Открытие розничного магазина с нуля – это непростой процесс, который требует внимательности, грамотного планирования и стратегического подхода. Чек-лист поможет предпринимателю сориентироваться и не упустить ключевые моменты.

**Шаг 1. Исследование рынка и выбор ниши**. Перед тем как открыть магазин, важно понять спрос на товары или услуги, изучить потребности целевой аудитории и определить основных конкурентов.

Выбор ниши имеет основное значение для успешного старта бизнеса. Существует множество вариантов магазинов: от самых маленьких по площади магазинчиков в первом этаже дома до гипермаркетов, располагающихся на нескольких этажах торговых центров. Кроме того, они отличаются по ассортименту.

Важно найти сегмент, где конкуренция не слишком высока, но есть достаточный спрос. Например, магазин у дома в новом ЖК.

Новички могут открыть магазин по модели франшизы и запустить свой бизнес с проверенной бизнес-моделью. Бесплатный [каталог франшиз](https://xn--l1agf.xn--p1ai/services/franchise/promo/?utm_source=smm&utm_medium=smm&utm_campaign=01_-7_2024_franchise) на МСП.РФ позволяет сравнить предложения по основным параметрам. Также сервис дает информацию о размере инвестиций, необходимой площади, количеству персонала и пр.

**Шаг 2. Разработка бизнес-плана**. В нем следует учесть все расходы на стартовые инвестиции, оценены возможные риски, а также планируемые доходы. Без планирования невозможно точно определить, сколько средств потребуется для запуска магазина, и когда он начнёт приносить прибыль.

Основные статьи расходов для открытия торговой точки включают в себя:

- аренда и ремонт (при необходимости) помещения;

- оснащение торгового зала (стеллажи, холодильники, витрины);

- кассовое оборудование и программное обеспечение для него;

- охранная система, пожарная сигнализация и видеонаблюдение;

- закупка товаров;

- зарплата персонала;

-оформление всех необходимых документов, включая лицензию в зависимости от ассортимента;

- вывеска;

- маркетинг.

Примерный ассортимент и список потенциальных поставщиков позволит боле точно рассчитать цифры. При этом важно учесть, что товары должны соответствовать потребностям целевой аудитории. Закупка товаров должна быть продумана с учётом сезона, тенденций на рынке и предпочтений покупателей.

Сделать бесплатный анализ рынка и получить расчеты для бизнес-планирования по 110+ видам деятельности поможет сервис «[Оценка рынка и расчет бизнес-плана](https://xn--l1agf.xn--p1ai/services/geo/promo/?utm_source=smm&utm_medium=smm&utm_campaign=28_06_2024_geo)» на МП.РФ.

**Шаг 3. Оформление юридической формы бизнеса**. Для легальной работы магазина необходимо выбрать подходящую юридическую форму. Это может быть индивидуальный предприниматель (ИП) или юридическое лицо, например, общество с ограниченной ответственностью (ООО). Выбор зависит от масштабов бизнеса, ассортимента. Дело в том, что для некоторых видов товаров нужны специальные разрешения (лицензии), которые могут получить только юрлица.

Чаще всего для розничной торговли основным выбирают класс 47 (Торговля розничная, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами). А группа определяется в зависимости от того, как ведется торговля (в специализированных, неспециализированных магазинах, на рынке и пр.) и какой ассортимент.

Также следует учитывать, что эти коды ОКВЭД попадают в перечень видов деятельности о начале, которых предприниматель должен уведомить Роспотребнадзор. Сделать это нужно за несколько дней до фактического открытия.

Кроме того, на [сайте](https://83.rospotrebnadzor.ru/387) Роспотребнадзора есть чек-листы, которые помогут сориентироваться в обязательных требованиях ведомства к владельцам магазинов в зависимости от ассортимента и типа торговой точки.

**Шаг 4. Поиск и аренда помещения**. Локация определяет проходимость торговой точки и сильно влияет на выручку. Здесь нужно учитывать несколько факторов:

*

Расположение: доступность для покупателей, проходимость, соседство с конкурентами, привлекательность локации для целевой аудитории. Также следует оценить помещение с точки зрения требований к погрузке и разгрузке товаров.

*

Площадь: достаточность для размещения товаров и комфортного обслуживания клиентов).

*

Безопасность и соответствие требованиям: в зависимости от типа магазина, могут понадобиться заключения пожарной, санитарно-эпидемиологической служб. Все это нужно также будет влиять на сумму первоначальных инвестиций.

*

Условия аренды. Кроме цены стоит обратить внимание на наличие или возможность установки вывески, охранной системы, вентиляции, пожарной сигнализации и видеонаблюдения, соблюдение норм по освещению и температурному режиму, организован ли сбор мусора в контейнеры. Все это может потребовать дополнительных расходов и время на согласование. Так, открытие магазина в историческом здании или на территории, подлежащей охране, потребует согласования с органами охраны культурного наследия.

**Шаг 5. Подбор и обучение персонала**. Найм сотрудников для розничного магазина – один из самых важных пунктов. В фокусе внимания не только профессиональные качества будущих продавцов, но и их умение работать с клиентами. Обучение персонала должно включать не только стандартные рабочие процессы, но и навыки продаж, работы с клиентами, а также знание товаров. Качественное обслуживание – это залог роста лояльности покупателей и появления постоянных клиентов.

**Шаг 6. Открытие**. Яркое открытие, флаеры, акции и скидки позволят привлечь первых клиентов. Рекламная кампания может задействовать различные каналы: интернет-рекламу, социальные сети, наружную рекламу и другие методы продвижения.

По сути, основная работа начинается только после открытия. Предпринимателю в дальнейшем приходится постоянно работать над развитием бизнеса, пересматривать или дополнять ассортимент, корректировать маркетинговую стратегию, следить за работой продавцов, мерчандайзеров. Но грамотная подготовка закладывает основу, чтобы магазин стал успешным и стабильно приносил доход.