**Как открыть интернет-магазин мебели?**

Малый бизнес – направление, стремительно набирающее популярность в последнее время. Каждый человек в состоянии открыть свое собственное дело, необходимо лишь вооружиться знаниями и прописать четкий план. Учитывая современную доступность любой информации, сделать это будет довольно несложно.

В этой статье речь пойдет об **открытии интернет-магазина мебели**. Согласно исследованиям Яндекс.Маркет и компании GfK Rus, число онлайн-покупателей в России продолжает быстро увеличиваться. Так, на весну 2017, почти каждый третий россиянин в возрасте от 16 до 55 лет в последние полгода покупал товары в интернете. За год этот показатель вырос на 20%, а с весны 2014 — больше чем на три четверти.

Стоит отметить, что открытие интернет-магазина существенно проще в организационном плане, чем открытие розничной «точки». Так, **для запуска** первого нужно:

* зарегистрироваться в налоговой службе;
* создать сайт (30-300 тысяч рублей);
* закупить товар (40-100 тысяч рублей);
* вложиться в продвижение (сумма зависит от инструментов продвижения). На первых порах возможна работа без наемной силы.

Для старта розничного магазина ко всему вышеперечисленному добавляем аренду помещения, ремонт в нём же, униформу и оклад для персонала, покупку торгового оборудования. К тому же, интернет-магазин даёт больше свободы владельцу в плане местонахождения, товарного ассортимента и, в случае неудачи, закрытии бизнеса. Но не стоит сразу думать о плохом. Повторимся: зная основные правила и имея немного везения, можно с легкостью обзавестись интернет-магазином мебели, приносящим от 120 до 200 тысяч рублей прибыли в месяц.

Предлагаем рассмотреть открытие онлайн-магазина мебели с нескольких позиций. В каждой из них есть свои особенности и алгоритмы действия.

**Как производителю**, вам крайне важно выбрать надежного посредника. Составьте и заключите с ними грамотный договор, придерживайтесь оговоренных условий, но в то же время будьте гибкими. Оптимизируйте производство, стремитесь снижать издержки. Однако старайтесь не портить качество товара, ведь именно хорошо/плохо выполненная продукция составляет итоговое впечатление от покупки.

**Как дропшипер,** вы будете получать возможность заказа товара от поставщика по низкой оптовой цене. К этой стоимости вы добавляете свой процент, который в итоге и составляет ваш доход. При этом, несмотря на то, что отправка производится прямым поставщиком, выполняется она от вашего имени. Ваша цель – купить как можно дешевле и добавить как можно больший (в разумных пределах) процент.

Самих покупателей привлекают **посредники**, в чьи задачи входит реклама продукции, сбор заказов, прием оплаты и оформление сделки с производителем. Посреднику важно выбрать правильную нишу. Выгоднее всего ориентироваться на товар узкой специализации, но большой стоимости, чтобы получить хороший процент. Или же закупать ходовой товар, но крупной партией. Важно не прогадать с выбором производителя, оценить его репутацию, качество товара, прикинуть возможный потребительский спрос.

Для поиска и привлечения клиентов вам доступен широчайший спектр инструментов:

* качественный интернет сайт с хорошим SEO;
* таргетинг;
* социальные сети;
* BTL;
* промо в СМИ;

Чем лучше вы подготовите аудиторию своей пиар кампанией, тем большим спросом будет пользоваться ваша продукция.

Кстати, об аудитории. Совершенно необходимо оценить потенциальную **целевую аудиторию** вашего будущего интернет магазина. Важно не просто изучить стандартные вещи, например, что 90% клиентов составляют женщины. Для максимального попадания в потребительские ожидания нужно нарисовать очень конкретный портрет вашего клиента. Например:

* Женщины;
* От 21 до 55 лет (от начинающих жить самостоятельно и заканчивая уже недружественно, в силу возраста, настроенных к интернет покупкам);
* Средний достаток, не склонны к импульсивным покупкам;
* Работницы среднего звена;
* Увлечения: садоводство, фитнес, кулинария, художественная и классическая литература;
* Аполитичны или приверженцы управляющей партии;
* Главная ценность – семья.

Безусловно, нельзя обделить вниманием ваших будущих **конкурентов**. Основными лидерами среди интернет-магазинов мебели являются IKEA, Hoff и Мебелион.

