

К каждому сезону в мире отшивается астрономическое количество единиц **модной одежды**

Этот нескончаемый поток затем через дилерские центры распределяется по многотысячной армии магазинов, где многие вещи находят своих будущих владельцев, и в контексте этой статьи нас перестают интересовать. Но для большого числа вещей их путешествие к своему будущему хозяину несколько затягивается. Подходит время для новой коллекции, и не купленные вещи отправляются в

сток-центры

, где, теряя свою индивидуальность и большую часть цены, рассортировываются по мешкам и коробкам, и начинают новую жизнь. Теперь они уже не коллекция. Теперь они

Сток (stock)



Сток - он повсюду

Волна открытий стоковых магазинов, пришедшаяся на 2003-2004 годы, в наше время пошла на спад, и сейчас уже не так часто встретишь на улице вывеску **"СТОК" (STOCK)**. Но стоит оглядеться вокруг, и мы увидим множество других вариаций на тему стоковой торговли.

На невзрачных подвальчиках рядом с табличкой **"Second hand"** все чаще стала появляться надпись "

к **Stoc**
".
Это секондовики, следуя советам своих поставщиков, стараются вдохнуть свежую струю
в **с**
вой бизнес
.

А поднявшись к сверкающим вершинам Престижных Торговых Центров, мы встретим так называемые Мультибрендовые Магазины. Хотя никто этого не афиширует, опытный глаз без труда обнаружит, что на 99% в этих магазинах продается именно **СТОКОВЫЙ** товар.

Между этими полюсами вы найдете множество фирменных и нефирменных **СТОКОВ И ДИСКОНТОВ** ,

и увидите, что

сток

занимает заметное место на рынке

модной одежды

. И это неудивительно.

Почему люди выбирают этот бизнес?

Торговля - один из относительно простых способов начать **свой бизнес**, и **торговля одеждой**

приходит на ум одной из первых, так как практически каждый без ложной скромности может назвать себя экспертом в

моде

. К тому же

одежда

не портится, в отличие от продуктов, она не выходит из

моды

так быстро, как обувь, и не требует больших вложений.

Но, решив реализовать себя в этой сфере, мы оказываемся перед выбором: какой **одеж**
дой Т

орговать? Очевидно, располагая сотней-другой тысяч долларов, можно попытаться
найти

франшизу

какого-нибудь приличного одежного бренда. Вообще, жизнь устроена так, что бренд -
этого всегда либо

франшиза

, либо собственные сети. В случае с франшизой предполагается, что вы будете
действовать по отлаженному сценарию и автоматически выйдете на нарисованную в

бизнес-плане

окупаемость и норму прибыли. Вероятно, эти перспективы, как магнит, притягивают
обладателей указанных сумм, так как найти незанятую

франшизу

практически невозможно. Но не стоит огорчаться. Просто осознайте, что если ваш

франчайзер

вдруг решит помереть (а вероятность этого в наше время отнюдь не нулевая), вы
пойдете на дно вместе с ним, оставив себе на память интерьеры в фирменном стиле по
100\$/метр и вывески за 3000\$. Эти обстоятельства заставляют некоторых из нас
склониться в пользу полностью независимого

бизнеса

.

И вот тут у нас остается не так много вариантов. Говоря коротко, либо Китай, либо
Турция, либо **stock**. И те из нас, кому не чуждо чувство прекрасного, конечно же,
выбирают последнее. Формы могут быть разными - от подвала до бутика, но товар, в
принципе, одинаков. Разной будет только прибыль от продажи этого товара.

Круговорот стоковых магазинов в природе

Коллекции **модной одежды** приходят и уходят, и с таким же постоянством открываются и закрываются **магазины "STOCK"**.

Типичная история такого магазина начинается с момента, когда его будущий хозяин вдруг открывает для себя, что новую **одежду**, оказывается, можно покупать **на вес**, из чего им делается поспешный вывод о сверхприбыльности такого **бизнеса**

С этого момента судьба магазина предрешена. Через три-четыре недели после открытия возникают первые признаки болезни в виде нереализуемых остатков. Через два-три месяца болезнь переходит в хроническую стадию, поскольку становится очевидным, что вся прибыль магазина есть не что иное, как эти самые остатки. Дальнейший летальный исход не заставляет себя долго ждать. И вот уже стервятники, слетевшиеся на красные таблички "SALE -90%" растерзывают последние остатки приличного товара, оставляя после себя только груды неликвида - это все, что осталось от вложенного капитала.

В этой статье и других материалах сайта "**Одежда STOCK как бизнес**" мы рассказываем, как сделать так, чтобы потраченные вами на **бизнес** деньги не превратились в ветошь, а служили вам надежным источником дохода на долгие годы.

