

Бизнес-план открытия ТЮНИНГ ателье «Permtuning»



Работу выполнил студент группы МТН-12
Горбунов Илья

Виды деятельности предприятия

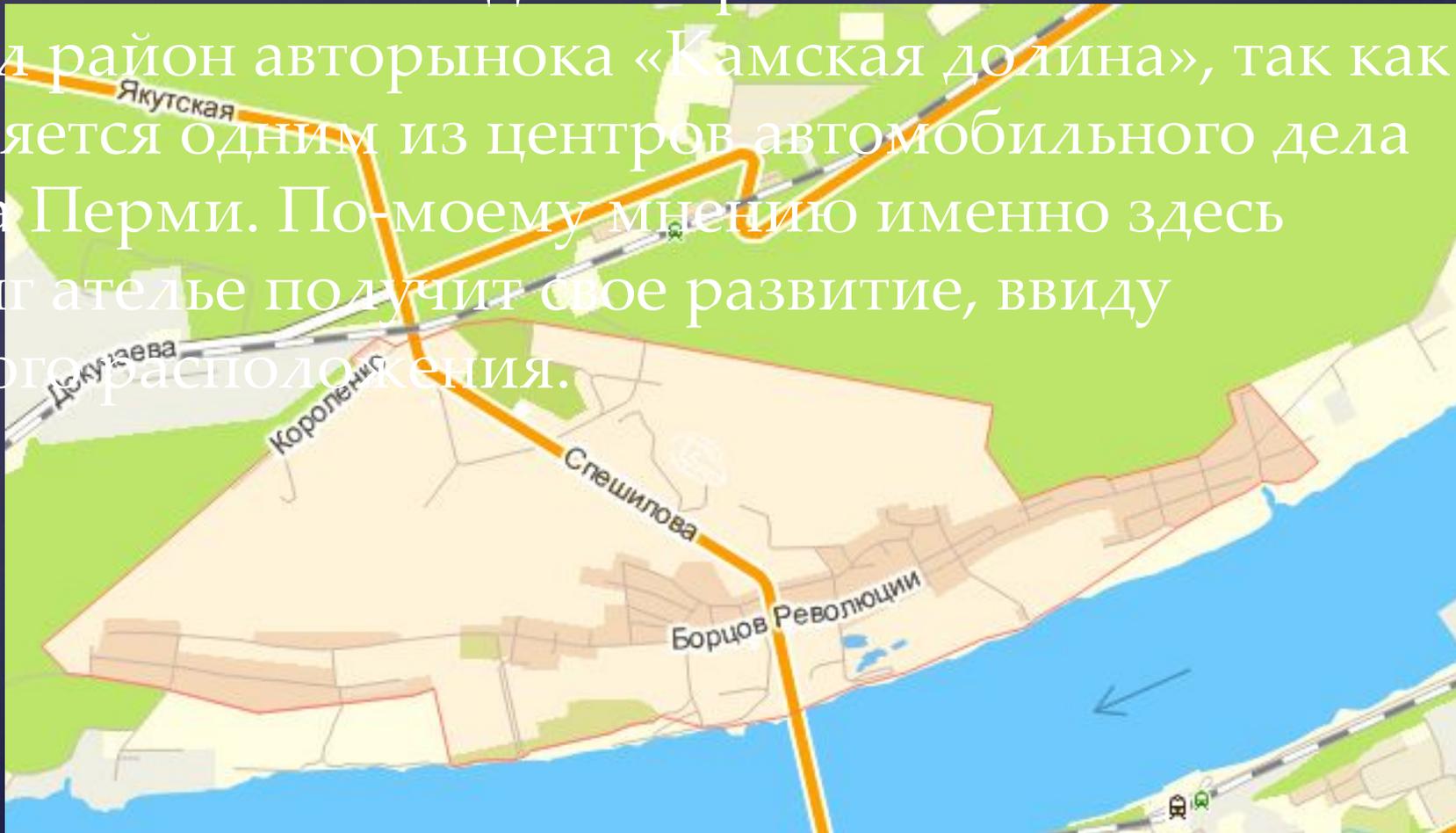
Цель – извлечение прибыли из данной деятельности.

Суть проекта: создать тюнинг ателье, расположенное максимально близко к автомобильным центрам города Перми.



Местоположение

Местоположением для открытия тюнинг ателье я выбрал район авторьнока «Камская долина», так как он является одним из центров автомобильного дела города Перми. По моему мнению именно здесь тюнинг ателье получит свое развитие, ввиду удачного расположения.



Описание услуг.

