



Lokalizacja sklepu - "drobiazgi" znaczą wiele

Wybór lokalizacji sklepu ma wielki wpływ na cały okres działalności sklepu detalicznego. Zły wybór praktycznie gwarantuje porażkę, dobry wybór - sukces.

Niniejszy artykuł omawia kryteria wyboru lokalizacji sklepu, takie jak wpasowanie się w otoczenie innych sklepów oraz przepisy strefy budowlanej. Właściciel musi wziąć te kryteria pod uwagę po przeprowadzeniu podstawowych analiz ekonomicznych, demograficznych oraz ruchu klientów. Artykuł podaje pytania, na które należy znaleźć odpowiedź przed dokonaniem najważniejszego wyboru - lokalizacji sklepu.

Pierwszy krok przy wyborze lokalizacji sklepu detalicznego ma miejsce w twojej głowie. Zanim zrobisz cokolwiek innego, określ w ogólnych kategoriach swój typ biznesu i ustal swoje długoterminowe cele. Zapisz je. Później, gdy będziesz wybierał miejsce dla sklepu, ćwiczenie to bardzo ci pomoże.

Wielu właścicieli sklepów uważa, że przy wyborze miejsca wystarczy przeanalizować dane demograficzne ludności ("informacje o ludziach," takie jak wiek, dochód, rozmiar rodziny, etc.), zebrać informacje na temat konkurencji a także o ruchu ludzi w rejonie, który biorą pod uwagę. Bez wątpienia są to podstawowe czynniki analizowania lokalizacji dla handlu detalicznego.

Gdy znalazłeś już możliwą lokalizację przy użyciu powyższych czynników, zrobisz dopiero połowę pracy. Zanim podejmiesz zobowiązanie wprowadzenia się i ustawienia sklepu, musisz dokładnie sprawdzić szereg innych aspektów danej lokalizacji, aby zapewnić sobie spokojną głowę oraz - co bardziej istotne - zapewnić powodzenie swojemu sklepowi.

Wpasowanie się w otoczenie

Na ile ważne jest wpasowanie się w otoczenie?

W przypadku małego sklepu detalicznego, nowo otwartego, z ograniczonym funduszem na reklamę i promocję, może to być najważniejszy czynnik, decydujący o przetrwaniu lub upadku.

Czy sklep twój będzie znajdował się obok innych biznesów, których klienci trafią też do ciebie?
Czy będziesz obok sklepów, które będą odbierać ci klientów?

Na przykład, jeśli sprzedajesz towary takie jak ubrania, duże aparaty gospodarstwa domowego lub drogą biżuterię, najlepsza lokalizacja jest obok innych sklepów sprzedających podobny rodzaj towarów. Z drugiej strony, umieszczenie takiego sklepu w rejonie sklepów codziennej potrzeby, supermarketów, sklepów gospodarczych, piekarni, sklepów z pakunkami i aptek nie jest wskazane.

Przyjrzyj się centrom handlowym w swoim rejonie. W każdym z nich znajdziesz grupę sklepów z ubraniami, sklepy z artykułami gospodarstwa domowego, biżuterią, a także sklepy z artykułami codziennej potrzeby, supermarkety, piekarnie, etc., wszystkie egzystujące pod tym samym dachem. Jednak nawet w tej sytuacji ważne jest aby być zlokalizowanym razem ze sklepami tego samego typu, co pomaga w sprzedaży twoich artykułów. Na przykład sklep ze zwierzętami nie powinien znajdować się obok restauracji, sklepu z sukniami lub salonu. Sklep z pamiątkami należy umieścić obok dużych domów towarowych, kin, restauracji - krótko mówiąc w miejscu, gdzie mogą tworzyć się kolejki klientów, dając potencjalnym klientom kilka minut na patrzenie na wystawę sklepu.



Związki kupieckie

Większość tych, którzy po raz pierwszy otwierają własną firmę, nie ma pojęcia, jak efektywny potrafi być silny związek kupiecki w promocji i utrzymaniu biznesu w danym rejonie. Zawsze zainteresuj się, czy istnieje związek kupiecki. Obecność efektywnego związku może wzmocnić twój biznes i zaoszczędzić ci pieniądze poprzez programy grupowej reklamy, grupowe plany ubezpieczeniowe oraz kolektywne działania w zakresie bezpieczeństwa.

Silny związek kupiecki może, dzięki sile grupy, osiągnąć to, o czym pojedynczy właściciel sklepu nie mógłby nawet marzyć. Niektóre związki kupieckie nakłoniły planistów miejskich do zbudowania dodatkowych zjazdów z autostrad blisko ich centrów handlowych.

Inne prowadziły lobbying aby otrzymać — i otrzymały — fundusze od miast na renowację centrów handlowych, włącznie z rozbudową parkingów, odnowieniem budynków i instalacją lepszego oświetlenia.

