

Александр Бондарь

Бижутерия - ваш бизнес

Как открыть и сделать прибыльным



Александр Бондарь

**Бижутерия – ваш бизнес. Как
открыть и сделать прибыльным**

«Издательские решения»

Бондарь А.

Бижутерия – ваш бизнес. Как открыть и сделать прибыльным /
А. Бондарь — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-931057-6

Книга «Бижутерия — ваш бизнес» — написана основателем крупнейшего в России интернет-магазина бижутерии «Море блеска» для начинающих и опытных предпринимателей. Это уникальное практическое руководство по запуску продаж бижутерии с нуля и развитию компании, основанное на опыте автора в бизнесе с 2008 года. В книге есть ответы на все главные вопросы, связанные с торговлей бижутерией: закупки, реклама, наценки, продажи оффлайн и онлайн, управление. Это настольная книга каждого продавца бижутерии.

ISBN 978-5-44-931057-6

© Бондарь А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Выгодно ли продавать бижутерию?	8
Рынок бижутерии —	8
Ценовые сегменты бижутерии	9
Какие делать наценки на бижутерию?	10
Истории успеха	15
Какова прибыль бизнеса по продаже бижутерии?	17
Закупки бижутерии	18
Где найти поставщика бижутерии?	19
Как закупают бижутерию в Китае?	26
Как проверить поставщика?	30
Так ли выгодно закупать бижутерию в Китае?	32
Как выбирать бижутерию, которая будет продаваться?	34
Как получить бижутерию на реализацию или с отсрочкой платежа	36
Контроль качества бижутерии	39
Конец ознакомительного фрагмента.	40

Бижутерия – ваш бизнес Как открыть и сделать прибыльным

Александр Бондарь

© Александр Бондарь, 2019

ISBN 978-5-4493-1057-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Слова благодарности

Эта книга посвящена всем,
кто помогал и вдохновлял меня.

Я посвящаю эту книгу нашим любимым клиентам, ради которых и существует интернет-магазин бижутерии «Море блеска». Благодаря вам и во имя вас было создано все то, о чем я буду рассказывать. Все наши принятые решения, все осуществленные действия направлены на то, чтобы все наши клиенты получали огромную радость от покупок бижутерии «Море блеска».

Я посвящаю эту книгу моим замечательным сотрудницам, которые каждый день искренне и с душой работают во имя радости покупательниц бижутерии. Особенно выделил бы наших топ-руководителей Ксению и Лиану, с которыми мы многие годы работаем плечом к плечу. Ваша ответственность, сплоченность, умение тонко чувствовать – это тот самый уникальный ресурс, который так восторгает наших клиентов и вдохновляет меня лично.

Я посвящаю эту книгу моим родителям, которые всю жизнь делились со мной всем лучшим, что у них было и есть. Спасибо вам за безмерную любовь и терпение, которые вы дарили мне с самых первых дней жизни. Отдельное спасибо моей бабушке Маргарите Александровне за любовь, заботу и уроки деловой жизни и инициативности, которые я получил еще в раннем детстве.

Я посвящаю эту книгу своей супруге Марии, без которой этот бизнес вообще не мог бы существовать. Мы вместе вставали в полшестого утра, чтобы успеть проскочить в офис до начала утренних пробок. Вместе трудились до полуночи. Вместе встречали все проблемы и находили решения. И по сей день работаем в слаженном тандеме.

И, конечно, я посвящаю книгу моей любимой дочери Настюше. С твоим появлением все труды и все свершения я посвящаю тебе. Я счастлив, когда счастлива ты. Я радуюсь, когда радуешься ты. Ты мой вдохновитель и путеводная звезда.

Цель книги

По статистике, не более пяти процентов компаний доживают до своего пятилетия. По пальцам можно пересчитать фирмы, которые доживают до своего десятилетия. Особенно если речь идет не о крупном бизнесе, а о малом или микро. В 2018 году мой интернет-магазин бижутерии «Море блеска» (ранее *I Love Me*) отметил свое десятилетие.

Когда в 2008 году мы открывались, то непросто было найти действительно полезную информацию по бизнесу. Интернет в нашей стране еще только зарождался в качестве основного источника информации.

За первые годы бизнеса я прочитал порядка сотни книг. Некоторые были очень полезны, некоторые лишь отчасти, некоторые совсем не помогали. Чтобы развивать компанию, приходилось складывать достаточно объемный пазл из разрозненной информации.

Сейчас найти достойную поддержку намного легче: есть множество тренингов, бизнес-курсов, книг. Можно прочитать отзывы и наверняка отобрать лучшие источники информации.

Тем не менее не всегда получается применить полученные знания конкретно на своем бизнесе. Бывает, что новое знание сложно адаптировать и использовать. А чаще всего некоторая информация просто вредоносна для бизнеса.

Цель этой книги – свести воедино самый сок, самую важную и полезную информацию о бизнесе. Но не о бизнесе в общем. А конкретно о продажах бижутерии!

Я решил написать книгу, которую хотел бы прочитать сам. Ту книгу, которой мне не хватало на протяжении десяти лет продаж бижутерии.

Я рассчитываю, что вам не нужно будет искать, тратить дни и ночи на поиски идей. Я ожидаю, что решения будут появляться у вас сами собой. Ведь все написанное – это не что иное, как мой личный опыт продаж бижутерии в магазине «Море блеска» с 2008 года.

Для кого эта книга?

Эта книга написана для всех, чей бизнес связан с продажами бижутерии.

Тем, кто только начинает работу с бижутерией, книга раскроет продажи бижутерии во всех аспектах: поставщики, наценки, товары, клиенты, реклама.

Опытные предприниматели могут почерпнуть более глубокую информацию по управлению персоналом, тонкой работе с клиентами. Я не ограничусь поверхностным обзором тем. Каждый вопрос будет освещен в деталях, основанных на более чем десяти годах работы с бижутерией.

Сотрудники крупных розничных сетей бижутерии и смежных ниш тоже смогут найти для себя множество полезной информации по закупкам, продажам и рекламе.

Что в этой книге?

Ежедневно на протяжении последних десяти лет я и мои сотрудники получаем множество вопросов от владельцев бизнесов по продаже бижутерии. И начинающие, и опытные предприниматели задают интересные вопросы, которые помогли бы им начать или улучшить свой бизнес.

При написании этой книги я проанализировал несколько тысяч таких обращений и моих ответов. Свел весь накопленный материал в единую систему и наложил на личный более чем десятилетний опыт продаж бижутерии в розницу и оптом.

Я надеюсь, что эта книга поможет вам начать, улучшить и вывести свой магазин или сеть магазинов бижутерии на новый уровень.

Вот неполный перечень того, что будет в этой книге:

- обзор рынка бижутерии в целом и ключевых узких ниш внутри рынка бижутерии;
- виды бижутерии по материалам, стилям, ценам;
- подробный портрет покупателей и покупательниц;
- где производится бижутерия, как выйти на поставщиков;
- как правильно закупать бижутерию, которая будет хорошо продаваться;
- как открыть свой бизнес: магазин бижутерии, интернет-магазин, продажи в социальных сетях, прямые продажи с рук и другие;
- как организовать производство бижутерии;
- как рекламировать свой бизнес и получать больше клиентов;
- какие делать наценки;
- как побеждать конкурентов, включая крупных;
- как находить уникальный товар;
- как работать с клиентами;
- как нанимать сотрудников магазина бижутерии;
- будущее и перспективы рынка бижутерии;
- и еще много-много всего о торговле бижутерией, что удалось накопить за время существования магазина «Море блеска».

Выгодно ли продавать бижутерию?

Рынок бижутерии — идеальная среда для микробизнеса

Рынок бижутерии и аксессуаров на первый взгляд очень разнообразен, непредсказуем и запутан. Действительно, как разобраться в таком многообразии характеров, вкусов и предпочтений? Тем не менее мы постараемся разложить все по полочкам.

Природа конкуренции на рынке бижутерии весьма специфическая. С одной стороны, бижутерию носят очень многие девушки и даже мужчины, то есть объем рынка весьма велик. Малому предпринимателю здесь есть где разгуляться. Поэтому так много одиночных магазинчиков и небольших компаний на этом рынке.

С другой стороны, для крупных компаний рынок бижутерии совсем не интересен. Очень многие крупные торговые сети или онлайн-магазины имеют в своем ассортименте бижутерию. Но они никогда всерьез направление бижутерии не развивают. Такое, можно сказать, пренебрежительное отношение крупных игроков к продажам бижутерии создает больше возможностей именно для «малышей» бизнеса.

Можно еще сделать такое заключение: объем рынка и его высокая маржинальность очень привлекательны в масштабах микробизнеса. Но объема рынка не хватает для того, чтобы всерьез привлечь крупных игроков.

Поэтому рынок бижутерии – один из немногих рынков в России, где серьезной конкуренции не предвидится. Хотя объем рынка составляет больше двух с половиной миллиардов долларов США! При этом, по оценкам экспертов, насыщенность рынка даже в крупных городах составляет не более сорока процентов, а в более маленьких городах и того меньше.

Рынок бижутерии прощает ошибки новичков, дает возможность экспериментировать, позволяет быстро окупить первоначальные вложения. И это очень здорово для небольших компаний и просто девушек и женщин, которые решили попробовать себя в предпринимательстве.

Обратная сторона медали – на рынке бижутерии не сделаешь суперкомпанию размером с Apple или Google. Но создать стабильный бизнес, который поможет полноценно кормить себя и семью, обеспечить себя и родных достойным уровнем жизни, – это про бижутерию.

Заработать серьезные суммы на в целом недорогом товаре помогают впечатлительность и эмоциональность покупательниц.

Во всем мире среднеценовой бижутерией интересуются преимущественно девушки. Я намеренно использую слово «девушки», независимо от возраста.

Они покупают только самые качественные вещи, модные и при этом не слишком дорогие. Даже самое любимое и стойкое украшение редко носится больше полугода. Чаще всего очередной порции модной бижутерии хватает на сезон. То есть девушки часто обновляют свои коллекции. Это повышает частоту покупок, а также требует от продавца регулярно обновлять коллекции. Но об ассортименте мы поговорим позже.

Одна покупательница магазина бижутерии готова потратить от 1500 до 5000 рублей. Средний чек в розничных продажах бижутерии среднего ценового сегмента составляет 2500 рублей. А торговые наценки на бижутерию достигают значений вплоть до пятисот процентов. Так что главное для предпринимателя в сфере продаж бижутерии – знать модные тенденции, грамотно формировать ассортимент и обеспечить стабильный приток покупателей.

Ценовые сегменты бижутерии

Некоторые предприниматели считают, что бижутерия – это исключительно дешевые товары, и предпочитают торговать бижутерией дешевого сегмента. Некоторые, в частности наши оптовые клиенты, торгуют в среднем ценовом сегменте. Давайте посмотрим, какие уровни цен есть в бижутерии. А также посмотрим, какой же вариант торговли самый выгодный.

В бижутерии принято выделять три основных ценовых сегмента: низкий, средний и высокий. Различают их по средней розничной цене.

