: «У меня такая ситуация, подождешь еще или уже критично, я тогда перезайму?» и я часто жду, мы вообще много придумываем себе лишнего в жизни.

Первые шаги

Есть люди, которые боятся брать в долг, есть люди, которые боятся одалживать. В таких случаях можно согласовать условия займа у нотариуса, четко оговорить условия и сроки, чтобы все участники были спокойны.

Сейчас поставщики предлагают очень широкий ассортимент. Цветы, которые десять лет назад можно было увидеть только в каталогах или которые привозили только на заказ, сегодня всегда есть в свободной продаже. Поставщиков много, можно выбрать тех, чьи условия будут для вас наиболее подходящими.

Оформлением юридических документов для открытия фирмы можно заниматься самостоятельно, а можно поручить это дело профессионалам. К тому же многое зависит от того, есть ли у вас такой человек, который может заняться бумагами и посвятить свое время хождению по инстанциям. В некоторых случаях лучше довериться фирме, которая специализируется на подготовке документов для открытия бизнеса, тем более что разница в расходах получается совсем небольшая. Сейчас такая услуга довольно распространена. Чтобы открыть свою фирму с помощью посредника, нужно заплатить в среднем восемь-десять тысяч рублей.

Также нужно с самого начала определиться, будете ли вы работать как индивидуальный предприниматель, или откроете общество с ограниченной ответственностью. Этому нет никакого логического объяснения, но многие партнеры предпочитают не работать с индивидуальными предпринимателями, понятие «ИП» вызывает некоторое отторжение. А вот с ООО сотрудничают гораздо охотнее. ИП можно открыть в том случае, если вы вплотную собираетесь заняться продажей цветов через Интернет, но это, как правило, происходит тогда, когда цветочный бизнес уже налажен в реальном режиме.

Людмила Кольман: Что касается ООО, там ведь тоже разные системы есть. нужно считать, что выгоднее именно для вас. Платить налоги в 6 % от оборота – это не всегда выгодно, некоторые предпочитают платить 15 % уже от прибыли. Соответственно, можно вести учет, можно не вести. Без внутреннего бухгалтерского учета дивиденд не снимешь. в нашем бизнесе много важных нюансов. У моей подруги салон, она раньше платила 6 % от оборота, а сейчас будет переходить на 15 % от прибыли, потому что спрос изменился и ей так удобнее. Прибыли ведь поначалу может и не быть. Поэтому новичкам я порекомендовала бы открывать ООО и выплачивать в качестве налога 15 % от прибыли.

Что такое «Карта торговой территории»

Перед открытием важно хорошо представлять так называемую карту торговой территории. Предпочтительнее открывать салон неподалеку от большого бизнес-центра, лучше, если рядом их будет два-три. Это позволит привлечь корпоративных клиентов, которые часто делают заказы на крупные суммы для большого количества сотрудников. В таком случае вам не придется думать, как привлечь дополнительных клиентов перед праздниками. Несколько корпоративных заказов могут принести столько же прибыли, сколько вы получаете в среднем за месяц. Кроме того, благодаря близости к бизнес-центру через ваш салон будет проходить больше клиентов в день. Если люди будут заказывать ваши букеты и композиции для своих компаний, потому что они им нравятся, они начнут заказывать букеты и для себя лично, для своих жен, родственников и т. д. Правда, нужно учитывать, что аренда помещения, находящегося вблизи бизнес-центра, стоит гораздо дороже, чем аренда в спальном районе. И еще: рядом с бизнес-центром всегда проблематично найти место для парковки. Но в любом случае, если вы сможете снять помещение в таком месте – это большая удача, потому что расположение салона на пересечении множества человеческих потоков наиболее выгодно. Жизнь кипит в рабочее время, люди покупают более дорогие букеты по поводам, связанным с работой, а для себя, как правило, берут что-то более дешевое.

