



«SKECHERS» – это всемирно известная сеть обувных магазинов, насчитывающая более 800 магазинов, занимающая 2-е место на рынке США. Торговая марка позиционирует себя как модный молодежный бренд обуви в сегменте Sportlife Style с фокусом на дизайн и технологии.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Мужчины и женщины 15-40 лет («ядро»: мужчины и женщины 18-30 лет). Ведут активный образ жизни, увлекаются спортом и модой, следят за собой. Являются приверженцами бренда. Предпочитают качественную и технологичную обувь.

ЦЕНОВАЯ ГРУППА

Продукция марки «SKECHERS» относится к ценовому сегменту «Средний», «Средний минус».

КОНЦЕПЦИЯ ТОРГОВОЙ СЕТИ «SKECHERS»

Является одной из самых узнаваемых торговых марок на территории России и СНГ.

Комплексная федеральная реклама бренда и широкая рекламная кампания конкретной торговой точки в целом создают узнаваемый имидж марки, магазина и способствуют привлечению постоянных покупателей.

Широкий и сбалансированный ассортимент ТМ SKECHERS – одной из самых топовых обувных марок США в категории Sportlife Style. Свыше 500 цветовых моделей обуви в сезон.

Высокий уровень дизайна, мерчендайзинга и зонирование магазина позволяют максимально качественно представлять продукцию в торговом зале и создавать максимально комфортные условия для потребителей.

Оптимальный формат монобрендового магазина (40-70 кв.м).

Квалифицированный персонал и индивидуальный подход к каждому покупателю.

25% нецелевой аудитории спортивных магазинов, приверженных марке SKECHERS, совершают покупки в концептуальных магазинах.

Уникальная система обновления коллекций (до 6 коллекций в год).

Возможность пополнять ассортимент новыми моделями в межсезонье (поточная система заказов) - в отличие от процедур размещения предзаказов в других брендах.



ПРОЕКТ РАСЧЕТА ЗАТРАТ-ДОХОДОВ МАГАЗИНА SKECHERS

Первый Год	Второй Год	
100	100	ПЛАНИРУЕМАЯ ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ / М ²
70	70	ПЛАНИРУЕМАЯ ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ / М
16 800 000	18 480 000	ОБОРОТ (В ФАКТИЧЕСКИХ ЦЕНАХ) / РУБ.
20 000	22 000	Средний оборот с 1 кв.м торговой площади в месяц / руб.
9 088 800	9 997 680	Себестоимость товара в обороте (при наценке 85%, с учетом сезонных скидок)
7 711 200	8 482 320	МАРЖИНАЛЬНЫЙ ДОХОД МАГАЗИНА / РУБ.
5 208 000	5 476 800	ПОСТОЯННЫЕ РАСХОДЫ МАГАЗИНА, В Т.Ч.
2 520 000	2 520 000	- аренда (из расчета 2 100 руб. за 1 м ² в месяц)
1 344 000	1 478 400	- персонал (8% от оборота)
336 000	369 600	- реклама (2% от оборота)
168 000	184 800	- транспорт (1% от оборота)
840 000	924 000	- налоги (5% от оборота)
2 503 200	3 005 520	ПРИБЫЛЬ МАГАЗИНА / РУБ.
1 500 000		Затраты на открытие всего.
1 003 200	3 005 520	ИТОГОВАЯ ОБЩАЯ МАРЖА ЗА ГОД / РУБ.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ФИРМЕННОМУ МАГАЗИНУ

МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ
МАГАЗИНА

Помещение в современном торгово-развлекательном центре класса «А» или «В», располагающий магазинами известных мировых брендов, зоны фуд-корта, кинотеатром и имеющем автомобильную парковку. Помещение с отдельным входом и витринами на 1 этаже центральной торговой улице города с высоким пешеходным трафиком и крупными транспортными узлами.

СОСЕДСТВО

Магазины известных брендов.

ПЛОЩАДЬ ПОМЕЩЕНИЯ

От 50 до 80 кв.м.

ВЫСОТА ПОТОЛКОВ

Не менее 3,2 метров.

ВИТРИНА

Наличие витрин

СРЕДСТВА СВЯЗИ

Наличие телефонной сети и выделенного канал Internet

ЭЛЕКТРИЧЕСТВО

Выделение электрической мощности не менее 10 Квт.