Изделия низкого ценового сегмента продаются в розницу до 500 рублей. Это, как правило, дешевая китайская бижутерия с не очень хорошим покрытием, непонятными стразами. Еще одной характерной особенностью являются высокие показатели брака – до семидесяти процентов оптовой партии. То есть если такую бижутерию закупить в Китае, то выставить в продажу с уверенностью можно только половину товаров. У остальных будет пузырящееся покрытие, выпавшие кристаллы, поцарапанный металл. Как правило, покупают такие изделия либо молодые клиентки и подростки, либо девушки с небольшими доходами.

Высокий ценовой сегмент – это вещи по цене от 2000 рублей в розницу. Цены достигают и 20 тысяч рублей, что дороже многих ювелирных изделий. То есть это такие украшения, стоимость которых превышает средний размер покупки в магазине бижутерии. Качество таких изделий хорошее, но не какое-то необычное. Высокая цена оправдывается, как правило, европейским брендом или производством. Хотя бывает, что такие вещи производятся в Китае (просто по улучшенной технологии), завозятся в Европу, там брендируются и далее продаются под видом европейской дизайнерской бижутерии.

Средний ценовой сегмент – это украшения в диапазоне от 500 до 2000 рублей в розницу. Такие украшения пользуются немалым спросом, потому что они достаточно качественные и стоимость их приемлема. Конечно, объем продаж в единицах товаров существенно ниже, чем в низком ценовом сегменте. Но так как стоимость одного украшения больше, то оборот в деньгах получается такой же или даже больше.

Какие делать наценки на бижутерию?

Крайне важно, чтобы цены соответствовали качеству предлагаемой продукции и сервису. Ведь гармоничное ценообразование ведет к успеху в бизнесе. А дисгармония цен и товаров неминуемо приведет к самым негативным последствиям для торговли. Я рассмотрю принципы принятия решения по ценообразованию и приведу примеры, как это реализуется с бижутерией.

Что такое стратегия конкурентного преимущества?

Уровень цен зависит от такого понятия, как стратегия конкурентного преимущества. Методика назначения цены напрямую вытекает из стратегии конкурентного преимущества.

Стратегия конкурентного преимущества – это способ, которым мы собираемся бороться с конкурентами. Так или иначе, бизнес – всегда борьба между компаниями. Например, это может быть борьба между магазинами в одном районе, в одном ТЦ. Или борьба между двумя аккаунтами, продающими бижутерию в «Инстаграме». Соответственно, задача бизнеса – так или иначе оттянуть на себя какую-то часть клиентов.

От выбранной стратегии конкурентного преимущества зависит наш уровень наценок, уровень цен в магазине на бижутерию.

Всего я представлю три стратегии конкурентного преимущества. Каждая из стратегий соответствует определенному уровню цен: низкому, среднему и высокому.

Можно применять каждую из стратегий не только в чистом виде, но и комбинировать их. Можно комбинировать стратегию низких и средних цен. Можно комбинировать стратегию средних и высоких. Но не получится в одном бизнесе совместить низкие и высокие цены, так как эти стратегии являются полными противоположностями друг другу и никак не уживаются вместе.

Важно отметить, что нет плохой или хорошей стратегии. Есть стратегии, которые применяются или не применяются в тех или иных условиях. У каждой ценовой стратегии есть свои преимущества и недостатки, свои требования и риски применения. Если ту или иную стратегию применить в подходящих условиях, то бизнес будет иметь успех среди потребителей в любом из ценовых сегментов.

Низкий ценовой сегмент — стратегия низких издержек

Стратегия низких цен – название говорит само за себя: торгуем дешевым товаром с маленькими наценками.

У этой стратегии есть неоспоримое преимущество. Дешевая бижутерия всегда будет пользоваться спросом, несмотря на часто сомнительное качество.

Во-первых, с 2014 года покупательная способность населения России и близлежащих стран падает. Поэтому такая продукция для многих – единственный способ купить себе хоть какое-то украшение.

Во-вторых, этот сегмент прекрасно подходит для детской бижутерии и простых аксессуаров для волос. Когда родители покупают украшение для девочки, то тратить больше 300 рублей за изделие они не готовы. Такая бижутерия воспринимается безделушкой, которую не жалко выбросить после поломки.

Теперь давайте разберемся, при каких условиях нам выгодно торговать бижутерией в низком ценовом сегменте.

Залогом успеха является появление лавинообразного спроса в ответ на то, что магазин выставляет очень низкие цены. Проблема в том, что на рынке бижутерии у вас не станут покупать сильно больше только за счет низких цен.

Цены на дешевую бижутерию ниже средних примерно в пять-шесть раз. А покупают такие украшения всего в два раза больше, чем в среднем сегменте. О чем это говорит? Это говорит о том, что, как правило, прибыльность магазинов, продающих дешевую бижутерию, крайне мала. Тем более что эта прибыль съедается постоянными издержками магазина. Например, цена аренды не зависит от стоимости продаваемой продукции. Но прибыли от средних и высоких цен хватит, чтобы ее отбить. А вот в дешевой бижутерии у маленького бизнеса это не получается.

Меня очень удручает вид магазинчика, продающего дешевую бижутерию. Вижу китайский товар весьма низкого качества. Упаковка явно с китайской фабрики, с небольшими следами грязи. И все это выглядит совсем непрезентабельно. Зато низкая цена. Я вас уверяю, что продавец долго не простоит. Вы сами можете заметить, как часто закрываются магазины, которые применяют низкие цены. Но на их месте всегда возникают новые.

То же самое вижу в интернете. Открывается интернет-магазин дешевой бижутерии. Выкладывают шикарные отретушированные фотографии. Часто за такими фото в дешевых магазинах скрываются грязные и сломанные украшения. Сайт смотрится красиво, а продаж нет. Почему? Дело в том, что при продаже дешевых украшений в интернете магазину не хватает прибыли на вложения в рекламу. Нет рекламы – нет посетителей. А без посетителей нет продаж. И как бы хорошо магазин ни выглядел, он закрывается.

Второй проблемой магазинов дешевой бижутерии является то, что к ним не возвращаются клиенты. Один раз поведется кто-нибудь на красивое фото, а придет украшения с пузырями на металле или выпавшими кристаллами. Понятно, что у клиента будет разочарование, независимо от стоимости изделия.

Еще одним фактором успеха в низкоценовой стратегии в бижутерии является умение очень хорошо считать деньги. Расчеты – важнейший элемент. Поскольку наценки очень маленькие, то в случае ошибки в расчетах очень легко уйти в минус. Как правило, небольшие предприниматели не слишком хорошо считают. Из-за этого не получается реализовать стратегию низкой цены.

Почему же некоторым все-таки удастся успешно торговать бижутерией в низком ценовом сегменте? А как же известные марки, продающие относительно дешевую бижутерию по всей России и СНГ?

Вот мы и подошли к самому важному фактору успеха в низких ценах. Это масштаб. Федеральная розничная сеть бижутерии с сотней магазинов может позволить себе низкие цены за счет огромного оборота, который и не снился малому предпринимателю. В крупной компании есть целые отделы юристов, закупщиков, логистов, финансистов. Они очень грамотно выстраивают закупки, каналы поставок и тем самым минимизируют издержки.

Часто схемы работы таких компаний граничат с «серой» зоной. Но грамотные юристы и бухгалтеры в состоянии обеспечить им необходимое законодательное прикрытие, чего не может позволить себе обычный предприниматель.

Закупщики крупных компаний за счет большого масштаба выбивают на фабриках очень выгодные закупочные цены. В то же время если маленький предприниматель обратится на ту же фабрику, то ему предложат закупочные цены выше розничных у крупняка.

Именно поэтому в низком ценовом сегменте преуспевают крупные игроки и разоряются мелкие. Или торгуют с использованием серых схем.

Ко всему прочему клиенты, выбирающие товары по низким ценам, абсолютно не лояльные. Если кто-то поставит дешевле, покупатели тут же уйдут.

На рынке всегда найдется тот, кто лучше считает, лучше что-то находит. Он возьмет и поставит цены еще ниже. С другой стороны, всегда найдется такой новичок без опыта, который думает, что он всех умнее. Такой горе-предприниматель берет и демпингует, не имея на это никаких оснований.

Первый осознанно побеждает конкурентов за счет обоснованно низкой цены.

А второй разорится. Но до этого успеет переманить у конкурентов часть клиентов. Вот такая она коварная, стратегия низких цен.

Поскольку моя книга адресована в первую очередь малому бизнесу, то стратегии низких цен я не буду уделять много внимания. Все-таки это прерогатива больших игроков. Тысячу раз подумайте, прежде чем выбирать работу в низком ценовом сегменте. Хотя часто это первое, что приходит на ум новичку, – поставить дешевле всех.

Маленький бизнес не должен воевать с крупным в лоб. Нужно уметь создавать уникальность, ради которой покупатели пойдут к вам. Несмотря на более высокие цены.

Средний ценовой сегмент — стратегия заботы о клиенте

Стратегия заботы предполагает, что мы делаем большую наценку за счет дополнительной пользы для клиентов. То есть мы не просто продаем бижутерию, а даем что-то еще: необычный ассортимент под узкую нишу клиентов, какую-то брендовую историю или просто вежливого продавца в противовес повсеместному хамскому обслуживанию.

Забота в данном случае не есть просто вежливость. Забота – это какое-то наше дополнительное усилие, которое нужно клиенту и за которое клиент готов больше платить.

Один из способов увеличить наценки и не заниматься лобовой конкуренцией с крупными компаниями – это фокусировка на рыночной нише. Например, мы открываем магазин только свадебной или только этнической бижутерии.

Также встречаются магазины изделий из натуральных камней, где значительную часть магазина занимают украшения и бижутерия.

Да, мы не получим массовый поток клиентов, но у нас будет сформирована плотная связь с покупателями. А это означает более высокую лояльность и приверженность.

Фокусировка на рыночной нише требует от вас глубокого понимания потребностей целевой аудитории, их взглядов. Вы должны уметь разговаривать на языке покупателей.

Еще один способ проявления заботы – это формирование уникального и качественного ассортимента на массового клиента с хорошими доходами. В этом случае вы проводите работу по поиску поставщиков и отсеиванию некачественной продукции. Вы также анализируете ваших конкурентов: для магазина – в пределах торгового центра, для интернет-магазина или соцсетей – в пределах региона доставки. Вы предлагаете более качественный и уникальный ассортимент. Клиенты готовы платить больше за бижутерию, которую не стыдно надеть в приличном обществе. Особенно если есть гарантия, что такое украшение можно купить только у вас. В следующих главах книги мы обязательно рассмотрим вопрос подбора уникального ассортимента бижутерии.

Продажи в среднем ценовом сегменте требуют рекламы. Или, выражаясь более корректно, требуют действий по привлечению клиентов. Потому что клиентам нужно объяснить, за что они платят. Для магазина это более дорогое оборудование и красивая подсветка, которая сразу выделит товар на фоне других. Для продаж через интернет требуются вложения для получения посетителей на сайте или в сообществе социальной сети, яркая подача ваших преимуществ.

Несомненным преимуществом стратегии заботы является большая прибыльность торговли. Как следствие, возникают деньги на дальнейшее развитие бизнеса и рекламу. Всех этих преимуществ лишаются не очень продуманные бизнесы низкого ценового сегмента.

Конечно, такой подход потребует и больших вложений. И я имею в виду не только денежные вложения. Как правило, стоимость аренды места под магазин или цена разработки сайта не сильно меняются от вашей стратегии. А вот издержек интеллектуальных, организационных будет намного больше.

