

Profil de afacere

Magazin de produse naturiste

Descrierea generala a pietei

Odata cu o usoara crestere a veniturilor populatiei, acestia devin din ce in ce mai atenti cu produsele pe care le achizitioneaza, in special cu cele care tin de alimentatie si de sanatate. Astfel, in ultimii ani s-a inregistrat o crestere a interesului populatiei pentru alimentatia naturala, sanatoasa si, in general, pentru un stil de viata sanatos, in incercarea de a compensa alte aspecte care au un impact negativ asupra sanatatii cum ar fi stresul si poluarea. O cercetare realizata la finalul anului 2010 a relevat faptul ca 50% din romani folosesc in mod frecvent produse naturiste pentru tratarea si prevenirea anumitor afectiuni.

Astfel, magazinele cu produse naturiste vin sa acopere exact nevoia oamenilor de a consuma produse naturale si suplimente alimentare menite sa le asigure o viata mai sanatoasa. Intr-un astfel de magazin naturist se comercializeaza de regula ceaiuri, suplimente nutritive, cereale, siropuri, produse cosmetice bio, etc.

Cientii

În ceea ce priveste structura clientilor, 50% dintre acestia sunt pensionari cu venituri mici si medii, inasa se inregistreaza o crestere importanta in randul persoanelor mai tinere si cu venituri mai mari care apeleaza la produsele naturiste in scop de preventie si nu de tratare a unor afectiuni.

O piata relativ noua este cea care se refera la produsele cosmetice bio, existand un interes relativ mare pentru acest tip de produse, in special in randul femeilor.

Este foarte important ca in momentul in care va creionati ideea de afaceri sa aveti in minte segmentul de clienti carora urmati sa va adresati, pentru ca, in functie de asta va veti adapta cel mai bine atat oferta de produse cat si cea de preturi. Un instrument util in acest sens este template-ul **Criterii de segmentare clienti**.

Un aspect foarte important care trebuie urmarit este fidelizarea clientilor atat prin intermediul calitatii serviciilor oferite cat si prin stimulente de ordin financiar: bonusuri, reduceri, etc. Un instrument util pentru fidelizare este Cardul de fidelitate mentionat si la capitolul Promovare.

Concurenta

Avand in vedere interesul crescut pentru acest tip de produse, in ultimii ani s-a inregistrat o crestere relativ mare a concurentei pe acesta piata. Pe langa magazinele de tip Plafar exista si multe magazine on-line care comercializeaza produse naturiste la preturi mici.

In plus, acest tip de afacere are o concurenta indirecta din partea supermarketurilor care au standuri cu produse bio.

Avantajul unui magazin naturist fata de acesti din urma competitori poate consta in varietatea produselor comercializate, calitatea serviciilor livrate si in consultanta pe care o pot oferi angajatii.

Pentru a va pozitiona cat mai bine in acest tip de piata competitiv este necesar sa va gasiti un element de diferentiere, fie ca este vorba de anumite produse distribuite in exclusivitate,

fie de angajarea unor persoane cu studii din domeniul medicinei/farmaciei care sa poate oferi consultanta specializata clientilor .

Pentru a face o mai buna analiza a concurentei utilizati template-urile **Matricea de analiza comparativa a concurentilor** si **Analiza competitivitatii**.

Promovarea

În primul rand trebuie delimitat publicul tinta, care de regula se constituie atat din pensionari cat si din persoane mai tinere, cu venituri peste medie, interesate de un stil de viata sanatos, iar promovarea trebuie sa vizeze în mod special aceste doua grupuri.

În faza incipienta, magazinul in sine va constitui un element de promovare. De aceea este important modul de prezentare al magazinului, atat in exterior cat si in interior: spatiul trebuie sa fie aerisit, produsele prezentate cat mai vizibil, preturile afisate in locuri accesibile; vitrinele magazinului trebuie sa fie foarte atragatoare si vizibile de la distanta. Pentru colarea vitrinelor magazinului puteti apela la furnizorii de produse naturiste care sunt interesati la randul lor sa isi promoveze firma si produsele.

