

эксперты



Ирина Колесова ИП Колесова, магазин «Учебная книга»

«Мы все учились понемногу чему-нибудь и как-нибудь». И, хотя не все знания можно почерпнуть из учебников, без книг тоже не обойтись. Реализация учебной литературы — весьма увлекательное направление книжного бизнеса. Но формат этот достаточно специфический. Он требует от предпринимателя не только финансовых инвестиций, но и — что не менее важно — интеллектуальной подготовки и понимания дела. Как превратить источник знаний в источник прибыли, рассказала Ирина Колесова, владелица магазина «Учебная книга».

Знать все о рынке

В Нижнем Новгороде реализацией учебной литературы занимаются как специализированные магазины, так и крупные многопрофильные торговые точки. Последние сегодня занимают лидирующие позиции. В числе наиболее заметных игроков нижегородского книжного рынка Ирина Колесова называет «Дирижабль», «Лас Книгас», «Бестселлер», «Дом книги», «Знание».

Избрав в качестве специализации учебную книгу, место для магазина лучше искать поближе к основным клиентам: вблизи образовательных учреждений, школ, вузов. В Нижнем Новгороде, по мнению Ирины Колесовой, наиболее выгодно открывать книжный магазин в нагорной части города.

В стране выученных уроков

Издательства сегодня предлагают широкий выбор литературы. Однако покупать все подряд не стоит. Грамотно сформировать ассортимент книжного магазина поможет квалифицированный менеджер, в обязанности которого будет входить закупка наиболее востребованных изданий.

На начальном этапе Ирина Колесова не рекомендует заниматься несколькими направлениями книжной торговли. С точки зрения предпринимателя, разумнее выбрать достаточно узкую «нишу» и последовательно осваивать новые направления, расширяя ассортимент.

В принципе, все книжные магазины продают один и тот же товар примерно по одной цене. Чтобы иметь успех, продавец должен предложить книголюбу нечто уникальное, то, чего он не смог найти у конкурентов. «Конечно, нижегородский рынок учебной литературы насыщен, — говорит Ирина Колесова, — но существуют определенные узкоспециальные пособия, которые мало где продаются. Для того, чтобы всегда быть в выигрыше, эти новинки необходимо отслеживать и представлять в своем магазине».

Чтобы покупатель не потерялся в лабиринтах предложений, для него стоит расставить указатели — таблички с разделами знаний. Их обычно вешают под потолком так, чтобы клиент, зайдя в магазин, мог сразу сориентироваться, где находится нужная ему литература. Большую часть ассортимента выставляют на полки корешками наружу. Новый товар Ирина Колесова советует показать «лицом». «Главное, — подчеркивает предприниматель, — так представить ассортимент книг, чтобы он был хорошо виден и максимально доступен для покупателя».



С книжным по жизни

Как свидетельствует народная мудрость, учиться никогда не поздно. А потому учебная литература пользуется спросом у людей всех возрастов. Она необходима преподавателям, воспитателям, руководителям всевозможных курсов, студентам, школьникам, дошколятам и их родителям. Порядка 70% покупателей магазинов учебной книги составляют постоянные клиенты.

«Своих покупателей мы курируем с первого класса и до окончания вуза, — рассказывает Ирина Колесова. — Специалисты нашего магазина пытаются помочь каждому и подобрать оптимальное решение, максимально отвечающее потребностям клиента. Внимание и индивидуальный подход позволяют завоевать расположение покупателей и привлечь их в книжный магазин».

Вообще книжный магазин должен быть уютным местом, где можно не только купить книгу, но и поговорить о литературных новинках. Поэтому необходимо ответственно подойти к подбору персонала. Продавцы должны хорошо разбираться в книжном ассортименте и уметь, при необходимости, дать квалифицированный совет клиенту. Ежегодный всплеск спроса на учебную и научную литературу приходится на август-октябрь, когда за учебниками приходят главные их покупатели — школьники и студенты. «В сезон» книжный магазин посещают до 150 человек за день, сумма одной покупки в отдельных случаях может достигать 50 тыс. руб. Среднее количество покупателей в остальное время составляет порядка 30 человек, средний чек — от 3 до 5 тыс. руб.

Предпринимателю, решившему открыть бизнес по продаже учебной литературы, надо быть готовым самому постоянно учиться. Знание нюансов в области реализации литературы, как и во всех других сферах деятельности, приходит с опытом. Скорого возвращения материальных инвестиций ждать тоже не стоит: сроки окупаемости книжного магазина составляют в среднем три года. Зато, когда магазин хорошо зарекомендует себя и обзаведется постоянной клиентурой, вы поймете, что дело это не только прибыльное, но и очень интересное.

НА ЗАМЕТКУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ

Стартовые инвестиции — от 500 тыс. руб.

Основные затраты — аренда помещения, закупка товара.

Оборотные средства — 300 тыс. руб.

Сроки окупаемости — 3 года.

Площадь помещения — от 50 кв. м.

Штат сотрудников — 2-3 человека.

Рентабельность бизнеса — от 10 до 30%.