

эксперты



Владимир Шоронов директор ООО «НП Аваллон-Студио Лимитед»



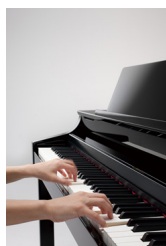
Григорий Князев и. о. директора магазина «Muzzdvor», ООО «Контакт»

Предпочитаете «живую» музыку однообразному бухтению плеера, но у вас нет ковровой сумки Мэри Поппинс, откуда можно в мгновение ока вытащить настоящее пианино? Не отчаивайтесь! Двери музыкальных салонов открыты для каждого, кто мечтает, чтобы имя его зазвучало.

Духовная пицца

«Прошел телесериал «Ранетки» — и девочки, подражая героиням, бросились искать дешевенькие гитары, синтезаторы, другие инструменты, учиться играть, — рассказывает Владимир Шоронов, директор ООО «НП Аваллон-Студио Лимитед». — Раньше многие родители, пытаясь привить детям любовь к музыке, покупали пианино. Теперь ему на смену пришел синтезатор, отпала надобность в больших деревянных ящиках, которые занимают много места».

Клавишные инструменты особенно востребованы осенью, когда начинается учебный год в музыкальных школах. Весной, с открытием походного сезона, возрастает спрос на гитары. «Судя по продажам в нашем магазине, через пару лет в Нижнем Новгороде пианистов будет больше, чем гитаристов», — говорит Григорий Князев, и. о. директора магазина «Muzzdvor». Тем не менее, музыкальные инструменты не назовешь товаром первой необходимости. Когда у людей есть свободные деньги, они готовы тратить их на духовные ценности. Если средства ограничены — их предпочитают расходовать на хлеб насущный.



По данным Владимира Шоронова, в настоящее время в России 4-5 крупных фирм занимаются продажей музыкальных инструментов и оборудования. Они поставляют продукцию зарубежного производства в небольшие магазины. В Нижнем Новгороде порядка 8 известных салонов музыкальных инструментов. Большая их часть располагается в центре города. «Для покупателя такое расположение удобно: он может обойти все магазины, сравнить ассортимент, прицениться. Но близкое соседство обостряет конкуренцию между продавцами музыкальных инструментов», — считает Григорий Князев. По мнению эксперта, у нижегородца, решившего открыть собственный бизнес по продаже музыкальных инструментов, мало шансов на успех. Франчайзинг — более выигрышный вариант, так как он обеспечивает предпринимателю поддержку

известной компании.

Вся гамма продукции

В ассортименте музыкального салона могут быть рояли, пианино, синтезаторы, акустические и электрогитары, скрипки, виолончели, аккордеоны, баяны, духовые, ударные и перкуSSIONные инструменты. При этом для каждого направления музыкального товара существуют свои признанные марки. Популярностью пользуются гитары KORG, ESP, PRS Guitars, Taylor, синтезаторы Casio и Yamaha. «Ансамбль «Smokie», например, работает только с звуковым оборудованием немецкой фирмы Dynacord», — раскрывает секреты Владимир Шоронов.

Эксперты советуют для начала закупить всего понемножку, при этом не забыть о мелочах: струнах, медиаторах, ремнях и чехлах для гитар, барабанных палочках и т. д. Меломан с большей охотой пойдет туда, где сможет найти все необходимое для музицирования в комплексе. Поэтому неплохо, если в ассортименте музыкального салона будут акустические системы, колонки, микрофоны, усилители, устройства для обработки звука.

Качественные музыкальные инструменты производят в Японии, США, Италии, лидеры на рынке оборудования — Германия, Англия, США. «Для России музыкальные инструменты известных марок в основном выпускает Китай. Но это не означает, что продукция некачественная. Производство ведется по лицензии западных компаний, оригинальные запчасти приобретаются у завода-изготовителя», — говорит Григорий Князев.

Известные мировые бренды в ассортименте музыкального салона привлекают внимание клиентов, но начинающему предпринимателю очень сложно договориться о прямых поставках из-за рубежа. По словам Григория Князева, основными поставщиками музыкальных инструментов и оборудования в России являются компании «A&T Trade» и «Slami».

Стандартная наценка на музыкальные инструменты в Нижнем Новгороде составляет около 20%. «Многое зависит от цены товара: чем она выше, тем меньше прибавляемый процент. Допустим, барабанные палочки стоят 350 руб., наценка на них составляет 150 руб., наценка на гитару за 100 тыс. руб. — порядка 10 тыс. руб., т. е. 10%», — объясняет Григорий Князев.

Языком цифр

Продавцу необходимо досконально разбираться в ассортименте, чтобы грамотно преподнести товар. Музыкальное образование желательно, но необязательно. Сотрудник, прежде всего, должен быть психологом, обладать хорошей памятью и быть готовым усвоить изрядный объем информации о «звучной» продукции. На одного клиента у продавца уходит в среднем час, так что 3-5 посетителей обеспечивают сотрудника музыкального магазина работой на целый день. Многие клиенты, прежде чем отправиться в салон, изучают ассортимент на сайте, сравнивают предложения различных компаний. Популярен заказ «звучного» товара через интернет, по словам Григория Князева, этой услугой пользуются до 60% их покупателей.

Салон можно разместить на площади в 50-100 кв. м. В жилом доме нужна звукоизоляция, чтобы демонстрация музыкальной продукции не нарушала покой добропорядочных нижегородцев, в офисном здании это необязательно. Оборудование торгового зала не потребует больших затрат: достаточно гитарных стоек (от 200 руб. за штуку), крестообразных стоек для клавишных (от 500 руб. за каждую), эконом-панелей с держателями и витрин для мелкого товара.

Стартовые инвестиции в бизнес составят, по меньшей мере, 500 тыс. руб. Однако, по мнению Григория Князева, чтобы вызвать доверие клиента, только товара необходимо закупить на 2 млн. руб. Еще 3 млн. руб. пойдет на продвижение компании.

В обороте музыкального салона должно находиться 2-2,5 млн. руб. Рентабельность бизнеса — от 25%, но, как предупреждает Владимир Шоронов, в первые 6-9 месяцев на прибыль рассчитывать не приходится. Хорошо, если выручка будет покрывать текущие расходы. Предприятие выйдет на уровень окупаемости не раньше, чем через два года.