Но жизнь показывает, что у девушек очень легко получается сфокусироваться на близких по духу аудиториях клиенток. Чувство стиля у прекрасной половины человечества в крови. А далее дело за малым – предложить товар клиенткам со схожими вкусами.

Мужчины тоже легко понимают потребности клиентов в мужских украшениях. Магазины мужской бижутерии предлагают тематические коллекции из стали, вольфрама или кожаные браслеты.

Более интересный подход к продажам со стратегией заботы – это скрещивание. Когда в мужском магазине украшения предлагает обаятельная девушка, способная склонить молодых людей к покупке. Мужчинам очень понравится, если их брутальный вид с новой цепочкой или браслетом по достоинству оценит девушка-продавец.

Регулярная прибыль продаж бижутерии в среднем ценовом сегменте кратно выше, чем в низком. Для малого бизнеса забота о клиентах – это едва ли не единственный шанс создать стабильный и прибыльный бизнес с бижутерией. В этой книге мы рассмотрим многие из технологий создания дополнительной ценности для ваших покупателей.

Высокий ценовой сегмент – стратегия легенды

Продажи в высоком ценовом сегменте возможны только при создании дополнительного ореола вокруг вашего ассортимента. Формула продаж такова: мы продаем не просто бижутерию, а еще и имидж обладателя нашими украшениями.

Как правило, магазины высокого ценового уровня напоминают музеи: в них тихо и пусто, а один клиент в день окупает все затраты.

Чтобы такой механизм заработал, нужно вкладываться в маркетинг, особенно в брендинг. Либо бренд обладает престижем, либо закупается соответствующая продукция с историей, с легендой. То есть продукция, которая передает какое-то настроение, дает имидж вашим покупателям.

Характерный пример – магазины известных брендов в крупных торговых центрах. Дорогое оформление, известная и раскрученная марка. Обладание изделием несет больший смысл, чем просто очередная красивая безделушка.

Одно дело – просто украшение, другое дело – какое-то изделие с приятным слуху названием, которое передает какое-то настроение. Продукция, о которой приятно рассказать знакомым.

В бижутерии большим почетом пользуется так называемая европейская бижутерия. Все очень привыкли, что бижутерия делается в Китае. Российская бижутерия утомляет однообразием. Поэтому стоит только назвать бижутерию европейской, у людей сразу появляется живой интерес и готовность платить дороже.

Недостатком бижутерии высокого ценового сегмента служит постоянно падающий спрос на вещи класса люкс. Продажи в дорогой бижутерии случаются и без того редко. А в нынешних условиях падения спроса есть очень большой риск не окупить вложения.

Очевидно, что продукция в закупке стоит очень дорого. Оборудование для магазина требуется дорогое. Если мы говорим об интернете, то сайт уже не может ограничиться обычным

дизайном и рекламой, требуется еще более высокая компетентность в маркетинге для раскрутки такого бизнеса.

Кроме того, продажи бижутерии в люксовом сегменте часто очень зависят от владельца бизнеса. Очень сложно найти достойного продавца для работы со взыскательными клиентами. А если его и найти, то владелец попадает в крайне высокую зависимость. Это еще одна сложность данной стратегии. Хотя работу с персоналом я обязательно освещу в следующих главах книги.

Такие магазины открываются по франшизе, а это еще кратно увеличивает вложения.

Сложности продаж в высоком ценовом сегменте, а также текущая экономическая ситуация в России и странах СНГ не располагают к работе в этом сегменте. Хотя некоторые элементы, присущие стратегии легенды, неплохо дополняют стратегию заботы в среднем ценовом сегменте.

Истории успеха

Через рассылку я обратился к оптовым клиентам магазина «Море блеска» с просьбой рассказать об успехах своего бизнеса. В основном наши оптовые клиентки – это девушки, которые недавно начали свое дело. Продажи ведутся прямым способом или в социальных сетях: «Инстаграм», ВК и «Одноклассники». Интернет-магазины чаще открывают мужчины или семейные пары. А самые впечатляющие результаты у владельцев магазинов и отделов бижутерии в торговых центрах по всей России и СНГ.

Многие наши оптовые клиенты охотно отзывались на мою просьбу рассказать немного о своем бизнесе. Предлагаю вам прочитать несколько историй от замечательных девушек, которые открыли свое дело с бижутерией и достигли в нем успеха.

Мария, Москва

Мария в этом бизнесе всего год, а у нее уже сеть из четырех небольших магазинов, продающих бижутерию, сумки и аксессуары. Чистая прибыль на одной только бижутерии – 120 тысяч рублей в месяц. При этом у Марии есть любящий муж и двое детей.

Вот что рассказывает сама Мария.

Я по профессии визажист, стилист. Считаю, что заниматься нужно только любимым делом, чем и занимаюсь. У меня интернет-магазин и три реальных магазина в торговых центрах в Москве, в спальных районах. Все магазины разной площади: от двух до семи квадратных метров.

Бижутерией я занялась с прошлого лета. Так как я все время связана с женщинами, макияжами, фотосессиями, как понимаете, без украшений никак. Особых знаний в этой области у меня нет. Больше я полагаюсь на свой вкус, знания в области стиля.

По образованию я выпускница МГУ, по специальности экономист.

Главное преимущество – сами украшения, их качество, описание коллекций. Важен акцент на безопасности материалов, возможность отбора и возврата.

Когда продавцы хорошие, это видно. Они очень и очень стараются. И не туго из страха провиниться и лишиться премии. А стараются по-нормальному, по-человечески, чтобы доставить радость клиентам.

Лариса, Пермь

Счастье – это когда есть любимое дело, а ты за это еще и деньги получаешь. Я очень люблю свою работу.

У меня в Перми два отдела бижутерии: в торговом центре «Айсберг» двенадцать квадратных метров и в торговом центре «Знание» – восемь. Я работаю только с бижутерией, хотя в «Айсберге» у меня одна витрина с часами.

Название моей фирмы – «Гранд Бижус». Я ни с кем не работаю по франшизе. И у меня разные поставщики, но они постоянные. Довоз товара в отделы пять-шесть раз в месяц. В каждом отделе у меня есть украшения от «Моря блеска». Они радуют глаз, их хочется примерять, покупать, дарить.

Большим спросом пользуются бусы, серьги, броши.

Ювелирной бижутерией занимаюсь уже пять лет. До этого я занималась прямыми продажами, но бизнесом я это назвать не могу.

У нас в Перми много оптовых баз с дешевой бижутерией. Но что я там видела, скажем так, не зацепило.

Главное в украшениях – это стиль, качество, достойные цены, европейский уровень. Профессионализм ваших сотрудников, внимательное отношение к любым вопросам. В моей работе мелочей не бывает. Для меня важно все.

Индира, Красноярск

Индира долгое время не работала, посвящала всю себя семье. Но когда она захотела реализовать себя в бизнесе, у нее все получилось.

У меня два магазина бижутерии, оба в торговых центрах. Продаю только украшения. Прибыль около 170—200 тысяч в месяц.

Я открылась два года назад. До этого долго не работала, занималась мужем и дочкой. Но сейчас дочке уже четырнадцать лет, и я почувствовала, что мне не хватает реализации.

Долго думала, чем заняться, перебирала разные варианты, от салона красоты до магазина одежды.

Магазин бижутерии привлек относительно небольшими вложениями. Я и сама люблю красиво одеваться, выбирать украшения, так что эта тематика мне близка.

Я очень тщательно подхожу к выбору ассортимента, украшения должны нравиться мне самой.

Основную часть ассортимента составляют коллекции от «Моря блеска». Эти украшения отлично подходят для офиса, посиделок с друзьями, в общем для обычной жизни. А помпезной блестящей бижутерии у меня немного, все-таки праздники не так часто.

При поиске поставщиков я столкнулась с тем, что в нашем городе везде продается одно и то же. Так что закупки я сразу начала делать в интернете. Главный страх был, что пришлют совершенно не то, что видишь на картинке. Ведь поддержать в руках, оценить качество нельзя.

Из-за этого я даже думала ездить на закупки в Москву или Питер. Но пары поездок мне хватило: потратила уйму времени и денег на дорогу, не нашла ничего нормального – все то же, что у нас в городе. Да и одной таскаться с деньгами и товаром просто страшно.

При выборе поставщика мне важна возможность делать легкий возврат. После пробной закупки я убеждаюсь в хорошем качестве и процедура возврата не так принципиальна, но с ней как-то спокойнее.

Какова прибыль бизнеса по продаже бижутерии?

Мы рассмотрели особенности рынка бижутерии, изучили ценовые сегменты, а также как работать в том или ином ценовом сегменте.

Самым доходным и востребованным на данный момент является среднеценовой сегмент. Люди, стремящиеся за дешевизной и низким качеством, легко найдут его на барахолках и китайских сайтах. Дорогая бижутерия рискует потерять спрос, особенно в не самые благоприятные для экономики времена.

Спрос на бижутерию хорошего качества достаточно стабилен. Уникальность ассортимента, качественный сервис, приятная упаковка, фокусировка на своей аудитории – все это обещает принести достойный доход предпринимателю.

В «Море блеска» средняя оптовая цена составляет 200—400 рублей. Средняя рекомендуемая розничная цена – от 800 до 1500 рублей. Таким образом, наценки наших оптовых клиентов составляют от 600 до 1100 рублей или в четыре-пять раз больше закупочной цены.

Если не приукрашивать и смотреть реалистично, то небольшой интернет-магазин или группа «ВКонтакте» может продавать в день до пяти украшений. Средняя прибыль на один товар составит порядка 800 рублей. 800 рублей умножаем на пять штук и умножаем на тридцать дней. Получаем 120 тысяч рублей в месяц – совершенно реальный доход самозанятого предпринимателя, продающего бижутерию в интернете.

Справедливости ради следует отметить, что будут издержки на рекламу, будут возвраты и другие расходы. Снижение этих издержек и повышение эффективности рекламы – это и есть труд предпринимателя.

Если у вас есть средства и желание открыть свой реальный магазин бижутерии в торговом центре, то экономика бизнеса будет посложнее. Но оборот и прибыль выше. Много будет зависеть от выбора места и оформления торговой точки. Речь об этом пойдет в следующих главах книги.

Бижутерия – это еще и превосходный сопутствующий товар. В одной из глав книги я расскажу о том, как бижутериякратно повышает продажи магазинов женской одежды не только за счет увеличения чека, но и за счет продаж самой одежды.

В заключение хотел бы отметить, что мир меняется. Делать бизнес становится проще. Многие девушки уже не видят себя только мамами или домохозяйками. Они хотят добиваться успеха.

Я убежден, что торговля бижутерией – это отличная возможность, чтобы начать и развить свой бизнес. Качественная бижутерия обеспечит ваш бизнес стабильным притоком клиентов.

Закупки бижутерии

Еще кот Матроскин говорил: «Чтобы продать что-нибудь ненужное, нужно сначала купить что-нибудь ненужное».

Поэтому мы начнем с первого вопроса, которым задается предприниматель, желающий начать свой бизнес, это закупки бижутерии и формирование ассортимента.

Где найти поставщика бижутерии?