Związki kupieckie mogą być szczególnie efektywne przy promocji sklepów, używając wspólnych tematów lub imprez, a także w czasie sezonu świątecznego. Przyciągnięcie klientów w drodze takich promocji jest zazwyczaj kilkakrotnie wyższe od skutku, który mógłby być osiągnięty przez pojedynczy sklep.

Jak możesz dowiedzieć się, czy lokalizacja o której myślisz, ma zaletę bycia włączoną w efektywny związek kupiecki? Zapytaj właścicieli sklepów w okolicy. Dowiedz się:

- ilu członków ma związek?
- kim są jego dyrektorzy?
- jak często grupa spotyka się?
- ile wynoszą roczne opłaty?
- co konkretnego osiągnął związek w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

Poproś o pokazanie ci kopii protokołu z ostatniego zebrania. Zobacz jaki procent członków był obecny.

Co zrobić jeśli nie ma związku kupieckiego? Ogólnie mówiąc, rejon handlowy lub centrum handlowe bez związku kupieckiego (albo z nieefektywnym związkiem) jest w trakcie upadku. Prawdopodobnie zobaczysz dużo śmieci lub różnych resztek w okolicy, puste sklepy, parking wymagający reperacji i podobne objawy. Powinieneś trzymać się z dala od miejsc, dających takie sygnały ostrzegawcze. Przy odrobinie szperania na miejscu, łatwo ich uniknąć.

Dobra wola właściciela

Bezpośrednio związana z wyglądem rejonu handlowego jest dobra wola właściciela wobec potrzeb indywidualnych sklepów. Niestety, niektórzy właściciele centrów handlowych w gruncie rzeczy przeszkadzają w działalności ich lokatorów. Często są oni w gruncie rzeczy odpowiedzialni za upadek ich własności.

Ograniczając możliwości umiejscowienia i rozmiary sztydów, nie robiąc niezbędnych reperacji i konserwacji, wynajmując sąsiadujące ze sobą lokale nie pasującym do siebie - albo jeszcze gorzej, konkurującym ze sobą - sklepom, właściciele uniemożliwiają kupcom próby zwiększenia handlu.



Czasami właścicielom brakuje funduszy na utrzymanie własności. Zamiast inwestować w swoją własność poprzez utrzymywanie właściwego wyglądu budynków i pomoc lokatorom, próbują oni wycisnąć co się da, jak się da.

Aby zobaczyć czy właściciel wykazuje się dobrą wolą wobec potrzeb swoich lokatorów, porozmawiaj z innymi lokatorami zanim się wprowadzisz. Zapytaj ich:

- czy właściciel odpowiada w miarę szybko na telefony i czy szybko wysyła ludzi, aby robili prace konserwacyjne?
- czy konieczne jest nękanie właściciela aby normalne prace konserwacyjne były zrobione?
- czy właściciel tylko zbiera najem i znika, czy podchodzi ze zrozumieniem do potrzeb lokatorów?
- czy właściciel ustalił przepisy, utrudniające innowacje marketingowe?

Strefy budowlane i planowanie

Komisja do spraw stref budowlanych w twoim mieście chętnie poda ci ostatnie "mapy" lokalizacji handlowych w okolicach, które bierzesz pod uwagę. Oto kilka pytań do wzięcia pod uwagę:

Czy istnieją ograniczenia, które zawężą lub utrudnią twoją działalność?

Czy nowe place budowy, zmiany w ruchu miejskim lub nowe ulice stworzą bariery dla twojego sklepu?

Czy jakakolwiek przewaga nad konkurencją, którą posiadasz obecnie dzięki twojej lokalizacji, będzie zmniejszona poprzez zmiany w zasięgu stref budowlanych korzystne dla konkurentów, albo wręcz pozwoli konkurentom na wejście w twój rejon handlu?

Większość rad, zajmujących się strefami budowlanymi, a także komitety ekonomiczne/regionalne, planują kilka lat naprzód. Mogą one dać ci cenne informacje, które pomogą ci dokonać wyboru pomiędzy różnymi lokalizacjami handlowymi.

Umowy najmu

Twój zamierzony okres przebywania w danym miejscu i umowa najmu są bezpośrednio związane ze strefami budowlanymi. Zanim podpiszesz mało elastyczną umowę najmu, musisz uzyskać informacje na temat przyszłych planów stref i zdecydować jak długo zamierzasz przebywać w danym miejscu:

- czy zamierzasz prowadzić sklep w pierwszej lokalizacji bez końca, czy ustaliłeś pewną ilość lat jako limit?
- jeśli biznes pójdzie dobrze, czy będziesz mógł rozszerzyć działalność w tej lokalizacji?
- czy umowa najmu jest elastyczna, dająca ci możliwość odnowienia po pewnej liczbie lat? (Z drugiej strony, czy umowa jest na czas ograniczony, abyś w razie potrzeby mógł poszukać innego miejsca?)