Конечно, можно открыть салон и в спальном районе. Вы значительно выиграете на аренде помещения, к тому же, если жилой массив очень большой, появится определенный круг постоянных покупателей, живущих в вашем районе. Но на потоки клиентов нужно обратить особое внимание. Идеальный вариант – перед выбором помещения нарисовать / карту района, посмотреть, где находится школа, где – крупные магазины, продуктовые центры и т. д. Если рядом все же располагаются какие-нибудь офисы, проанализируйте, каким путем люди идут на работу, каким – с работы. Но когда помещение уже выбрано, с ним придется работать как с данностью, превращая недостатки расположения салона в его достоинства. Даже если вы уже сняли помещение, торговая карта района вам все равно пригодится. С ее помощью необходимо планировать свою дальнейшую работу.

Как найти помещение

Существует несколько вариантов поиска торговой площади. Это может быть сотрудничество с брокерскими агентствами, которые часто сдают площади в торговых центрах и бизнес-центрах. В выборе торговой площади вам может помочь профессиональный риелтор.

Второй вариант – это поиск по объявлениям в газетах и в Интернете. Многие компании напрямую сдают в аренду находящиеся в их собственности площади. Также можно участвовать в аукционах на аренду помещений у государства. В собственности государства находится множество площадей, офисов, различных торговых и складских помещений, и ставки бывают очень низкими, начиная от тысячи рублей за квадратный метр в год. Имеет смысл узнать, проводятся ли подобные аукционы в вашем районе, и принять в них участие. Такие аукционы в основном открытые, поэтому вы будете знать, какую цену предложил ваш конкурент, и всегда сможете либо перебить его ставку, либо отказаться от площади.

Может сложиться такая ситуация: вы выбрали помещение, но арендная плата очень высока, и вы сомневаетесь, будет ли помещение окупаться. Не нужно бояться вступать в переговоры с арендодателем, чтобы добиться более выгодных условий аренды. Очень распространена такая практика: арендодатель и арендатор договариваются о том, что стоимость ремонта, который вы будете делать, пойдет в счет аренды. Многие владельцы площадей идут на такие условия, и это может существенно снизить ваши затраты в самом начале.

Кроме того, можно попытаться договориться о каких-то специальных условиях, расщотке платежей, а также о поэтапной оплате. Допустим, если у вас нет суммы, которую нужно выплатить за месяц, можно договориться платить каждую неделю. Еще один вариант: договоритесь с арендодателем о том, что по мере роста объема продаж и увеличения клиентского потока будет повышаться и арендная ставка, иначе изначально высокая стоимость аренды может задушить ваш бизнес на корню.

Не стоит снимать слишком большую площадь, думая о том, что в предпраздничные дни она будет занята. Перед праздниками можно арендовать дополнительные площади. Для салона достаточным будет помещение площадью от восемнадцати до тридцати квадратных метров.

Перед тем как арендовать помещение, нужно обратить внимание еще на один очень важный момент. Подумайте, легко ли покупателям будет найти ваш магазин. Если вы снимете помещение во дворах, скорее всего, у вас будут проблемы с потоком клиентов. Конечно, постоянные покупатели будут, но рассчитывать на непрерывный приток новых посетителей не следует.

Если вы покупаете цветочный салон как готовый бизнес, посмотрите на доход фирмы за последние три года, проверьте, заключен ли договор аренды и на какой срок. Очень полезно поработать в салоне, который вы собираетесь купить, как минимум месяц. Так вы сможете обратить внимание на покупателей и на то, какой товар пользуется спросом. Если у вас нет опыта организации цветочного бизнеса – целесообразно пригласить для оценки выбранной вами фирмы консультанта.

Итак, идея открытия салона цветов очень своевременна, потому что меняется не только покупатель, но и стереотипы отношения к цветам.

Повторим еще раз основные принципы начала бизнеса:

- Первоначально в бизнес нужно вложить как минимум десять тысяч долларов.
- Можно скооперироваться с друзьями, найти инвестора или занять денег у родственников.
- Условия займа рекомендуется оформить нотариально.
- Оформление фирмы лучше поручить компании, специализирующейся на открытии бизнеса. Оформлять предпочтительней ООО, а не ИП.

- Необходимо познакомиться с фирмами-поставщиками.
- При выборе места важно изучить «карту торговой территории».
- Поиск помещения можно поручить брокерскому агентству а можно искать его самостоятельно по объявлениям.
- Попробуйте принять участие в государственных аукционах на право аренды.
- Договаривайтесь с арендодателем об особых условиях аренды – скидках, рассрочках и пр.
- Если вы покупаете салон цветов как готовый бизнес, поработайте в нем как минимум месяц и проанализируйте финансовую документацию за последние три года (самостоятельно или с помощью специалиста).