O alta modalitate de promovare din aceeasi categorie sunt ambalajele si sacosele personalizate, care vor fi utilizate de cumparatorii dumneavoastra si in alte contexte. Puteti oferi sacose de hartie gratuite sau contra cost, sacose de panza cu sigla magazinului. Acestea din urma pot fi oferite „gratuit” pentru cumparaturi care depasesc o anumita valoare.

De asemenea se poate recurge la mijloace de promovare ieftine (leaflet-uri, afise stradale în apropierea magazinului) sau la anunturi în presa locala. Distribuirea de pliante trebuie facuta in locurile in care se gasesc potentialii dumneavoastra clienti: parcuri, sali de sport, cabinete medicale, piscine, etc.

In cazul in care magazinul incepe sa comercializeze anumite produse in exclusivitate se mai poate recurge la o campanie promotionala sustinuta, pentru a asigura o mai buna diferentiere a acestuia fata de concurenta.

Se poate opta pentru oferirea de vouchere pe diferite site-uri de reduceri, pe incheierea de parteneriate cu posturi de radio locale care pot oferi ca premiu ascultatorilor un voucher de cumparaturi in magazinul dumneavoastra.

De asemenea va puteti face un website propriu de prezentare a gamei de produse care poate fi utilizat si ca magazin online pentru clientii care nu pot ajunge la magazinul fizic, sau care prefera sa achizitioneze produse online.

O modalitate buna de fidelizare a clientilor este Cardul de fidelitate, prin intermediul carora clientii pot primi anumite discounturi.

De asemenea, pentru promovarea vanzarilor, la cumpararea unui produs, se pot oferi mostre gratuite din produse noi/ cu succes mai mic la vanzare.

Dar cea mai buna modalitate de promovare este prin intermediul clientilor multumiti care va vor recomanda mai departe, de aceea trebuie sa investiti in produse de calitate si in instruirea angajatilor care vor face vanzarea in magazin.

Costurile de început

Cheltuielile care preced demararea afacerii includ mai multe componente. Este vorba în primul rand despre costurile legate de asigurarea spatiului de desfasurare a activitatii. Acesta

este de regula amplasat la parterul unor cladiri, fie ca spatiu comercial propriu-zis, fie într-un apartament dintr-un bloc de locuinte.

Pentru inceput ar fi nevoie de un spatiu de minim 20 mp pentru vanzare si 5-10 mp depozitare, in functie de varietatea gamei de produse si de nivelul de vanzari pe care vi l-ati propus. Este foarte important ca spatiul sa fie localizat intr-o zona cu trafic intens sau sa existe locuri de parcare.

Costurile legate de spatiu variaza de la cateva sute sau mii de Euro (pentru închirierea pe primele 3-6 luni) pana la cateva zeci de mii de Euro (în cazul cumpararii spatiului, ceea ce se întâmpla foarte rar). De asemenea, spatiul trebuie amenajat pentru desfasurarea activitatilor de comert: rafturi, display-uri etc. Costul mobilierului poate varia între 1000 si 3000 de Euro

Daca urmeaza sa comercializati produse care necesita conditii speciale de pastrare, sunteti obligati sa asigurati conditiile impuse de producator si inscriptionate pe ambalaj. Exista anumite tipuri de produse care trebuie tinute in congelator, altele in frigider, iar marea majoritate la o temperatura de maxim 25 de grade, ceea ce implica montarea unui aparat de aer conditionat si achizitionare unui frigider/congelator, dupa caz.

Pentru a stabili gama de produse pe care o veti comercializa este necesara realizarea unei cercetari de piata pentru a vedea ce anume se vinde. Ati putea incepe acesta analiza prin vizitarea magazinelor de acest tip din zona in care va veti desfasura activitatea pentru a vedea ce tip de produse comercializeaza acestea. Cei mai cunoscuti furnizori de produse naturiste sunt Dacia Plant, Plafar, Hofigal, Himalaia, Alevia, Aslavital. Mai multe informatii privind furnizorii de produse naturiste gasiti pe <http://www.mamanatura.ro/producatori/>.

O data ce ati stabilit produsele pe care intentionati sa le comercializati este necesar sa achizitionati un stoc de astfel de produse, investitie care se poate situa între 3000 si 5000 de Euro.

Pentru a putea face o comparatie cat mai corecta între furnizori utilizati **Matricea de analiza comparativa a furnizorilor**.