Конечно, сейчас главным способом поиска поставщика является интернет. Через «Яндекс» или Google можно отобрать множество предложений по оптовой продаже бижутерии в России и СНГ, в Европе, США и Китае.

Тем не менее это совершенно не единственный путь. Практика показала, что многие интересные поставщики и производители совершенно не всегда представлены в интернете. Часто офлайн-методы поиска позволяют найти интересный эксклюзивный товар.

Мы рассмотрим все способы отыскать своего поставщика или производителя бижутерии.

Выставки

Профильные выставки часто предлагают себя в качестве отличной возможности найти поставщика бижутерии.

Но чаще всего там представлены не оптовые поставщики, а розничные продавцы. Вы вряд ли найдете для себя поставщиков. С другой стороны, есть возможность оценить все многообразие бижутерии, которое есть на рынке. Возможно, вас заинтересует какой-то определенный вид украшений. Осознав желаемую продукцию, вы легче сможете найти поставщика.

Полная противоположность – Кантонская ярмарка в Гуанчжоу, которая дважды в год проводится в одном из центров торговли Китая. На ней также присутствует секция бижутерии. Но здесь имеется иная крайность. Вы можете найти множество прямых производителей с интересными ценами. Но закупать каждую модель у них необходимо в количестве от 24 штук. А это совершенно не подходит небольшому предпринимателю, ведь в розничной торговле бижутерией разнообразие ассортимента важнее глубины.

На той же выставке есть оптовое предложение без ограничений по количеству штук. Но цена вас совершенно не обрадует. Такая выгода не окупит поездку в Китай. А если еще приплюсовать доставку и таможенную пошлину, то интерес совершенно угасает. Чуть позже я покажу вам, как можно просчитывать рентабельность от закупок в Китае.

Еще одна проблема с выставками связана с тем, что поставщики лукавят. На выставке поставщик демонстрирует несколько очень классных моделей бижутерии. Вы берете визитку и предвкушаете успешную торговлю с такой шикарной продукцией. По возвращении домой вы запрашиваете у поставщика оптовый прайс. Но в этом прайсе не оказывается ни одной из представленных на выставке модели. А весь ассортимент поставщика на проверку оказывается посредственным ширпотребом. Вам станет неприятно от потраченного времени и обманутых ожиданий.

Таким образом, последние несколько лет я не посещаю отечественные выставки, так как на них не представлено никакого эксклюзивного товара. Выставки в Китае – это для тех, кто уже находится на пути серьезного масштабирования бизнеса.

Известные отечественные производители

У российских производителей есть неоспоримое преимущество – легко работать с возвратами, в целом хорошее качество и быстрая доставка. Некоторые производители продвигают свою франчайзинговую сеть. Именно поэтому многие предприниматели интересуются такой продукцией.

Но у российских производителей есть существенный минус – это повсеместная известность, однообразие стиля и низкая рентабельность.

Закупить у производителя в России – самый простой путь. Поэтому продукция представлена чуть ли не в каждом втором магазине бижутерии. А это, в свою очередь, кратно снижает рентабельность. Товар у всех одинаковый. Некоторые продавцы демпингуют.

Кроме того, такое ощущение, что все российские производители сговорились и производят только так называемую ювелирную бижутерию. Абсолютно все товары выполнены в классическом стиле, имитирующем обычные ювелирные изделия. А это очень незначительная часть предпочтений клиентов.

Поэтому мы в свое время отказались от работы с российскими производителями, которым явно в последнее время не хватает спроса оптовиков. Отечественные производители, нарушая интересы своих оптовиков, начинают сами предоставлять свою продукцию в розницу в собственном интернет-магазине. При этом розничные наценки смешные – от тридцати до ста процентов в лучшем случае. То есть это попытки конкуренции с собственными же оптовиками. Хотелось бы вам купить оптом украшение за 300 рублей, которое сам производитель продает в розницу за 500?

Например, один из производителей в Санкт-Петербурге предлагал нам приобрести оптом бижутерию со скидкой сорок процентов от розничных цен, жестко требовал соблюдения установленных розничных цен. Да и точно такие же модели продавал в розницу в своем интернет-магазине, тем самым полностью ограничивая возможность зарабатывать на продажах его продукции.

А потом наши производители удивляются, почему им не хватает оптовых покупателей. Возникает замкнутый круг. Производителю мало оптовиков. Он начинает продавать в розницу и демпингует, ничего не понимая в ценообразовании. Оптовики это видят, и их становится еще меньше. А те оптовики, которые не видят этого, потом часами выслушивают претензии клиентов на тему: «Почему у вас такие высокие цены, когда я видела в интернете дешевле?»

Франшиза

Франшиза в правильном понимании – это возможность купить не просто товар, но и методологию ведения бизнеса. Грубо говоря, вас должны за ручку провести от момента закупки товаров до момента открытия магазина и далее обеспечить сопровождение и поддержку.

На деле же те предложения франшизы, которые мне встречались, предлагают крайне невыгодные условия. Такое ощущение, что задача – любой ценой впарить клиенту франшизу, а далее будь, что будет.

Безусловно, есть очень правильные и грамотные предложения, которые несут значимую ценность для покупателей франшизы. Например, моя дочка ходит на занятия в «Бэби-клуб». Я могу прийти в любой клуб по всей России и получить не только одинаковую вывеску, но и высочайший профессионализм сотрудников, стандартизированную методику обучения. Многие процессы, кстати, регулируются из центрального офиса, например, подбор персонала, что очень важно для работы с детьми. Ну и, конечно, сам бренд раскручен среди родителей, что позволяет франчайзерам легче привлекать клиентов.

Теперь о рынке бижутерии. Как я писал в начале книги, рынок у нас не очень развитый. Отсюда и предложения франшизы, отставшие от жизни. Давайте разберемся, что предлагают вам купить за баснословные деньги на рынке бижутерии.

Бренд? Попробуйте вспомнить хоть один бренд франшизы, на который специально пойдут покупатели. Таких нет. Клиенты идут в ТЦ и мимоходом покупают украшения. Покупают не марку, а хорошие дизайны, качество и приятное обслуживание.

Стандарты обслуживания? Ну-ну. Много раз я видел в Питере островки франчайзеров, в которых продавцы то ли засыпали со скуки на табуретке, то ли сидели, скрючившись со своим телефоном.

Уникальный ассортимент? И снова мимо. Любой товар в любой франчайзинговой сети на территории России можно официально закупить, не имея никаких связей с франчайзи. Только закупить товар напрямую получится еще дешевле и проще.

Если бы франшиза была выгодным предприятием, как это описывают в своих схемах франчайзеры, разве бы те, кто мечтает о бизнесе, связанном с бижутерией, отказывались бы от этих предложений? Однако осторожничают ведь.

Может ли франшиза быть полезной? Наверное, да. Но я бы выделил некоторые ограничения.

Имеет смысл покупать франшизу бижутерии только в том случае, если продукция уникальна и неповторима. Если аналогичный товар может быть куплен без договора франшизы, то такие предложения рассматривать не стоит. А если продукция не уникальная, то закупочные цены для владельцев франшизы должны быть ниже рыночных. А бывает чаще всего наоборот: впаривают франшизу и продают бижутерию с китайского сайта по тройной цене.

Грамотная франшиза должна вам давать не только вывеску бренда. Иначе вы просто за свой счет будете рекламировать бренд, а не заниматься развитием своего бизнеса. Централизация жизненно важных процессов – одно из преимуществ хорошей франшизы. Маркетинг, подбор персонала, обучение – дает ли все это вам продавец франшизы?

Всегда думайте о конечном результате, и тогда все станет на свои места. Вы должны понимать, что франшиза может не отбиться за обещанные вам несколько месяцев. А у вас, на самом деле, очень мало места для маневра. Например, вы просто не сможете купить более дешевый или интересный товар. Даже если вы увидите, что продукция от франчайзи идет плохо, у вас не будет возможности поменять ее на другую.

Позиционирование франчайзинга не всегда адекватно реальному положению дел. Отделяйте зерна от плевел, а рекламу – от достигнутого. Если франчайзер вам что-то обещает, попросите доказательства, что это эффективно на деле, а не на словах.

Франшиза бижутерии (из тех, что я встречал в практике) – это не ваш бизнес, не ваша идея. Вы воплощаете ее не по своему сценарию. Поэтому если вы по натуре лидер, а не исполнитель, то франшиза вам точно не подойдет.

Если вы любите сами придумывать, креативно мыслите, душой болеете за свое дело и хотите добиться больших успехов, откройте собственную компанию с нуля.

Китайские сайты в интернете

Названия китайских торговых посредников (маркетплейсов) уже набили оскомину.

Действительно, на китайских сайтах можно приобрести бижутерию с низкой закупочной ценой, красивой фотографией и гарантией того, что поставщик отправит вам товар.

Пик популярности китайских сайтов приходится на 2016 год, когда китайцы запустили масштабную рекламную кампанию на рынке России и СНГ. С тех пор популярность китайских сайтов упала почти в пять раз, что подтверждается данными Google Trends.

В чем же причина такого стремительного падения, если цена такая выгодная?

Во-первых, закупочная цена на китайском сайте не включает в себя множество других очень значительных издержек: стоимость доставки, стоимость таможенного оформления, услуги таможенного брокера.

Некоторые читатели могут подумать, что можно безбоязненно привозить бижутерию безо всяких пошлин, типа для личных нужд. Я вас расстрою. Такой способ – это нарушение закона. На это нарушение недальновидных предпринимателей толкают множество чер-

ных перевозчиков, предлагающих вывезти из Китая бижутерию по ставке два доллара за килограмм. Они-то вывезут. А как вы объясните происхождение товара в налоговой или при проверке торгового места?

Кроме того, важно понимать, что китайский сайт – это не централизованный интернет-магазин. Это сайт, где множество разных поставщиков представляют свой товар. Как правило, чтобы собрать более-менее нормальный ассортимент нужно получить товары от пяти-десяти разных продавцов. И с каждым отдельно решать вопросы доставки и оплаты. Или использовать услуги посредников, что тоже будет стоить отдельных денег.

Во-вторых, качество бижутерии на китайских сайтах – это что-то с чем-то. Пожеванная упаковка, выпавшие кристаллы, лом и бой. Почему-то китайцы и без того некачественный товар еще и плохо упаковывают: украшения болтаются, трутся и бьются друг о друга. На брак можно смело закладывать пятьдесят процентов типовой партии. Только очень выборочные продавцы на китайских сайтах заботятся о качестве товаров. Найти их большая удача.

В-третьих. Представьте, что вы закупите товар на китайском сайте. У вас даже получится его привезти, и вас не смущают издержки. Вас не испугает брак, вы выкинете плохие вещи, сделаете свою упаковку. Вот вы представили свой товар покупателю и ждете продаж. А вместо этого каждый второй потенциальный клиент начинает тыкать вас лицом в то, что он такое видел на китайском сайте в три раза дешевле. Хотя, конечно, никогда не пробовал заказывать. Но непременно видел. И вы не сможете объяснить, что там некачественно, что там дорого стоит доставка, что ждать товар нужно шестьдесят дней.

Именно поэтому в «Море блеска» с китайских сайтов никакие товары не закупаются. Если вы хотите напрямую работать с Китаем, то это нужно делать осмысленно и продуманно. В одной из следующих глав я расскажу, как можно наладить эффективную работу по закупке бижутерии в Китае.