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ ТРЕНИНГОВ

Сотрудничество начала с «FlowersBiz» абсолютно случайно, обнаружив в интернете «5 критических ошибок владельцев салонов цветов». Тогда я скачала этот курс, заинтересовавшись им. Затем купила остальные, не обращая внимания на стоимость, но они в итоге полностью окупились. После этого начала посещать тренинги и различные семинары, при обрела довольно много продукции. Благодаря этому у меня очень много партнеров. Особенно помог курс «Корпоративная Флористика». Отдельное огромное спасибо созда телям и всем тем, кто над ним работал. Там очень интересные шаблоны, описано множество ошибок, которых реально можно избежать.

На данном этапе у нас уже есть такие крупные партнеры, как «Персона», довольно известная сеть – «Урюк», стойки и витрины которых будут оформлены с помощью наших букетов, а также различные фитнес-клубы, сра-салоны, салоны красоты и другие. Менеджеры, которые у меня работают, делают все четко по инструкции курса, так что все, что мы имеем сейчас, мы имеем благодаря Вашей компании.

На данном этапе наша конверсия составляет 80 %, и идет она с физических лиц. Около 18 организаций согласились с нами сотрудничать, и это уже на данном этапе, а работаем мы всего 4 месяца. Сейчас мы вышли на тот уровень, когда окупаем себя, хотя затраты очень большие. Я сумела избежать очень многих ошибок благодаря курсу «Как открыть салон цветов». Я продумала даже такие тонкости, о которых раньше и не задумывалась, например расположение помещения, потоки клиентов, парковка и так далее.

Что касается книги «Как удвоить продажи салона цветов?», то могу сказать: она уже стала для меня настольной. А также мне очень нравится курс «Сарафанное радио» – мотивационная программа для сотрудников. Если вы хотите, чтобы они работали на вас и на все 100 %, обязательно приобретайте! Я всем рекомендую, даже тем, кто уже открыл свой салон, именно для того, чтобы подняться на более высокий уровень, для того чтобы повысить продажи, поток покупателей и для того, чтобы клиенты уходили от вас довольными, счастливыми и оставляли вам такие же отзывы, как я для компании «FlowersBiz».

*Ли́ка Е́лчина,
генеральный директор салона цветов «Леди Флер»*

2

Специфика цветочного бизнеса: секреты успеха

Начинаем работать задолго до открытия

Особенность цветочного бизнеса в том, что вы должны начать работать уже тогда, когда салон еще не открылся для покупателей, чтобы привлекать к себе клиентов. Включаться в работу нужно задолго до того, как салон начнет стабильно функционировать. Сразу после заключения договора аренды и ремонта (он нужен для того, чтобы вы могли устроить помещение по своему вкусу), нужно включаться в работу.

Люди, которые работают в вашем районе, ваши соседи и конкуренты должны знать, что вы открываете цветочный салон. Возможно, благодаря этому вы сразу получите какое-то количество заказов. В привлечении клиентов вам может очень помочь изучение торговой карты территории, на которой вы арендуете помещение. Важно четко знать, где находится ближайший бизнес-центр, где – школы, где – крупные магазины, где – мини-рынки. О вашем бизнесе все должны узнать задолго до того, как вы откроете салон для покупателей. Смело идите к соседям и заявляйте о себе. Можно отправлять письма, делать подарки, привлекать клиентов как угодно, но каждый человек в вашем районе должен знать, что скоро поблизости откроется цветочный салон, в котором всех ждут специальные предложения, приятные скидки и т. д.

Эта стратегия успешно работает на привлечение клиентов.

Людмила Кольман: Мы начинали с продажи того, чего нет в округе. Я изучила цены в ближайших магазинах, поняла, чего в цветочных магазинах нет. Ассортимент тогда вообще был небольшой, поэтому я точно знала, у кого чего нет. За МКАДом был салон «Садко» с прекрасными флористами, я чуть ли не каждый день туда ездила, смотрела, как они работают.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.