**IKEA** – всемирно известный нидерландский бренд со шведскими корнями. Компания занимается дизайном и реализацией мебели, а также сопутствующих товаров для дома. Бренд рассчитан на массового потребителя. Концепция компании: большую часть продукции покупатели собирают дома самостоятельно, также товары перевозятся в плоских коробках, за счет этого снижаются затраты на логистику и сервис, что ведёт к более низкой стоимости товаров. Успешно работает интернет-магазин компании, чем активно пользуются жители провинциальных городов.

Российский аналог IKEA – **сеть гипермаркетов Hoff**. Название расшифровывается как "Home of furnishing", что в переводе означает "дом для создания интерьера". Компания предлагает комплексные интерьерные решения на основе широкого мультибрендового ассортимента. На сегодняшний день сеть насчитывает 37 магазинов по РФ. В компании работают более 3600 сотрудников, посещаемость официального сайта бренда составляет более 13,5 миллионов уникальных посетителей в год.

Третий мощный конкурент вашего будущего бизнеса – **Мебелион**, один из крупнейших интернет-магазинов товаров для дома. Компания предлагает более 10 000 моделей мебели, 20 000 светильников и 5 000 элементов декора. Количество клиентов за время существования компании превысило 200 тысяч человек. Конкурентное преимущество - операторы принимают заказы круглосуточно. Но кто знает, возможно, через 10 лет именно ваш магазин попадет в списки самых успешных магазинов мебели?

Итак, выше мы собрали бэкграунд: изучили целевую аудиторию будущего интернет-магазина, провели исследование рынка, разобрались в терминологии. Далее необходимо наметить конкретные шаги, которые позволят сделать запуск нового магазина эффективным.

Сперва необходимо заняться **поиском поставщика**. Выйти на производителя можно несколькими путями: самостоятельный поиск и прямой контакт, дистрибьюторы или перекупщики. В первом случае пользуемся поисковиками, заглядываем в единый государственный реестр юридических лиц и посещаем отраслевые выставки. Работать непосредственно с самим изготовителем - это выгоднее и надежнее. Второй вариант – поиск дилера – возможен через интернет: достаточно набрать в поисковой строке браузера наименование товара и прибавить к нему слово «оптом». Перекупщиков найти можно также через сеть, однако следует быть осторожными: как правило, за качество товара они не несут никакой ответственности и гарантировать его не могут.

Далее следует **поиск персонала** (в случае необходимости). Здесь также доступен широкий инструментарий: рекрутинговые интернет-порталы, ярмарки вакансий, кадровые агентства (если нужен опытный топ-менеджер), личные связи. Важно, чтобы ваш будущий подчиненный был не столько опытен, сколько обучаем. Будьте разумным работодателем: сразу оговорите условия, обозначьте хотя бы ориентировочную зарплату, не будьте слишком дотошными на собеседовании. Вы ищете себе сокомандника, с которым должно быть приятно работать.

Следующий шаг - выбор **сервисов приема оплаты.** В этом вопросе есть много тонкостей, например, выбор платежных агрегатов (компании-посредника между платежной системой, потребителем и продавцом). По статистике, которую летом 2018 года опубликовала компания MARC, 66% интернет-магазинов используют платежные агрегаторы. Для выбора наиболее подходящего для вас варианта рекомендуем прослушать вебинары, почитать специализированные статьи.

Финальным пунктом, о котором вам необходимо позаботиться, станет доставка. Наличие курьера (для мебельной компании актуален грузовой транспорт) – это жест хорошего тона, без которого в наши дни никак не обойтись. Возможность самовывоза также дает вашей компании преимущество. На забудьте добавить в услуги возможность доставки в другие города и страны – тем самым вы сможете расширить свою клиентскую базу.

Итак, подводя итог, можно сделать вывод: следуйте правилам, руководствуйтесь логикой и здравым смыслом, рискуйте, но не безрассудствуйте! И тогда вас и ваш мебельный магазин неизменно будет ждать успех. Лучшие заведения города будут забрасывать вашу электронную почту заказами, ваш директ в соц.сетях увязнет в восторженных откликах, а сами вы сможете с уверенностью заявить, что состоялись как человек и как бизнесмен.