Китайские оптовые рынки

На многих форумах по бизнесу с Китаем пестрят сообщения о возможности закупить бижутерию на оптовых рынках Поднебесной.

Ваш покорный слуга был частым гостем этих регионов Китая, когда начинал свой путь. Стоит отметить, что рынок – это не совсем корректное название. Скорее, это торговые центры с обилием небольших магазинчиков, продающих бижутерию с пригородных фабрик.

Казалось бы, вот оно счастье для оптовика. Больше десяти часов на самолете из Москвы до Китая, и перед бизнесменом открыта площадка со всеми существующими на свете видами бижутерии по шикарным ценам.

Но многих, как и меня в первый раз, будет ждать очень яркое разочарование от увиденного.

Во-первых, по какой-то причине на рынке представлена далеко не вся продукция даже из той, что можно разыскать в Москве. Во-вторых, восемьдесят процентов ассортимента – это какой-то дешевый ужас. Колье все в царапинах и потерностях, из непонятного металла, напоминающего больше пластик. Сережки сплюшь и рядом детская бижутерия, которую взрослая девушка надеть постесняется. Кольца ужасного качества: кристаллы отходят, покрытие на металле неровное и с рытвинами.

Буквально несколько магазинов предлагают более-менее интересный товар по нормальной цене. И тут случается неожиданность номер два! Оказывается, что нужно покупать каждую модель по 24 штуки. В редких исключениях по 12 штук. Повторяю: каждую модель в одном цвете 24 штуки. Разумеется, это неинтересно и невыгодно для мелкого оптовика.

Потратив пять часов на обход всего рынка, разочарованный оптовик выходит на улицу и видит недалеко несколько симпатичных магазинов. Магазины чистые и красивые, больше напоминают бутики.

В этих магазинах можно купить все по одной штуке, но цена насторожит любого вменяемого оптового покупателя. А если выйти в интернет, то окажется, что все эти украшения можно было купить по такой же цене из дома, прямо с официального сайта. Хотя и неоправданно дорого, но хотя бы не пришлось бы тратить силы, время и деньги на поездку в Китай.

Уже позднее я выяснил, что закупать бижутерию можно не на рынках, а на фабриках. Фабрики, в отличие от рынков, территориально разбросаны. Найти подходящие фабрики можно, например, на той же Кантонской выставке. Закупать товары выгодно из остатков, которые иногда бывают на фабрике. Либо также придется покупать много штук каждой модели, чтобы получить хорошую цену.

Мне кажется, что рынки Китая – это история не про начинающих предпринимателей. При всех издержках и сложностях это самый неправильный путь для небольших предпринимателей, потому что масштаб закупок небольшой фирмы не окупит затраты на поездки. К этому еще можно добавить всевозможные многочисленные истории о том, как китайские продавцы и агенты обманывают русских закупщиков.

Расскажу историю из своей практики. Однажды я решил закупать упаковку для своих украшений в Китае. В Китае я приехал на фабрику без переводчика. Тогда у меня еще не было большого опыта торговли с Китаем. Тем не менее я уже немного говорил по-китайски и мог переводить со словарем простые выражения.

На фабрике я посмотрел образцы упаковки, подобрал интересные варианты. С небольшими сложностями мы обсудили с менеджером объем партии и цену. Для примера, цена составила один юань за коробочку при тираже тысяча штук. Мы обменялись контактами и рукопожатиями. Договорились, что я приеду с переводчиком, чтобы четко обсудить условия доставки.

По неопытности я обратился к переводчику, которого мне предложил российский партнер, занимавшийся доставкой и растаможкой грузов из Китая. Это был русский мужчина, проживающий в Китае на постоянной основе.

Я тогда не понимал, зачем русскому мужчине в расцвете сил со знанием китайского языка жить в Китае и работать переводчиком за сущие копейки. День работы переводчик оценил в 2000 российских рублей. Позже я понял, в чем тут подвох.

Во-первых, он опоздал на встречу с производителем. Во-вторых, после пяти минут общения выяснилось, что цена изделия оказалась два юаня. Я возмутился: «Как так? Мы же обсуждали один юань?» В ответ и переводчик и поставщик стали меня уверять, что мы неправильно друг друга поняли, что надо было сразу ехать с переводчиком.

Разумеется, переводчик просто заложил в цену свою прибыль. А китайскому производителю поставил ультиматум: «Хочешь этого клиента? Говори, что цена не один юань, а два». Полтора юаня с каждой штуки – производителю, еще по пол-юаня – переводчику. Это только одна из схем, которая повсеместно применяется при работе с Китаем. И не только на рынке бижутерии.

В части, посвященной закупкам бижутерии в Китае, я подробно расскажу, как можно избегать подобных проблем.

Оптовые рынки

Предприниматели за 35—40 лет еще помнят те времена, когда челноки таскались по всей стране с огромными баулами, наполненными различными товарами. Закупались эти товары на широко известных оптовых рынках. Рынок в Черкизово (известный на всю страну «Черки-

зон») был одним из первых, который с помпой закрывали за нелегальную торговлю и постоянные нарушения.

В те времена не было интернета. Со всех концов страны мелкие предприниматели тянулись на московские барахолки, славно шумевшие на всю Россию.

Жилось бедно, у людей не было понимания вообще, что торговля должна быть легальной, что нужно платить налоги. Работали без договоров и документов. В случае чего с проверяющими всегда можно было договориться.

До сих пор можно найти поставщиков, которые часто группируются на оптовых рынках в крупных городах России, Белоруссии и Казахстана. В столице и регионах есть ряд известных мест скопления полулегальных поставщиков украшений. На некоторых рынках все еще продаются подделки брендов и прочая дешевая бижутерия.

Как правило, в таких местах группируются представители Китая, Афганистана, Индии и других азиатских стран. Иногда можно найти какую-то интересную продукцию по низкой цене. Некоторые предприниматели прошлой эпохи отчаянно пытаются поддерживать свой бизнес, основанный на таких закупках.

В наши дни способ закупки товара на блошиных рынках полностью потерял актуальность. Дело в том, что товары продаются нелегальными торговцами без регистрации, без сертификатов. Особенно удивляет, как там умудряются продавать ювелирные украшения без отметок пробирной палаты и маркировки.

На рынках периодически устраиваются облавы ОМОНа с целью выявления нелегальных иммигрантов.

Закупаясь в таких местах, вы рискуете попасть под облаву и потерять время. Товар очевидно ввезен через границу нелегально. Никаких документов у продавцов нет. Как они продолжают свою работу, нам остается только догадываться.

На таких рынках не увидишь молодежи, только оптовики старшего поколения, которые не знают об интернете. Они продолжают по старой памяти ходить туда, где принято было закупаться еще 20—30 лет назад.

Современные же предприниматели отлично понимают, что дешевую бижутерию можно купить в России через интернет. Причем совершенно легально, с документами и оплатой по безналу или наложенным платежом. Особенно это актуально для жителей небольших городов. Чтобы отбить поездку в ту же Москву, закупаться нужно не менее чем на 100 тысяч рублей.

Оптовые рынки – это памятник лихих 90-х, который в ближайшие годы окончательно прекратит свою историю ввиду не востребоваемости и полулегального положения.

Российские интернет-магазины

Пожалуй, на сегодняшний день это самый актуальный способ нахождения поставщика.

Очевидные преимущества закупки через интернет и так всем хорошо известны. Могу лишь кратко повторить: экономия времени, возможность проверить поставщика, возможность изучить отзывы, возможность удобно сравнить несколько предложений.

С точки зрения клиента, доставка – это гораздо более удобный способ получить товар, нежели самостоятельно ехать к поставщику. Экономится не только время, но и множество дополнительных издержек.

С другой стороны, многих оптовых клиентов пугает перспектива закупки через интернет. Во-первых, товар нельзя поддержать в руках и посмотреть живьем. Во-вторых, где гарантия, что тебя не обманут после перевода оплаты? Надо признаться, что такие опасения имеют под собой реальные основания.

Возможность посмотреть товар вживую, конечно, упрощает выбор товара. Но как быть, если поставщик в Санкт-Петербурге, а покупатель – в Уфе? И действительно, на картинке товар всегда смотрится замечательно, даже на китайских сайтах.

Как проверить интернет-магазин?

Мы часто делаем пробные оптовые закупки у конкурентов и знаем, что у некоторых поставщиков за красивыми фотографиями на сайте скрываются потрепанные жизнью уродливые побрякушки с рынка «Садовод».

На самом деле, решить эту проблему должен поставщик. Например, в «Море блеска» мы снимаем видео с каждым украшением. Делаем не только отфотошопленные, но и живые фотографии, которые позволяют оценить качество товара визуально. И, конечно, мы разрешаем вернуть товар, если он просто не понравится. А если к клиенту приходит брак, то мы заменяем его за свой счет. И при этом не утруждаем покупателя возвращать бракованный товар. При таком подходе клиенты нам доверяют и понимают, что мы хорошо выполняем свою работу.

В основе успеха магазина «Море блеска» лежит система. Пять этапов контроля качества. Мы подбираем ассортимент таким образом, что из ста поставщиков оставляем только двух-трех. И это создает фундамент доверия между клиентами и «Морем блеска».

Подберите такого поставщика, который основательно убедит вас: все безопасно. Проверьте, представлены ли на сайте поставщика реквизиты компании, сертификаты или отказное письмо. Указан ли телефон и адрес.

Обязательно протестируйте, устраивает ли вас служба поддержки, вежливо ли с вами общаются. Ведь в случае любых проблем вы будете решать их с этими людьми.

Гарантия сохранности денег

Одной из гарантий сохранности денег является возможность оплатить заказ при получении. Здесь важно понимать технологию. Если магазин предоставляет возможность оплаты при получении, это означает, что магазин заключил договор на перечисление средств с Почтой России, курьерской службой или транспортной компанией. А это значит, что у поставщика точно есть официально зарегистрированная фирма и до вас его уже проверила та же Почта России или крупная транспортная компания.

Поэтому возможность оплаты наложенным платежом (то есть при получении) – хороший признак. Пользоваться такой оплатой или нет, выбор покупателя. Но наличие такого способа говорит о многом.

Гарантии окупаемости

Еще одним очень хорошим признаком является то, что оптовый интернет-магазин сам продает свою продукцию в розницу и личным примером показывает хорошие наценки.

Некоторые поставщики вначале заявляют, что наценить на их продукции можно чуть ли не семьсот процентов. При этом сами свою продукцию в розницу либо никогда не продавали, либо в своем собственном розничном магазине добавляют к оптовой цене ничтожные пятьдесят процентов.

Например, в «Море блеска» для оптовиков мы всегда пишем и оптовую цену товара, и нашу розничную. По этой розничной цене мы сами успешно торгуем и получаем тысячи положительных отзывов. При этом наши цены дают оптовикам возможность зарабатывать по триста – четыреста процентов с каждого товара в среднем ценовом сегменте. И, конечно, оптовые клиенты рады такой возможности и работают с нами на протяжении многих лет.

Как закупают бижутерию в Китае?

Особенности закупки при личной явке в Китай

В Китае вы столкнетесь с тем, что никто не говорит даже по-английски. Вам придется искать агента по закупкам или переводчика. Русскоговорящих переводчиков очень мало, а берут они очень много.

