****

**Интернет-магазин**

Вы решили открыть интернет-магазин одежды. С чего начать?

**Этапы открытия интернет-магазина одежды:**

- определить спрос, нишу и ценовой сегмент;

- изучить ЦА и провести анализ конкурентов;

- определить ассортимент продукции;

- найти поставщиков;

- определить способ доставки товара;

- создать группу в инстаграмм (или сайт);

- регистрация деятельности в ФНС;

- регистрация кассы;

- продвижение магазина.

**Определение спроса, ниши и ценового сегмента**Для того, чтобы не пополнить печальную статистику закрытых стартапов, нужно хорошо подготовиться: изучить спрос, предложения конкурентов и определиться с позиционирование.

**Выберите нишу**, то есть что вы планируете продавать, и ценовой сегмент - для кого продавать. Например, интернет-магазин детской одежды для людей со средним доходом, интернет-магазин женской одежды от известных брендов для категории с высоким доходом.

**Определите регион для работы**: только ваш город, Россия, Россия и мир и т.д.

**Изучите спрос**. Самый простой способ - сервис от Яндекс Wordstat. Введите в поиске ваш продукт и посмотрите количество запросов за месяц. Чем больше запросов, тем выше спрос. Перед поиском введите фильтр по региону, если решили продавать товар только в своем городе.

**Изучение ЦА и анализ конкурентов**

Сейчас вам нужно понять, кому вы будете продавать товар, и в каком случае ваш товар начнут покупать.

От качества работы на этом этапе во многом зависит успех всего проекта. Не ленитесь, тщательно изучите целевую аудиторию и предложения конкурентов.

Если вы считаете, что в вашей нише нет конкурентов, значит, вы ее плохо изучили.

Для изучения целевой аудитории ответьте на следующие вопросы:

* кто ваша аудитория (мужчины, женщины), возраст, пол, интересы, доход
* география (регион проживания)
* как они принимают решение о покупке (спонтанно, по отзывам и т.д)
* какой тип одежды выбирают (спортивную, деловую и т.д)
* где они заказывают одежду обычно
* средняя стоимость их покупок
* зачем им нужны ваши товары
* какой вариант оплаты им будет удобнее

Переходим к анализу конкурентов. Важный момент - анализируйте компании, схожие с вами по ценовому сегменту, обороту, региону доставки и ассортименту товаров.

Рекомендуем заранее подготовить сводную таблицу, в которой отразите результаты вашего исследования.

**С чего начать анализ?**

* **изучите сайт и социальные сети конкурента**. Обратите внимание, на чем они делаю акцент в продающих постах, какой оффер предлагают на заглавной странице сайта, как сделано описание товаров, есть ли категории товаров;
* **посмотрите, как устроен процесс заказа товара**. Оформите простой заказ или позвоните в компанию. Оцените, как с вами общается менеджер, долго ли происходит оформление, какие сроки доставки товара.  
  Напишите в социальные сети с вопросом, посмотрите, как с вами выстраивает диалог менеджер и т.д;
* **изучите ассортимент и дополнительные бонусы для клиентов**. Проанализируйте, насколько широко представлена линейка товаров и какие бренды в приоритете. Изучите наличие дополнительных бонусов для будущих покупателей и действующих клиентов. Например, бесплатная доставка в зависимости от суммы заказа или скидка за рекомендацию;
* **какие методы используют для продвижения сайта и интернет-магазинов**. Если компании активно рекламируют товары, то после посещения их сайта вы начнете видеть их рекламные объявления;
* **почитайте отзывы покупателей, но не на сайте, а на сторонних сервисах**. Это поможет вам лучше понять, что клиентам нравится, а что не очень. Найдите их “слабые” места и сделайте их своими сильными сторонами;  
  Например, если у конкурентов нет бесплатной доставки, посчитайте и подумайте, можете ли вы предложить ее клиентам. Если да, смело говорите об этом в социальных сетях и сайте при продвижении.

После переходите к следующему шагу.

**Ассортимент продукции**

Задумайтесь над тем, какие товары вы разместите в интернет-магазине. Ориентируйтесь, в первую очередь, на потребности покупателей, но не забывайте о приемах, который увеличат ваш средний чек.

Например, если вы продаете женскую одежду, предложите модные аксессуары для дополнения образа (сумочки, браслеты, бижутерию).

При продаже детской одежды предлагайте специальные средства по уходу за тканями, которые не вызывают аллергии у малышей и т.д.

Широкий ассортимент товара привлекает покупателей.

**Поиск поставщиков**

Итак, вы определились с тем, что хотите видеть “на полках” своего интернет-магазина, переходим к поиску оптовых поставщиков.

На что обратить внимание?

* **Срок работы на рынке**. Почитайте отзывы постоянных покупателей в интернете. Пообщайтесь с менеджерами компании и получите предложение по оптовой закупке товара. Обратите особое внимание на сроки доставки заказа, сумму минимального заказа, условия возврата бракованного товара.
* **Тип поставщика**. Выгоднее закупать товары у производителя, но они чаще всего работают с крупным оптом, и начинающему предпринимателю сложно будет выполнять такие объемы. Перекупщики работают с любым объемом, но продают товар дороже, поэтому выберите несколько вариантов, сравните оптовые цены и критерии работы.
* **Наличие сертификатов качества**. Если вы планируете работать в «долгую» лучше выбрать в партнеры компанию с белой бухгалтерией.