Предупрежден - значит вооружен

На самом деле, для успешной торговли **стоком** прежде всего необходимо четко понимать все особенности этого вида товара. Их не так много:

- покупая товар **stock** лотами, вы всегда получаете некоторый процент проблематичного товара
- одежда **stock** по определению очень разная по стилям
- далеко не каждый человек готов покупать **сток**

- большинство покупателей **стока** ожидают от вас очень низких цен

Выстроив **свой бизнес** с учетом этих особенностей, вы избежите множества неприятностей.

Всеу свое время

Итак, все сомнения отброшены, Китай и Турция с презрением отвергнуты, им вы решаете открыть **стоковый магазин**. Рекомендация номер один - открывать магазин следует строго в промежутке начало марта - середина мая, либо с начала сентября по середину декабря (справедливо для средней полосы России). Если не следовать этой категоричной, но проверенной временем рекомендации, то аренда разорит вас прежде, чем вы выйдете на достойный уровень продаж.

Мы не ищем легких путей!

С самого начала у вас есть два пути. Первый путь – это завлекать покупателя исключительно низкими ценами. Для получения более подробной информации о данной **бизнес-модели**, поговорите с владельцем ближайшего **секонд-хэнда**. Мы же придерживаемся той точки зрения, что, для скидывания отличной одежды за бесценок, много ума не надо. Продать вещи с максимальной наценкой и получить самую высокую прибыль - вот что должно быть целью каждого уважающего себя бизнесмена.

Поэтому, мы рекомендуем вам выбрать второй путь – придать **магазину** настолько высокий имидж, насколько вам позволяют ваши финансы и чувство здравого смысла. В дальнейшем от вас потребуются постоянное поддержание вашего

магазин

а на этом высоком уровне. Более подробно о правильном имидже читайте в статье "Имидж вашего магазина".

Товар, как много в этом слове...

Ошибки в закупках товара, особенно при открытии магазина, способны очень быстро поставить вас на грань краха. Отметим основные моменты, на которые следует обратить внимание при закупках:

- Обычно **одежда stock** продается лотами без права выбора отдельных вещей. Когда вам предлагают купить **сток на выбор**, подвох заключается либо в необходимости брать размерными рядами, либо в завышенной цене, либо в огромном количестве этой позиции на складах. Поэтому при закупке **стока на выбор** вы должны быть уверены на 100% в продаваемости вещи.

- Необходимо хорошо разбираться не только в **модной одежде**, но и в покупательских предпочтениях. Иногда ультрамодная одежда кажется покупателям слишком экстравагантной и они ее игнорируют.

- Очень осторожно относитесь к стоку, продающемуся без упаковки. Это **сток из магазинов** либо сэмплы из **шоу-румов**, то есть он либо повисел сезон в зале, либо его вернули покупатели. Здесь вероятен повышенный процент брака, выцветшие и потертые вещи, нечеловеческие размеры и отсутствие ярлыков.

- Никогда не покупайте товар не глядя. Просматривая мешок, всегда смотрите до самого конца. Для весового товара пересчитайте цену в расчете на единицу одежды, не учитывая заведомый неликвид.

- Никогда не покупайте большие лоты дорогого **стока**, если только вы не понимаете абсолютно точно, что вы делаете (а вот купить небольшую партию дорогого **стока** часто бывает полезно - для поднятия имиджа магазина)

- Старайтесь покупать **stock** разных брендов, но в рамках выбранного вами стиля магазина. Не превращайте магазин в свалку.

- Привлекательным следует считать мешок, три четверти которого вы сможете продать со средней наценкой не ниже 100%. Оставшаяся часть может быть продана в ноль или минус - это специфика стоковой торговли.

Подробнее о выборе товара читайте в статье "Как закупить хороший товар сток".

Для кого мы работаем



«А это не **секонд хэнд**????» - такой вопрос приходилось слышать каждому продавцу стокового магазина. Будьте уверены, что частота задавания этого вопроса будет обратно пропорциональна усилиям, вложенным вами в имидж магазина. Поэтому, если хотите ежедневно оттачивать свое мастерство убеждения на темных бабках - смело открывайтесь в подвале и особо не заморачивайтесь.

Наряду с этими невежами, будет довольно много посетителей, которым ваши разъяснения не потребуются. Они отлично понимают, что это за **стоковая одежда**, и

регулярно объезжают все

стоковые магазины

города. Увы - они готовы покупать вашу

одежду

только по низким, действительно,

очень низким ценам

. К сожалению, какую бы цену вы не назначили, для них она низкой не считается. Вы можете снижать цены до бесконечности, но они все равно будут выпрашивать у вас скидку. Вы для них всего лишь очередной неудачник, который через пару месяцев повесит табличку "SALE-90%" и тут-то они и порезвятся. Не доставляйте им этого удовольствия!