Лично я в Китае всегда пользуюсь услугами молодых англоговорящих китайцев. Их намного больше, чем русскоговорящих. Молодость означает их неопытность в делах, а значит, они с меньшей вероятностью обманут.

Худший вариант – это русские переводчики. Вот это те люди, которые выучили китайский и приехали сюда, чтобы максимально выручить денег с недалеких соотечественников. Как правило, стоимость их услуг в разы выше, чем у порядочных китайских студентов. А исполнительность и ответственность гораздо хуже.

Был случай, когда за полдня работы один русский переводчик-посредник взял с меня двести долларов. Вел себя хамовато. А затем долго рассказывал страшилки про китайцев: что у них все на откатах, всех русских обманывают, цену нужно выбивать и так далее. И, конечно, что он главный мастер по выбиванию скидок.

В итоге при общении с производителем на фабрике было видно, что он не нравится моему поставщику. Скидку, разумеется, никакую не выбил. Об условиях поставки договориться не смог. Позже выяснилось, что он хотел получить откат у производителей за то, что привел меня в качестве клиента.

Хорошо, что переводчик меня недооценил. Мы с поставщиком уже давно все обсудили на китайском и хотели пообщаться с переводчиком только во избежание непонимания в деталях.

Через день я нашел на «Фейсбуке» прилежную китайскую студентку, которая летом подрабатывает переводчиком. За двести юаней она два дня со мной ездила по фабрикам, мы прекрасно договорились с тем самым производителем. Никто и нигде не пытался меня обмануть. Товар в итоге получили качественный.

Как привезти бижутерию из Китая?

Найти товар полбеды. Теперь нужно привезти бижутерию оптом из Китая. И тут есть несколько способов.

Существует три ключевых способа, каким образом бижутерия из Китая поставляется в Россию. Рассмотрим эти три варианта с точки зрения логистики и образования цены, то есть рассмотрим путь движения товара и издержки предпринимателя в процессе закупки бижутерии в Китае.

Розничные покупки

Стоит сначала уделить внимание розничным продажам. Сейчас осуществлять розничные закупки можно через известные многим китайские сайты. Что значит «покупать в розницу»?

На момент написания книги в России принят закон об освобождении от уплаты таможенных платежей за посылки ценностью менее двухсот евро. Через тридцать-сорок дней товар, отправленный из Китая по почте, попадает на таможню. Далее, соответственно, без пошлин и каких-либо задержек розничный заказ попадает к конечному покупателю.

Встает вопрос: конкуренты ли нам с вами в таком случае китайские производители? Да, конкуренты. Поэтому нужно отличаться от них, нужно уметь работать не только с ценой товаров, но и давать клиенту что-то большее, чем низкая стоимость.

Какие проблемы могут возникнуть у розничного клиента китайских магазинов? Мы уже сказали о стоимости доставки. Вторая проблема – сроки доставки, которые могут достигать двух месяцев и более. Можно найти много отзывов о том, что товары, заказанные на китайских сайтах, приходят и через три месяца, а что еще хуже, продукция может быть ненадлежащего качества.

Все-таки нужно упомянуть, что покупатель может столкнуться с проблемами и на таможне, что также может привести к задержке. Бижутерия – это товар, который не подлежит оформлению на акцизной таможне. Но при малейшем подозрении на наличие в товаре драгоценных материалов таможня может забрать товар на проверку, чтобы подтвердить, что это действительно бижутерия, а не продукция из золота и серебра.

Соответственно, розничный покупатель на этом этапе должен будет предоставить какие-либо документы, а это явная задержка или же просто отправка товара обратно поставщику. В благоприятной ситуации поставщик вернет покупателю потраченные деньги.

Также при работе с китайским рынком существует сложность замены брака: сложно и дорого отправлять товар обратно, долго ждать замены. В таких ситуациях удовольствие от покупки дешевого товара значительно уменьшается из-за наличия брака и длительного ожидания его замены. Бывают и такие случаи, когда на сайте представлено одно, а приходит совершенно другое. Такие случаи часто описывают в интернете под заголовком: «ожидание – реальность», прикрепляя фото и видео в качестве доказательства.

Коммерческая партия под видом партии для личных нужд

Иногда оптовые покупатели спрашивают нас, почему стоит покупать продукцию в России, а не напрямую из Китая. Там ведь дешевле, и можно найти похожий товар.

По сути, такие покупатели представляют, что бижутерия не будет занимать много места в посылках из китайских магазинов. Они ждут, что на таможне ее примут за товары для личных нужд. Но так говорят лишь те, кто ни разу ничего не заказывал оптом в Китае.

Во-первых, таможня довольно просто распознает коммерческие партии товара. У них есть определенные границы стоимости и веса, после превышения которых партия приравнивается к коммерческой.

Эти значения разные, но на некоторых сайтах можно найти среднее значение от пяти единиц товара. В любом случае если в заказе много бижутерии, которую нельзя отнести к товарам для личных нужд, то таможня точно обозначит партию как коммерческую. Даже если объявленная ценность будет меньше двухсот евро.

Для правильного оформления коммерческой партии нужно оплатить услуги таможенного брокера. Особенность работы брокера состоит в том, что его трудозатраты абсолютно одинаковы как при оформлении целого контейнера товара, так и небольшой посылки. Цена услуг брокера на рынке составляет тридцать-пятьдесят тысяч рублей (фиксированная ставка + процент от стоимости).

Далее вас ждут таможенные пошлины и НДС. Соответственно, если посчитать для небольшой партии бижутерии итоговые расходы, то получится не менее ста процентов к стоимости товаров и стоимости доставки. Добавьте к этому бумажную волокиту и задержки в сроках. Люди, которые выбирают такой вариант, обычно не ожидают увидеть столько проблем и затрат на своем пути.

Бывает, что таможня разово пропускает небольшие поставки. Люди продолжают заказывать бижутерию таким образом. Но если кто-то решит проверить происхождение такого товара, они не смогут предъявить необходимых документов. Соответственно, товар автоматически

становится ввезенным незаконно. А это ведет к еще более неприятным для горе-предпринимателя последствиям.

Коммерческая партия по контракту с китайским поставщиком

Данный путь – полностью законный, но требует от покупателя открытия валютного счета и заключения контракта.

Вы заключаете контракт с продавцом, открываете валютный счет, переводите оплату, платите на таможне. Если таможенное оформление груза не прошло в течение определенного времени, вы будете нести логистические и складские издержки. Опять же потребуется оплатить услуги таможенного брокера, пошлину и НДС.

Для того чтобы работать с таможней без брокера, вы должны быть зарегистрированы в качестве участника внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Но этот путь крайне сложен для малого бизнеса, поэтому я даже не буду заострять внимание на работе с таможней без брокера.

Покупая бижутерию по валютному контракту, вы будете нести риски в течение трех лет. Вам могут доначислить дополнительную сумму к таможенным пошлинам, если, например, произойдет изменение тарифов или в случае какой-либо недоплаты по расчетам таможенных органов.

Еще одна сложность заключается в том, что оформление таможенной декларации и уплата пошлин выполняется каждый раз для каждого производителя отдельно.

Обычно такой способ подходит для крупных компаний с собственными юристами и специалистами по ВЭД.

Коммерческая партия по контракту брокера

Работа по контракту брокера законна и приемлема для небольших партий. Такая схема не требует глубоких знаний ВЭД, но предпринимателю придется очень осмотрительно подойти к выбору партнера. Неверный выбор может обернуться проблемами, вызванными связью с фирмами-однодневками и нелегальным импортом. Современное законодательство требует от бизнесменов серьезной осмотрительности в выборе поставщиков.

Вы заключаете договор поставки товаров с российской компанией-брокером (ООО или ИП), которая принимает от вас оплату, закупает товар в Китае, выполняет все работы по рас-таможке и перепродает вам товар от своего имени.

То есть фактически вы покупаете бижутерию у российского поставщика. Брокер с товаром передает вам все документы: товарную накладную, счет-фактуру, акт об оказании услуг доставки (если доставка выносится отдельно).

Возможность не вникать в тонкости ВЭД – это главное достоинство такой схемы работы. Недостаток – это дополнительные издержки на услуги посредника и серьезные затраты времени на поиск и отбор надежного посредника. Как показывает практика, только малая часть таких посредников работает в правовом поле и не является «обнальной конторой» для отмы-вания незаконных доходов.

При такой схеме главной задачей будет проверка фирмы, от имени которой будет производиться продажа. Важно убедиться, что данная компания не является фирмой-однодневкой. Для этого нужно проверить учредительные документы, убедиться в реальном существовании директора (например, поговорить с ним по телефону). А также нужно посмотреть на картах «Яндекса» или Google место регистрации этой фирмы. Нужно убедиться, что по указанному адресу фирма действительно в состоянии осуществлять деятельность.

Если фирма-посредник зарегистрирована достаточно давно, то это еще один фактор ее благонадежности.

Также в интернете есть сервисы, которые позволяют смотреть бухгалтерскую отчетность любой компании совершенно бесплатно. Нужно проверить, сдает ли ваш потенциальный партнер отчетность в ФНС, а также посмотреть финансовые показатели, в первую очередь наличие оборотов по счету. Если с анализом финансов компании возникают вопросы, то имеет смысл обратиться к квалифицированному бухгалтеру.

Работа под контракт брокера – единственная реально возможная схема закупки бижутерии в Китае для маленького бизнеса или начинающего предпринимателя. От бизнесмена требуется приложить достаточные усилия по поиску потенциальных партнеров-посредников и крайне тщательная проверка каждого кандидата. Статистика говорит о том, что слишком высока вероятность наткнуться на мошенника, потерять деньги или товар, приобрести ненужные юридические риски. Внимательность, выдержка и здоровая подозрительность позволит избежать этих проблем.

Как проверить поставщика?

Проверка поставщика должна дать ответ на два важных вопроса.

Первый вопрос: не обманывает ли поставщик своих покупателей? Этот вопрос наиболее актуален для оптовых закупок в интернете. Вам важно понимать, что деньги, которые вы заплатите поставщику, не пропадут бесследно.

Второй вопрос: не обманывает ли поставщик государство? Этот вопрос актуален для всех типов поставщиков, включая таможенных брокеров, которые везут вам бижутерию из Китая под свой контракт.

По современным законам если ваш поставщик не платит налоги или параллельно занимается незаконной обналичкой, то это не только проблема самого нарушителя, но и всех его партнеров. Налоговая служба требует от всех компаний проявлять должную осмотрительность, чтобы избегать сделок с однодневками. А если вы ее не проявили, то рискуете понести ответственность за связь с такой фирмой.

Проверить, не является ли поставщик мошенником, очень легко. Нужно потратить буквально несколько минут на изучение его сайта.

Мошеннические сайты очень редко обновляются. Чаще всего, обманщики «собирают урожай», после чего просто закрывают сайт и пропадают. Если сайт поставщика работает долгое время, то это хороший признак.

Мошеннический сайт вряд ли будет иметь отзывы на сторонних площадках. Почитайте отзывы о поставщике. Наверняка о хорошем интернет-магазине вы найдете не одну статью.

