**Бизнес-план «Студия Детейлинга»**

**1. Описание бизнеса, продукта или услуги**

Детейлинг — это комплекс операций по уходу за автомобилем с использованием специального оборудования и чистящих средств. Детейлинг бывает внешний и внутренний.

Внешний детейлинг — это полировка и нанесение защитного покрытия.

Полировка удаляет большую часть царапин и потертостей с поверхности автомобиля. После чего кузов приобретает насыщенный цвет и блеск.

Защитные покрытия — жидкое стекло и нанокерамика — после нанесения образуют на поверхности тонкий твердый слой, который защищает от новых царапин и потёртостей. Свойства составов создают водоотталкивающий эффект и антистатический — во время дождя капли и брызги скатываются с поверхности кузова, а в сухую погоду к поверхности не липнет пыль.

Внутренний детейлинг — это химчистка салона и нанесение защитных покрытий. Все поверхности интерьера очищаются от загрязнений и покрываются защитными составами в зависимости от материала: пластик, кожа или ткань.

**2. Описание рынка сбыта**

Целевая аудитория детейлинг-студий — владельцы дорогих автомобилей.

Они хотят, чтобы им оказывали премиальный уровень услуг в установленные сроки. Цена не является решающим фактором, но может приниматься во внимание практичными клиентами. Поэтому детейлинг-студия работает не на количество, а на высокое качество и оперативное выполнение услуг для каждого отдельного клиента.

Если клиенту понравится уровень оказанных услуг, он будет рассказывать о студии друзьям и знакомым. Это будет лучшим каналом привлечения новых клиентов целевой аудитории.

**3. Продажи и маркетинг**

Чтобы заинтересовать большее число клиентов и сформировать положительный имидж на начальном этапе, можно предложить услуги на уровне лидера рынка по средним ценам.

В дальнейшем, увеличивая производственные мощности предприятия, можно повышать цены на услуги.

Эффективные методы привлечения клиентов:

* личный контакт менеджера,
* система скидок и специальные предложения,
* работа в социальных сетях,
* информационные сайты,
* распространение информации в узких целевых кругах.

**4. План производства**

Бизнес может быть зарегистрирован в двух формах: ИП и ООО.

Бизнес будет проще начать с регистрации в качестве ИП: упрощённый порядок предоставления отчётности, свободное распоряжение выручкой, меньше налоговая нагрузка. Оптимальный выбор схемы налогообложения — УСН 6%

**Помещение**

Для комфортной работы с одним автомобилем необходимо помещение площадью не менее 40 м², с двумя автомобилями — около 80 м². Дополнительно потребуется площадь 20 м² для расположения дивана, кофейного стола и стеллажа с материалами. Таким образом, необходимая площадь составляет 100 м².

**Перечень оборудования:**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование |
| 1 | Пылесос |
| 2 | Экстрактор |
| 3 | Полировальная машинка роторная |
| 4 | Полировальная машинка эксцентриковая |
| 5 | Отпариватель |
| 6 | Компрессор |
| 7 | Пылесводосос |
| 8 | Прожектор на стойке |
| 9 | Стеллаж |
| 10 | Шкаф |
| 11 | Аппарат высокого давления |
| 12 | Тепловентилятор |

**Перечень услуг**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование |
| 1 | Химчистка салона |
| 2 | Восстановительная полировка |
| 3 | Антигологарммная полировка |
| 4 | Защитное покрытие «жидкое стекло» |

**5. Организационная структура**

Весь объем работы могут выполнять 2 детейлера, при необходимости штат можно расширить. Форма оплаты труда — оклад + процент от выручки.

Управляющий с функциями администратора может взять на себя создание фото-контента и ведение для социальных сетей. Его зарплата также привязана к выручке.

Полный расчет ФОТ (фонд оплаты труда) на 24 месяца с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.

**6. Финансовый план**

**Инвестиции на открытие**

|  |  |
| --- | --- |
| Регистрация ИП | 800 |
| Дизайн-проект помещения | 10 000 |
| Ремонт | 60 000 |
| Вывеска | 20 000 |
| Рекламная кампания | 30 000 |
| Аренда на время ремонта | 40 000 |
| Закупка оборудования | 188 640 |
| Прочее | 10 000 |
| Итого | 359 440 |

**Ежемесячные затраты**

|  |  |
| --- | --- |
| ФОТ (включая отчисления) | 123 136 |
| Аренда | 40 000 |
| Амортизация | 3 414 |
| Коммунальные услуги | 8 000 |
| Реклама | 10 000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 3 000 |
| Закупка расходников | 15 303 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 |
| Итого | 212 852 |

**Объемы выполненных работ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п\п | Машина | Кол-во | Сумма | В месяц |
| 1 | Химчистка | 8 | 8400 | 67 200 |
| 2 | Мягкая полировка | 5 | 6300 | 31 500 |
| 3 | Восстановительная полировка | 10 | 13 650 | 136 500 |
| 4 | Защитное покрытие жидкое стекло | 5 | 18 900 | 94 500 |
| Итого за месяц | | 28 | 47 250 | 329 700 |

**7.Факторы риска**

|  |  |
| --- | --- |
| **СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:**  • качественное выполнение услуг;  • использование фирменных и сертифицированных материалов;  • профессионализм сотрудников;  • удовлетворенность клиентов;  • оперативная обработка клиентских запросов;  • удобные часы работы;  • территориальное расположение предприятия;  • качественное оборудование. | **ВОЗМОЖНОСТИ:**  • развитие дополнительных сервисов;  • предложение клиентам новых услуг;  • повышение качества сервиса;  • расширение рынка;  • имеется потенциал к развитию;  • новые технологии;  • сотрудничество с другими компаниями;  • хорошие связи с общественностью; |
| **СЛАБЫЕ СТОРОНЫ:**  • отсутствие дополнительных сервисов;  • ограниченная целевая аудитория;  • высокая стоимость услуг;  • отсутствие опыта;  • низкая известность компании;  • малое количество оборотных средств; | **УГРОЗЫ:**  • повышение стоимости материалов;  • сезонный спад;  • экономический спад;  • новые и на рынке;  • активность конкурентов. |

Для нейтрализации слабых сторон планируется предпринять следующие меры:

1. Ввести дополнительные услуги;
2. Продвигать культуру детейлинга в социальных сетях и стремиться приобщить к культуре больше автолюбителей и в результате создать положительный имидж и лояльность клиентов;
3. Аккумулировать оборотные средства из выручки.