Итак, вы уже определились с нишей и поставщиками, проанализировали конкурентов. Переходим к организационным моментам.

**Регистрация деятельности**

- в формате ИП с упрощенной системой налогообложения.

Коды в общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД). Для интернет-магазина основной код – 47.91.2.

Среди дополнительных кодов, в зависимости от ваших планов, на старте можно указать эти:

* для организации пункта доставки (47.99);
* создания сайта, привязки к нему электронной корзины покупателя, в которой будет формироваться заказ, и подключения онлайн-кассы (62.09);
* организации курьерской доставки (53.20.31);
* хранения товара на складе (52.10);
* упаковки товара (82.92).

- регистрироваться самозанятым вы можете только в том случае если планируете продавать одежду **собственного производства** на своём ресурсе.

**!!! Получить бесплатную консультацию по системам налогообложения и зарегистрироваться в качестве Индивидуального предпринимателя или «самозанятого» можно в центре «Мой Бизнес» Тульской области.**

**Запись на консультацию по телефону горячей линии: 8 800 600 777 1**

**Способ доставки**

Вариантов несколько:

* курьерская служба,
* организация собственной курьерской доставки

Для того, чтобы выбрать оптимальный вариант, определитесь со следующими параметрами:

* регион доставки (город, страна, мир, страна и мир и т.)
* частота
* скорость доставки
* бюджет для того, чтобы организовать доставку

Как определиться? Если вы хотите доставлять товар по городу, вам важен качественный сервис, организуйте доставку своими силами. Если вы ориентируетесь на скорость или работаете по стране и миру, то обратитесь в курьерские службы.

**Система оплаты**

Для начала определитесь, как ваши клиенты будут оплачивать покупки: онлайн на сайте или при получении заказа. В зависимости от этого выберите подходящие виды оплаты и подключите торговый и интернет-эквайринги.

**Создание групп в соцсетях и сайта**

Для того, чтобы запустить интернет- магазин одежды вам понадобятся группы в соцсетях или сайт. Закажите их у специалиста или сделайте самостоятельно.

Для дизайна сайта есть известные конструкторы, например, Эквид, AdvantShop, Битрикс, где есть уже готовые шаблоны для создания разных интернет-магазинов. Да, вам не составит труда “собрать” свой магазин самостоятельно, но на это потребуется время.

При выборе платформы для будущего онлайн-магазина одежды исходите, в первую очередь, из следующих критериев:

* понятный интерфейс и навигация,
* удобство добавления товара на сайт,
* наличие технической поддержки и скорость их ответа.

**Продвижение интернет-магазина**

Поздравляем! Вы создали интернет-магазин. Теперь нужно привлечь покупателей и запустить рекламу.

Реклама – один из самых эффективных и дорогих способов продвижения. Наличие конкурентов, особенно в широких нишах, влияет на стоимость потенциального покупателя. Чем больше конкурентов, тем больше вам придется вкладываться в рекламу.

Поэтому старайтесь использовать только эффективные способы, а для этого пробуйте разные каналы для продвижения собственного бизнеса: написание положительных отзывов на форумах, бесплатная реклама в тематических пабликах и т.д. Выбирайте те, которые дают лучший результат по привлечению клиентов.

Также рекомендуем обратиться за помощью к специалистам по настройке рекламы, интернет - маркетологам для консультации или заказать решение под ключ.

Открытие интернет-магазина – сложный и трудозатратный по времени и силам процесс. И ошибки не исключены. С одной стороны, это нормально, с другой - ошибка, например, в бухгалтерских расчетах может привести к необратимым последствиям (штрафам, уменьшению прибыли и т.д.). О том, как минимизировать риски при открытии бизнеса, рассказываем дальше.

**Финансовый план**

Для экономии средств на старте бизнеса можно оборудовать офис и помещение для складирования по месту жительства, если позволяет место.

Что бы открыть интернет- магазина вам потребуется:

- онлайн касса;

- ноутбук;

- принтер;

- мебель для рабочего места;

- стеллажи для хранения складского запаса;

- ассортимент товара

- отпариватель (если вы будете реализовывать одежду)

- изготовление и продвижение сайта или соцсетей.

**Экономическая справка**

Вложения на старте бизнеса – 250000 рублей.

Средний чек – 2000 рублей.

Выручка за год 2880000 рублей.

Срок окупаемости –1 месяц

**Риски.**

Открытие интернет-магазина сопровождается определенными рисками. К основным рискам можно отнести:

* Отсутствие заказов

Данный риск связан в основном с некачественно настроенной рекламой либо неправильно подобранными площадками для её размещения. В качестве рекомендации необходимо нанять опытных специалистов в сфере интернет-маркетинга, который составит грамотный маркетинговый план.

* Качество товара

При приобретении продукции необходимо уделить внимание его качеству. Для снижения риска надо запросить у производителя/покупателя образец, получить сертификаты на продукцию.

* Доставка товара

Очень важное значение для клиента имеют сроки доставки. Снизить риски срывов сроков доставки можно путем заключения договора с известными доставочными компаниями, которые давно работают на рынке, а также работать с опытными курьерами.