Руководители хороших компаний не прячутся от клиентов. Если на сайте есть фото руководителя, его контакты, это очень хороший признак надежности. У руководителя магазина могут быть публикации в интернете, странички в социальных сетях. Свяжитесь с директором магазина, обменяйтесь парой сообщений. Так вы поймете, с кем имеете дело.

Конечно, на сайте должны быть и контакты фирмы, и реквизиты. Нужно убедиться, что поставщик зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя или юридического лица. Вся эта информация должна быть на сайте в открытом доступе. В противном случае поставщик работает нелегально.

Вас также должна беспокоить судьба ваших персональных данных. У хорошего поставщика на сайте всегда опубликована ссылка на политику в отношении персональных данных, в которой описаны общие положения. Цель этих положений – обеспечить сохранность данных клиентов. Наличие политики по работе с персональными данными говорит о том, что поставщик озадачился этим вопросом. Если такой политики на сайте поставщика нет, то не удивляйтесь, если ваши данные попадут к мошенникам и спамерам. Бывало у вас такое, что написали где-то свой телефон, а потом вас начинают мучить спамерские звонки с предложением совершенно непонятных услуг?

Наличие номера стационарного телефона (не мобильного) тоже указывает на надежность поставщика. Это означает, что поставщик заключил договор на услуги телефонии. А поставщики услуг связи очень пристально проверяют всех своих клиентов.

Если компания предлагает оплату наложенным платежом, это тоже очень хороший признак. Опять же это говорит о наличии договоров с транспортными компаниями и почтой (без договора транспортные компании не могли бы переводить деньги вашему поставщику). Логистические компании и Почта России тоже очень пристально проверяют своих партнеров. И если они заключили договор с вашим поставщиком, то это тоже говорит в пользу его надежности. А вот если поставщик предлагает вам самостоятельно решать вопрос с доставкой, то это не очень хороший признак.

К тому же наложенный платеж – это еще один фактор, направленный на построение доверительных отношений. На рынке бижутерии даже в оптовой торговле считается нормой иметь возможность оплачивать заказы при получении. Пользоваться ли этой возможностью, другой вопрос, так как, например, почта берет большую комиссию за перевод денег и, помимо этого, прибавляет более четырех процентов суммы к стоимости доставки (в качестве страховки).

Еще один вопрос – это проверка законности деятельности вашего поставщика. Нужно провести небольшую проверку, чтобы избежать связи с фирмой-однодневкой и нести за это ответственность перед налоговиками. С 2018 года еще одним последствием за связь с подозрительными фирмами стало то, что банки могут самовольно блокировать счета. Возобновить деятельность можно будет только путем перехода в другой банк с потерей значительной части заблокированных средств.

Понятно, что поставщик должен быть зарегистрирован в качестве ИП или ООО. Вас не должен устраивать иной вариант. Особенно если вы делаете оплату от имени индивидуального предпринимателя или юридического лица, так как если вашим поставщиком выступает физическое лицо, то на вас ложится ответственность по уплате за него налога на доходы физических лиц (13%) и взносов в пенсионные фонды. Поэтому запомните важное правило: не закупать бижутерию у физических лиц без регистрации фирмы, часто с оплатой на карточку.

Например, на сайте интернет-магазина «Море блеска» в разделе «Контакты» указаны регистрационные данные индивидуального предпринимателя и банковские реквизиты.

Скачайте выписку вашего поставщика из реестра ФНС на сайте налоговой службы (сайт egrul.nalog.ru). Убедитесь, что среди перечня видов деятельности поставщика (коды ОКВЭД) указана оптовая торговля. Это очень важно, так как некоторые поставщики легально продают бижутерию в розницу и платят очень маленький вмененный налог. При продаже оптом фирма не может оставаться на вмененке. Она должна сменить систему налогообложения на более затратную – упрощенную или общую. Если же оптовая деятельность не указана в выписке, то это означает, что ваш поставщик уклоняется от уплаты налогов. Вы тоже несете риски при работе с таким поставщиком.

Например в выписке на «Море Блеска» (ИП Бондарь А. В.) черным по белому указан вид деятельности для оптовой торговли: «46.90 Торговля оптовая неспециализированная».

Также может быть указан код ОКВЭД в новой редакции: «46.49.49 Торговля оптовая прочими потребительскими товарами, не включенными в другие группировки».

Такая очень простая проверка позволит вам избежать больших проблем, в том числе попасть под колпак налоговой службы за связь с фирмой-однодневкой.

Так ли выгодно закупать бижутерию в Китае?

Идея закупать бижутерию мелким оптом в Китае достаточно популярна. Особенно заинтересованы в ее продвижении представители китайских сайтов-маркетплейсов.

Также подливают масла в огонь и российские компании-перевозчики, которые пропагандируют простоту и безоблачность своего бизнеса с Китаем. Представители фирм-посредников едут в Китай, снимают себя на фоне магазинов и фабрик, тем самым создавая видимость доступности различных китайских товаров.

Китайские поставщики привлекают мелких оптовиков ценами. Это главное преимущество. Это и основная мысль, которую транслируют сторонники бизнеса с Китаем. Но важно понимать, за счет чего эта цена получается: низкое качество, серый импорт, большие сроки доставки, скрытые платежи.

Действительно, в некоторых случаях можно получить товар по выгодной цене. Но это огромная работа. Это получается не сразу. Правильные каналы находятся путем проб и ошибок. И для выгодных условий, конечно, нужен объем выше мелкого опта.

Я ни в коем случае не отговариваю вас отказаться от идеи закупок в Китае. Я призываю вас трезво и объективно оценить свои возможности и риски.

Давайте проведем простой сравнительный анализ оптовых закупок бижутерии в Китае и России на примере моего магазина «Море блеска». Свой магазин беру в пример не в целях рекламы (как может показаться), а просто потому, что могу отвечать за каждый пункт.

Закупка в Китае

- Низкая начальная цена товара.
- Большой тираж (нужно закупать от двенадцати штук каждой модели).
- Доставка либо дорогая (сто процентов цены товара), либо долгая (шестьдесят дней морем).
- Таможенные платежи и НДС в размере пятидесяти процентов стоимости товара.
- От двадцати до семидесяти процентов бракованных изделий, как повезет.
- Каждый десятый новичок сталкивается с обманом: присылают совсем не тот товар или просто теряются деньги.
- Многие посредники либо просто не выдают документов, либо документы нелегитимны (например, посредник не имеет права заниматься оптовой торговлей).
- Риск участия в схемах серого импорта.
- Отсутствие возможности возврата и замены товара.
- Высокая зависимость от посредника из-за сложностей прямой связи с китайским поставщиком.
- Высокий риск утраты груза при транспортировке, без компенсаций.

Закупка в «Море блеска»

- Цена конечная и не меняется, доставка бесплатная.
- Можно заказать от одной штуки каждой модели.
- Доставка бесплатная и быстрая, до семи дней в любую точку России и Таможенного союза.
- Стопроцентное качество, брак – исключительная ситуация.
- В случае брака замену оплачивает поставщик.

- Десять лет работы на рынке, стопроцентная гарантия безопасности, возможность прямой связи с директором.
- Полная законность, наличие всех документов и сертификатов.
- Стопроцентная гарантия получения качественного товара, все грузы застрахованы на полную стоимость.

Если провести хотя бы приблизительный расчет, то станут очевидными преимущества оптовых закупок в «Море блеска» по сравнению с китайскими сайтами или фирмами-посредниками.

И еще раз повторяюсь, что я не пытаюсь заниматься саморекламой. Просто именно так и обстоят дела с точки зрения небольшого оптовика, чьи объемы закупок составляют от нескольких десятков до тысячи единиц бижутерии в месяц. А иначе мой бизнес не имел бы смысла.

Именно за счет описанных преимуществ над китайскими поставщиками и посредниками «Море блеска» с 2008 года успешно работает с оптовыми клиентами. Именно поэтому я и занимаюсь оптовыми поставками бижутерии, а не посредничеством с Китаем или каким-то иным видом бизнеса.

Как выбирать бижутерию, которая будет продаваться?

Когда выбор поставщика сделан, нужно правильно выбрать ассортимент. Как закупить бижутерию, чтобы она продавалась? Именно этот вопрос чаще всего задают нам начинающие предприниматели или предприниматели со стажем, но у которых нет опыта продаж именно в бижутерии. То есть люди, которые чаще всего открывают либо отдел в своем магазине, либо просто решили заняться новым направлением. В этом случае я могу порекомендовать два подхода. Первый подход эмоциональный, а второй подход рациональный.

Эмоциональный подход

Эмоциональный подход заключается в том, что вы выбираете бижутерию на свой вкус. Как это происходит? Вы открываете сайт поставщика, идете, просматриваете товары. И большинство товаров выполняют роль некоего потока, в котором вас ничего не цепляет. На фоне этого потока возникают яркие пятна, которые вызывают у вас так называемое «ага-чувство». «Ага, вот оно», – думаете вы, когда возникает это чувство. Соответственно, вы именно такие товары, которые для вас являются яркими пятнами, и закупаете. Из них вы составите свой первичный ассортимент.

В чем плюсы такого подхода? Бижутерия – это товар, связанный с эмоциональной покупкой. Ваш розничный клиент будет покупать у вас эмоционально, спонтанно. Клиент не будет объяснять себе, что это такие-то параметры бижутерии, или что она сделана с таким-то процентным содержанием меди. Клиент не будет говорить, что здесь спайки сделаны с четырех сторон или с двух сторон.

Клиент будет смотреть, видеть блеск украшения, цвета, дизайн. Девушки будут подсознательно соотносить изделие со своим образом, который у нее не завершен. У нее тоже будет срабатывать «ага-чувство».

Закупая бижутерию эмоционально, вы начинаете думать, как ваши клиенты. Вживаетесь в образ потребителя. Это одно из главных преимуществ эмоционального подхода к закупке бижутерии.

Товар, который вы выбрали на свой вкус, вам же легче будет продавать. Вы уже сами внушили себе, что он хорош. Вам украшения искренне нравятся. И, конечно, вам будет очень просто презентовать такие украшения своим покупателям. Сказанное вами клиенту из простых слов превратится в волшебные. Эти слова и ваш взгляд очень ясно передадут искренность чувств, эмоций, ощущений. Клиент обязательно это почувствует и с большим желанием совершит покупку.

Минусом эмоционального подхода является то, что иногда вкусы продавца не совпадают со вкусами клиентов. Это очень актуально для мужчин. Например, для меня это очень актуально. Я не являюсь потребителем собственной продукции, поэтому при составлении ассортимента в «Море блеска» чаще всего полагаюсь на рациональный подход.

Рациональный подход

Рациональный подход заключается в том, чтобы полагаться не на собственный вкус, а на статистику продаж.

Где взять эту статистику продаж, если вы только начинаете заниматься бижутерией? Ответ: задачу сбора статистики должен решить за вас поставщик. Если вы работаете с каким-то поставщиком вне интернета, то всегда можно (и нужно) поинтересоваться, какой товар ухо-

дит лучше всего. И, конечно, важны доверительные отношения. Потому что часто под видом лучших товаров поставщики стараются сбыть неликвид.