В тюнинг ателье «Permtuning» предлагаются следующие виды тюнинга автомобиля:

- Тюнинг экстерьера автомобиля
- Чип-тюнинг двигателя
- Установка вибро-шумоизоляции
- Тюнинг ходовой системы и силовых агрегатов
- Упрочнение кузова металлическим каркасом
- Установка музыкального сопровождения Pioneer/Alpine/Harman Kardon/Bose
- Унификация двигателя

Стадии развития

- Аренда помещения для тюнинг ателье
- Закупка инвентаря
- Набор персонала
- Покупка земли и строительство собственного помещения
- Открытие других филиалов в городе Перми

Общая характеристика отрасли

Каждый уважающий себя автолюбитель хочет сделать свой автомобиль мощнее, красивее, агрессивнее или комфортнее. Тюнинг ателье «Permtuning» поможет всем желающим сделать из своего автомобиля произведение искусства. Множество видов услуг позволят каждому автомобилисту, пришедшему в наше тюнинг ателье, выбрать нужное ему дополнение к своей любимице. Никто не останется равнодушным к идее улучшения своего автомобиля.

Оценка существующего рынка

Основными конкурентными факторами на рынке тюнинга города Перми в настоящее время будут являться: цена, качество предлагаемых услуг, скорость выполнения работы.

Фактор цены оказывает свое влияние на автомобилистов со средним уровнем заработной платы.

Качество услуг в отличие от ценового фактора будет влиять как на потребителя со средним достатком, так и для людей с высоким уровнем доходов. Качество услуг будет являться самым главным фактором нашего бизнеса, поскольку в тюнинг ателье с низким или средним качеством услуг будет малая аудитория и отсутствовать развития и открытия новых филиалов.

Конкуренты

Основными конкурентами в сфере тюнинга города Перми будут являться 4 компании:

- 1) АвтоАудиоЦентр: г. Пермь, ул. Седова, 22
(<http://aac-ural.ru/rus/>)
- 2) АВТО ДОМ: г. Пермь, ул. Промышленная, 17
(<http://www.avtodom59.ru/>)
- 3) F1 Audio: г. Пермь, ул. Норильская, 6
(<http://www.f1audio.ru/>)
- 4) Трианон-Авто: г. Пермь, ул. Луначарского, 51а
(<http://trianon-avto.ru/>)

Перечисленные ранее компании являются профессионалами в узких отраслях: отдельно музыка, отдельно ремонтные работы. Наше ателье позволит совместить все виды работ, которые возможно предложить на сегодняшний день.



Потребители

Основной аудиторией нашего ателье будут потребители со средним и высоким уровнем материального положения. Такое предположение было выявлено ввиду того аргумента, что тюнинг не является обязательной услугой, в которой нуждается человек. Возраст наших потребителей может быть разбросан с возраста 18 лет до 50-60 лет. Молодежь будет интересоваться тюнингом двигателя, экстерьером и хорошим звуковым сопровождением, а потребитель с большим возрастом будет нуждаться в увеличении уровня комфорта в своем автомобиле.

Основными группами нашего ателье будут являться:

- 1) Студенты
- 2) Жители города и края со средним или высоким достатком
- 3) Люди, чья профессия связана с вождением автомобиля.

Маркетинговая стратегия

Тюнинг ателье с таким большим спектром услуг будет пользоваться большой популярностью, так как другие предприятия по тюнингу в городе Перми не могут похвастаться таким разнообразием работ как в нашем ателье. «Камская долина» выбрана местом открытия не случайно. Здесь располагается один из самых популярных авторынков города Перми.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок, привлечение потребителя и расширение. Главной стратегией является стратегия централизованной диверсификации.

Ценовая политика

При выборе ценовой политики нужно учитывать некоторые факторы:

1. Себестоимость товара
2. Цена, определяемая спросом
3. Цены конкурентов

Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом "издержки + прибыль", с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов.

Реклама

Реклама является главным действием в поиске потребителя. Чем больше рекламы нашего ателье и чем ярче и привлекательней она будет, тем больше аудитория клиентов у нас получится.

Реклама тюнинг ателье будет заключаться в следующем:

1. Объявление на радио
2. Объявления на авторынках, автомагазинах, автомастерских
3. Спам
4. Реклама в соц. Сетях
5. Раздача листовок со скидкой в людных территориях города Перми.

Самой главной рекламой, по-моему мнению, являются отзывы клиентов. Поэтому нужно держать высокую планку качества наших услуг.

Оценка риска

Риск присутствует во всех начинаниях человека. Наше тюнинг ателье тому не исключение. Поэтому я привел список возможных ситуаций, которые могут случиться на пути нашего развития:

1. Инфляция
2. Ввиду открытия такого предприятия возможно открытие предприятий-конкурентов
3. Отсутствие интереса пермяков к такой отрасли
4. Отсутствие высококвалифицированных специалистов
5. Рост цен на расходные материалы, материалы используемые в тюнинге и т.д.

Спасибо за
внимание