Потому что существуют еще и такие покупатели, которые способны оценить ваш товар и заплатить за вещь ее реальную цену. Они гарантированно покупают вещи с каждого вашего нового поступления, испытывая при этом к вам искреннюю благодарность. Они бескорыстно рассказывают своим друзьям о вашем замечательном **магазине**. И вы должны платить им тем же. Вы обязаны не только звать их по имени, но знать их размеры и вкусы, прощать их капризы, делать подарки, холить и лелеять, так как чем больше среди ваших покупателей будет таких людей, тем устойчивее будут ваши продажи, а значит, и бизнес в целом.

Подробнее о покупателях **стока** написано в статье "Покупатели стока - кто они?".

Персонал вашего магазина

Бытует ошибочное мнение, что **сток** люди покупают сами, практически без участия продавца. Увы - если продавец не будет работать с покупателями самым активным образом, вы недополучите как минимум 50% выручки. Продавать любой товар, в том числе и **сток одежды**, надо уметь.

В **стоковой** торговле, как нигде, важно, чтобы продавцы любили одежду, имели чувство стиля и разбирались в моде. Хорошая новость - таких людей не так уж и мало. Одно из преимуществ таких продавцов - вы сможете советоваться с ними при покупке товара. Поэтому мужественно откажите родственникам, претендующим на место работника

вашего магазина, и выбирайте сотрудников в соответствии с их профессиональными качествами.

Но, как бы ни были хороши ваши сотрудники, участвовать в процессе закупки товара вы обязаны сами. Как бы ни был грамотен ваш продавец или менеджер, он не рискует своими деньгами, закупаая товар, а значит, его решение будет гораздо менее взвешенным, чем ваше. Подробнее о персонале для стокового магазина написано в статье "Персонал стокового магазина".

Процесс пошел....

Одна из главных прелестей **стоковых магазинов** для покупателей состоит в том, что в них постоянно появляются новые интересные вещи. Поэтому вы просто обязаны наладить свою работу так, чтобы обновления ассортимента были как минимум раз в неделю.

Однако, вы не сможете делать новые закупки, если у вас не будет продаж. Поэтому продажи должны быть всегда. Если они падают, делайте распродажу. Часть товара продается в убыток - не беда, зато вы обновите ассортимент и будете двигаться дальше. Вообще, вы очень обнаружите, что весь смысл вашей работы сводится к одному - сбыть «неликвид». Сделать это быстро и с минимальными потерями - гарантия успеха и залог вашего процветания.

Особое внимание уделите правильной оценке товара. Для этого не поленитесь поехать по брендовым отделам, предлагающим товар вашего ценового уровня. Не ориентируйтесь на другие **стоки** - вы можете и должны продавать дороже.

Оценку товара лучше проводить совместно с продавцом. Общий принцип оценки – товар нужно оценить максимально дорого, но чтобы он при этом не завис. Звучит просто, но на практике это нелегко. Поскольку часть вещей в любом мешке положена «в нагрузку», не стоит рассчитывать на получение прибыли с каждой вещи. Если вы видите, что вещь ужасна, сразу оценивайте ее дешево. У вас появится шанс продать ее быстрее, а значит,

магазин не будет постепенно превращаться в свалку.

Если товар не продан за неделю-две, товар следует уценить. Уценивайте его до тех пор, пока его не купят, пускай это будет даже за 100 или 50 рублей. Для такого неликвида создайте специальную стойку, не стоит размазывать его по всему магазину и портить имидж.

Подробнее об этом читайте в статье "[Организация процесса торговли стоком](#)".

Заключение

Торговля стоком – непростое дело, главным образом потому, что выбор товара ложится целиком на вас, закупать его надо регулярно, а вместе с хорошим товаром вы вынуждены брать труднопродаваемые вещи. Прибавьте к этому высокую конкуренцию в этом ценовом сегменте, достаточно узкую покупательскую аудиторию – и взвесьте все еще несколько раз.

Но у этого бизнеса есть важное преимущество – очень низкая стоимость входа на рынок. Уверенно начать этот бизнес можно с 200 тыс.руб., что согласитесь, по нынешним временам совсем немного. Кроме того, сезонность в торговле **СТОКОМ** выражена не так сильно, потому что многие лояльные клиенты готовы покупать интересные вещи, невзирая на сезон. Наконец, вы всегда будете иметь возможность одевать свою семью в качественные и дорогие вещи, которые достаются вам в разы дешевле, чем обычным людям.

Если, прочитав все это, вы по-прежнему полны решимости с головой окунуться в этот бизнес, мне только остается пожелать вам удачи и выразить уверенность, что у вас все получится. Потому что вы, наверно, в чем-то ненормальны. А другие этим бизнесом и не занимаются!