В интернет-магазинах этот вопрос вообще решается легко. Например, в «Море блеска» для оптовиков специально создан раздел «Хиты продаж». В «хитах» представлены товары, которые продаются лучше других. Что важно, это действительно наши хиты продаж. Это товары, которые продавались лучше других по статистике, которую мы очень кропотливо собираем, за последние тридцать дней торговли. Причем товары расположены от самых продаваемых к чуть менее продаваемым. Если взять все товары из хитов продаж, то в сумме они продаются в пять раз чаще, чем все остальные товары на сайте. И это большая польза для наших покупателей, особенно начинающих свой бизнес.

Как считается наша статистика? Ежедневно у нас формируется так называемый отчет о запасах. Отчет о запасах – это статистика по каждому товару: остаток в наличии, продажи за день, прибыль. Имея эту статистику, мы легко можем посчитать показатели того или иного товара за месяц. Что важно? Что мы не просто считаем количество проданных товаров. Мы считаем именно прибыль, которую принес тот или иной товар. Например, это позволяет исключить из хитов те товары, которые много продавались с большой скидкой. Мне кажется, что это самая объективная технология расчета хитов продаж.

Совмещение рационального и эмоционального подходов

Я рекомендую совмещать эмоциональный и рациональный подход, то есть соотнести свой вкус с тем, что представлено в «Хитах продаж» у вашего поставщика. Тем самым вы убиваете двух зайцев. С одной стороны, покупаете товар, который вам безумно нравится, который вам легко будет презентовать своим клиентам. С другой стороны, вы подкрепляете свое мнение объективной статистикой.

Совмещая эмоциональный и рациональный подход, вы получаете достаточно надежную методику эффективной закупки ассортимента.

Как получить бижутерию на реализацию или с отсрочкой платежа

Все мы знаем, что деньги имеют не только объем. Важно еще и время. Все мы понимаем, что выгоднее оплатить товар при получении или даже с отсрочкой, чем вносить предоплату в Китай и ждать прихода партии два месяца.

В моей практике было несколько случаев, когда получалось договориться с китайскими и российскими поставщиками о партиях бижутерии с отсроченной оплатой. Это сразу позволило в разы увеличить объемы закупок и продаж. Каждая новая крупная поставка с отсрочкой помогала нам сделать рывок в продажах.

Можно взглянуть на вопрос отсрочки и под иным углом. Фактически отсрочка – это беспроцентный кредит. Согласитесь, при нынешних процентных ставках в банках это очень и очень серьезная выгода. Особенно если часть рисков продаж берет на себя поставщик, когда разрешает возвращать неликвидный товар.

В этой главе я расскажу, как можно на максимально выгодных условиях получить бижутерию оптом. Вы узнаете, какие условия нужно соблюсти, чтобы иметь возможность индивидуальных условий поставки действительно ходового товара.

Реализация и отсрочка

Есть два основных способа сначала получить товар, а потом заплатить за него: реализация и отсрочка. Это разные понятия, хотя их часто путают.

Бижутерия на реализацию

Товар на реализацию – это когда поставщик предоставляет вам бижутерию без оплаты. По мере продаж вы с определенной периодичностью выкупаете у поставщика только те позиции, которые продали (реализовали). Обычно договариваются о переводе оплаты раз в неделю, один или несколько раз в месяц.

При передаче товара на реализацию обязательно оговариваются условия возврата неликвидного товара: либо поставщик принимает нереализованный товар, либо все риски несете вы. Кроме того, при закупке под реализацию обсуждается и крайний срок выкупа или возврата всей партии. Например, вы можете договориться о крайнем сроке в три месяца. Это означает, что по прошествии трех месяцев вы должны выкупить у поставщика (или вернуть, как договоритесь) весь остаток партии, независимо от фактического объема продаж.

Бывает, поставщик дает дополнительное ограничение по возврату. Например, оговариваются отдельные модели, которые подлежат возврату. Остальные подлежат обязательному выкупу.

Бижутерия с отсрочкой

Отсрочка заключается в том, что вы получаете оптовую партию бижутерии. Либо вы ничего сразу не платите, либо делаете частичную предоплату. Независимо от того, продается у вас товар или не продается, к оговоренному с поставщиком сроку вы должны перевести оплату. То есть отсрочка никак не привязана к тому, как уходит ваш товар.

Если партия крупная, то может быть установлен график платежей.

Почему сложно получить бижутерию на реализацию?

Важно заметить, что мы обсуждаем получение с отсрочкой такой бижутерии, которая очень хорошо уходит. А следовательно, всем подряд ее на реализацию не дают. Бывает, что какой-то поставщик предлагает бижутерию с отсрочкой всем подряд. Такое может быть, только если товар совсем не уходит или сильно переоценен. Но такой ассортимент и даром не нужен. Мы же будем стремиться к тому, чтобы получить хороший товар, интересный, ходовой. И на условиях, которые недоступны конкурентам.

Что мешает поставщику дать вам товар на реализацию? Жадность? Ничего подобного. Не в жадности дело. Есть две главных причины.

Страх обмана

Первая причина – страх поставщика остаться без товара и денег, то есть попросту оказаться «кинутым». Надо признаться, что страх этот вполне обоснован.

В 2013 году мы массово стали предоставлять оптовым клиентам товар с отсрочкой оплаты на один месяц. По статистике только половина клиентов своевременно перевели оплату без какого-либо принуждения с нашей стороны. Еще двадцать процентов людей сильно задерживали оплату и переводили долг только под напором писем, звонков и уговоров. Еще тридцать процентов так и не перевели ни копейки! Претензии, юристы, суды – все без толку.

Поставщик вас просто не знает. Вам не доверяют как человеку. Ну да, паспорт вы свой предоставите, договор заключите. Но потом, если что, поставщику придется за вами бегать. Да, в мелком опте суммы небольшие. Но быть обманутым всегда неприятно. Бегать за каждым мелким оптовиком поставщику не хочется. Это все трудности, которые совершенно никому не интересны.

Если я не проработал с клиентом, не знаю его личные качества, то никогда не предоставляю товар на реализацию, так как с вероятностью пятьдесят процентов я получу не оплату, а сложности.

Люди неидеальны. И даже самые порядочные нарушают обязательства, когда вопрос заходит о возврате долгов. Известная пословица: «Хочешь потерять друга, дай ему деньги в долг». Даже лучшие друзья и родственники ссорятся из-за того, что один другому должен и не возвращает. Банальная история.

А мне и так хорошо

Вторая причина кроется в том, что товар у поставщика и так хорошо уходит. В пик сезонной торговли гораздо тяжелее получить товар с отсрочкой. В этот момент поставщик в хорошем смысле избалован продажами, сотрудники работают на пределе. Зачем продавать товар с отсроченной оплатой (еще и с риском потери денег), если его и так разбирают и оплачивают тут же.

Отсюда еще один вывод: важно не только сделать поставщику правильное предложение, но и сделать его в правильное время.

Модель оптимальных переговоров об отсрочке

Для получения товара на выгодных условиях отсрочки нужно учесть те проблемы, которые мы описали выше.

В первую очередь нужно наработать в глазах поставщика кредит доверия. В идеале нужно быть одним из крупных клиентов. В этом случае поставщик убедится в вашей платежеспособности и умении успешно торговать бижутерией.

Приведу пример из моей практики. В 2009 году наши объемы были недостаточными для работы с Китаем. Мы закупались у одного китайца по имени Джеки (конечно, это было прозвище) на оптовой базе. Пару лет я регулярно лично приходил за товаром, постоянно объемы закупок росли. В один момент я заметил: чем больше у меня товара, тем больше у меня покупают. Я осознал, что нужно резко увеличить разнообразие товарного запаса. На это требовалось порядка шестисот тысяч рублей, которых у меня не было.

Тогда я составил для Джеки таблицу, в которой расписал рост моих продаж в зависимости от количества товара в моем магазине. Я воспользовался онлайн-переводчиком, чтобы все в таблице было написано по-китайски. Пришел к Джеки, показал свой интернет-магазин, показал расчеты. Он понял, что получит от меня гораздо больше денег, если даст мне товар на реализацию.

Учитывая наш долгий успешный опыт совместной работы, я получил на реализацию товара на один миллион рублей. Причем безо всякого документального договора. Разумеется, я сдержал свое слово и своевременно перечислял все до копейки даже ранее оговоренных сроков. Наше партнерство продолжалось почти год, пока я окончательно не перешел на прямые поставки от производителей.

Позднее по такой же схеме мы получали товар с 50-процентной отсрочкой на два месяца даже у наших зарубежных поставщиков. Этот пример показывает, насколько важно личное доверие и успешный продолжительный опыт работы.

Не следует ожидать чуда, что вам сразу же дадут партию с отсрочкой платежа. Важно подтвердить свою надежность временем.

Давайте подведем итог всему вышесказанному. Вот чек-лист, который поможет вам получить товар на реализацию или с отсрочкой:

- наличие продолжительного опыта работы по предоплате;
- вы достаточно крупный клиент у вашего поставщика;
- поставщик видит, что ваш бизнес идет вверх, растет объем закупок;
- у поставщика есть дополнительные запасы товара;
- вы вносите частичную предоплату;
- сезонный спад продаж.

Уверен, что соблюдение этих условий позволит вам добиться от вашего поставщика (в том числе и в «Море блеска») более выгодных условий оплаты.

Контроль качества бижутерии

В «Море блеска» мы крайне педантично подходим к вопросу качества бижутерии. Высочайшее качество и низкий процент брака позволяет нам предоставлять клиентам важнейшее преимущество – возврат без затрат. Мы уверены в качестве своей бижутерии настолько, что готовы просто заменить товар или вернуть деньги, если клиента не устроит качество товара. При этом не нужно будет отправлять украшение назад, достаточно просто выслать фото.

Качество бижутерии – это одно из наших конкурентных преимуществ. Мы провели тестовые оптовые закупки у наших основных конкурентов, больших и маленьких, дорогой бижутерии и дешевой. Выяснилось, что у большинства конкурентов, особенно продающих бижутерию дешевле, только треть товаров соответствует стандартам качества, принятым в «Море блеска».

Система контроля качества в «Море блеска» состоит из пяти ключевых элементов, которые вы легко сможете применить в своем бизнесе.

Пробная партия

В самом начале сотрудничества всегда лучше проверить поставщика при помощи небольшой партии. Очень важно, как ваш потенциальный поставщик отработает мелкооптовую покупку.

Вы можете проверить отношение к клиентам. Вы сразу увидите, насколько четко выстроены бизнес-процессы поставщика: подтверждается ли наличие товара на складе, быстро ли собирают и отправляют ваш заказ.

И, конечно, на маленькой партии вы проверяете качество бижутерии. Важно посмотреть, каким образом поставщик упаковывает свою продукцию, в каком состоянии товар доедет к вам.

Принцип простой: малой кровью вы убедитесь в том, что бижутерия вашего нового поставщика отвечает высоким стандартам качества.

Иногда бывает, что какой-то товар не устроил вас по качеству: повредился в пути или заводской брак. Сообщите о браке поставщику. Оцените поведение поставщика: вам откажут в возврате, вам предложат отправить брак назад? В единичных случаях брака в «Море блеска» мы никогда не просим возвращать брак назад, заботясь о вашем времени и деньгах. Мы попросим вас прислать фото брака и тут же переведем деньги за бракованный товар или перенесем сумму брака на следующий заказ.

Контроль на приемке

При получении партии товара от нового или проверенного поставщика всегда (без исключений) должна быть проверка качества товара.

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.