Przestudiuj uważnie proponowaną umowę. Zgłoś się po poradę do swojego prawnika lub innego eksperta. Czy umowa:

- łączy najem z sumą sprzedaży (ze ściśle określoną skalą), czy suma jest z góry ustalona?
- chroni ciebie, a nie tylko właściciela?



- zawiera na piśmie obietnice właściciela na temat reperacji, budowy i odbudowy, malowania, przeróbek i konserwacji?
- zawiera klauzule zabraniające podnajmu?
- weź te czynniki pod uwagę zanim wybierzesz lokalizację.

Inne względy

Istnieje szereg innych względów, mających w różnym stopniu wpływ na wybór lokalizacji handlowej, zależnie od branży w której jesteś. Poniższe pytania wprawdzie nie wyczerpują wszystkich możliwości, mogą jednak pomóc ci wybrać lokalizację handlową:

- Ile potrzebujesz miejsca na handel detaliczny, biuro, magazyn lub warsztat?
- Czy jest wystarczająca ilość odpowiednich miejsc na parking?
- Czy wymagasz specjalnego oświetlenia, ogrzewania lub klimatyzacji, lub innych instalacji?
- Czy twoje wydatki na reklamę zwiększą się znacznie jeśli wybierzesz oddaloną lokalizację?
- Czy rejon ten jest obsługiwany przez komunikację publiczną?
- Czy rejon ten może służyć jako źródło pracowników?
- Czy ochrona przeciwpożarowa i policyjna jest wystarczająca?
- Czy problemem będzie higiena lub zaopatrzenie w usługi komunalne?
- Czy oświetlenie na zewnątrz jest wystarczające, aby przyciągnąć klientów wieczorem i aby czuli się oni bezpieczni?
- Czy są łazienki dla klientów?
- Czy jest łatwy dostęp do sklepu?
- Czy ubezpieczenie przeciwko przestępstwom będzie bardzo kosztowne?
- Czy planujesz zapewnić odbiór i dostawę?
- Czy rejon handlowy polega bardzo na handlu sezonowym?
- Czy lokalizacja jest wygodna względem tego, gdzie mieszkasz?
- Czy ludzie, których chcesz jako klientów, mieszkają niedaleko?
- Czy rejon ma wystarczającą gęstość zaludnienia?

Pomoc w wyborze lokalizacji

Wybór lokalizacji jest z pewnością przedsięwzięciem ryzykownym. Zważywszy konsekwencje niewłaściwego wyboru, warto uzyskać jak najwięcej pomocy przy wyborze lokalizacji.

Możesz wynająć konsultanta, aby przeanalizował dwie lub trzy lokalizacje które wybrałeś. Koszta są niższe, gdy podajesz konsultantowi uprzednio wybrane lokalizacje, niż gdyby musiał on szukać lokalizacji samemu. Szkoła biznesu lub lokalny uniwersytet czy college też mogą być w stanie pomóc.

Inne źródła informacji na temat potencjalnych lokalizacji to bankierzy i prawnicy, którzy mogli być w pozycji pozwalającej im na obserwację przez dłuższy okres czasu wielu lokalizacji, ponieważ tam prowadzili działalność ich klienci.

Pośrednicy handlu nieruchomościami też mogą dostarczyć informacji na temat lokalizacji. Pamiętaj jednak, że ich wynagrodzenie jest oparte na opłatach z tytułu najmu.



Wynajmij szybko, żałuj długo

Wybór lokalizacji handlowej wymaga czasu i dokładnego przemyślenia. Nie powinno to być robione w pośpiechu, tak aby na przykład mogło być załatwione razem z zatwierdzeniem pożyczki. Jeśli nie znalazłeś odpowiedniej lokalizacji, nie planuj otwarcia sklepu aż będziesz pewny, że masz to czego chcesz. Zawieś swoje plany i nie zgadzaj się na lokalizację, co do której masz nadzieję że jakoś to będzie. Kilka miesięcy opóźnienia to drobiazg w porównaniu z ogromnymi - często fatalnymi - problemami, które wynikają z prowadzenia biznesu w źle zlokalizowanym sklepie.

Ośrodek Usług Biznesowych Kanada-Ontario (The Canada-Ontario Business Service Centre, COBSC/CSECO) udziela informacji w zakresie biznesu w oficjalnych językach Kanady: w języku angielskim i francuskim. Kopie niektórych z naszych najbardziej użytecznych dokumentów zostały przetłumaczone dla dogodności na inne języki. W celu otrzymania dodatkowych informacji w zakresie biznesu prosimy telefonować pod numer 1-888-576-4444, gdzie można porozmawiać z urzędnikiem COBSC/CSECO udzielającym informacji.