Date fiind costurile complexe, este de preferat ca pentru inceput sa va lansati cu mai putine produse, dar sa oferiti consultanta cumparatorilor dumneavoastra. Asta presupune ca angajatii care vor face vanzarea sa cunoasca foarte bine produsele pe care le comercializeaza, proprietatile terapeutice si sa poata face recomandari.

Pentru inceput, pentru a avea o evidenta cat mai buna a incasarilor si platilor, utilizati template-urile **Costuri start-up**, **Fluxul de numerar** si **Pragul de rentabilitate**.

Pregatirea si calificarea

Pentru desfasurarea unei astfel de activitati este necesara angajarea unui personal de vanzari: in functie de programul stabilit puteti angaja una sau doua persoane. Conform legii acestea trebuie sa aiba studii medii. Pentru a va asigura ca acestea vor putea face recomandari clientilor este necesar sa aiba abilitati foarte bune de comunicare si cunostinte de medicina sau farmacologie. Acestea din urma pot fi invatate la locul de munca. Incadrarea personalului se va face ca Vanzator de produse naturiste, conform codului COR: 522007.

Cadrul legal

Regulile de infiintare pentru un magazin care comercializeaza produse naturiste sunt cele care se aplica la orice tip de firma. Documentele necesare de care aveti nevoie sunt:

- Dovada verificarii disponibilitatii si rezervarii denumirii firmei – de la ORC
- Dovada privind capitalul social
- Certificate de cazier fiscal care se elibereaza de catre DGFP
- Copie buletin sau pasaport asociat / administrator
- Declaratiile date pe proprie raspundere: date de catre asociati / administratori / cenzorii din SRL, din care sa rezulte ca îndeplinesc conditiile legale pentru detinerea acestor calitati (original);
- Declaratie asociat unic, daca este cazul
- Declaratie sediu de la proprietarul spatiului + Dovada Proprietate
- Act constitutiv societate: - Contract sediu / punct de lucru
- Specimenele de semnatura – administrator

De asemenea este obligatorie achizitionarea unei case de marcat si inregistrarea memoriei fiscale la Finante.

In ceea ce priveste codurile CAEN care reglementeaza acesta activitate, exista mai multe opinii in randul consultantilor. Cele mai potrivite coduri CAEN sunt:

- 4711 Comert cu amanuntul in magazine nespecializate, cu vanzare predominanta de produse alimentare, bauturi si tutun
- 4729 Comert cu amanuntul al altor produse alimentare, in magazine specializate
- 4775 Comert cu amanuntul al produselor cosmetice si de parfumerie, in magazine specializate
- 4776 Comert cu amanuntul al florilor, plantelor si semintelor;

In ceea ce priveste magazinul online, legea care reglementeaza acest aspect este Legea nr. 365 din 7 iunie 2002.

Pentru a respecta normele legale in vigoare, magazinul online trebuie sa contina:

1. Numele complet al firmei care desfasoara activitate economica prin intermediul magazinului online.
2. Datele complete de identificare (Codul Fiscal, Numarul de inregistrare de la Registrul Comertului, Adresa).
3. Datele de identificare ale autorității competente, in cazul in care activitatea dumneavoastra este supusă unui regim de autorizare.
4. Preturile aferente pentru produsele oferite spre vanzare.
5. Autorizatia de la Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal, deoarece firma dumneavoastra devine operator de date cu caracter personal in momentul in care cereti clientilor dumneavoastra sa completeze formularul de inscriere in magazin in vederea finalizarii comenzii.
6. Link de pe prima pagina catre Autoritatea Nationala pentru Protectia Consumatorilor www.anpc.gov.ro.

Informatii suplimentare

Autoritatea Națională de Supraveghere a Prelucrării Datelor cu Caracter Personal

<http://www.dataprotection.ro>

Autoritatea Nationala pentru Protectia Consumatorilor

www.anpc.gov.ro

www.plandeaafacere.ro – informatii cu privire la realizarea unui plan de afacere

www.finantare.ro – informatii cu privire la surse de finantare

www.intreprinzatori.ro – idei de afaceri si modele de reusita

www.managementulproiectelor.ro – informatii si instrumente cu privire la managementul proiectelor