

".....Здесь приходится бежать что есть мочи только для того, что бы оставаться на месте,



GART
Goal! Action! Result! Time!

а уж если хочешь куда-нибудь передвинуться,

придется бежать по меньшей мере, вдвое быстрее...."

"Алиса в зазеркалье" Льюис Кэрролл

Технологии продаж в сегменте street-retail на первичном
Название тренинга рынке. Механизмы работы с застройщиками и конечными покупателями Кто ведет

Чернявская Марина

Сайт <http://psychology.gart.moscow>

Мы в социальных сетях



E-mail m.chernyavskaya@gart.moscow

Ритейл в России

- Продуктовые и nonfood супермаркеты.
- Банки. Сбербанк
- Фарма бизнес
- Ювелирный бизнес
- Fashion
- И другие: книжные магазины, детские центры и учебные центры, медицинские услуги

E-mail:
m.chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>



Критерии поиска в Компаниях.

Локация. Первая линия, главные и центральные магистрали, перекрестки, приоритет отдается шаговой доступности, внутри или рядом с многоэтажным жилым массивом, остановочные комплексы, ж/д станции и автовокзалы, внутри или рядом с больничными комплексами, торговые зоны (улицы), в комплексе с супермаркетами, внутри гипермаркета, внутри Торговых Комплексов, находящихся на первой линии.

Площадь. От 30 кв.м. до 10 000 га – земельные участки.

Планировка. Планировка помещения, должна быть правильной формы (ближе к квадрату), должен быть торговый зал, с возможностью организации подсобного помещения и туалетной комнаты. Если присутствуют перегородки, то должна быть возможность их демонтажа (квартирная планировка).

Вход и вывеска. Должна быть возможность установить крест и вывеску. Входная группа может иметь крутую лестницу больше 5 ступеней, при условии установки пандуса. Наличие отдельного входа и витринных окон, является существенным преимуществом.

Коммуникации. Электричество от 10Квт; Водоснабжение; канализация; теплоснабжение. По возможности наличие пожарно-охранной сигнализации, пожаротушение. Вентиляции, кондиционирование.

Емкость рынка. Конкуренты. Домохозяйства

➤ **Емкость рынка.** Это объем тех товаров или услуг, которые предлагаются и приобретаются в пределах рынка (рыночного сегмента). Емкость рынка - объем сделок купли-продажи товаров или услуг, совершенных на определенной территории (территориальный рынок) или в отдельной отрасли (отраслевом рынке).


В данное понятие входит: конкуренты, собственные объекты, количество возможных покупателей в зоне охвата.


➤ **Конкурент.** Это компания, производящая товар аналогичный продукции, выпускаемой предприятием, и/или реализующая его на целевом рынке предприятия.

➤ **Домохозяйства.** Это субъект экономики, который состоит из одного ведущего самостоятельное хозяйство индивида или, чаще, группы людей, живущих совместно и ведущих общее хозяйство. Как правило, такая группа лиц объединена родственными или семейными связями. Это основная единица потребления для большинства потребительских товаров. Домашние приборы (телевизоры, холодильники, домашние компьютеры), мебель, жилье, продукты питания потребляются, скорее, домохозяйством, чем индивидуумами.

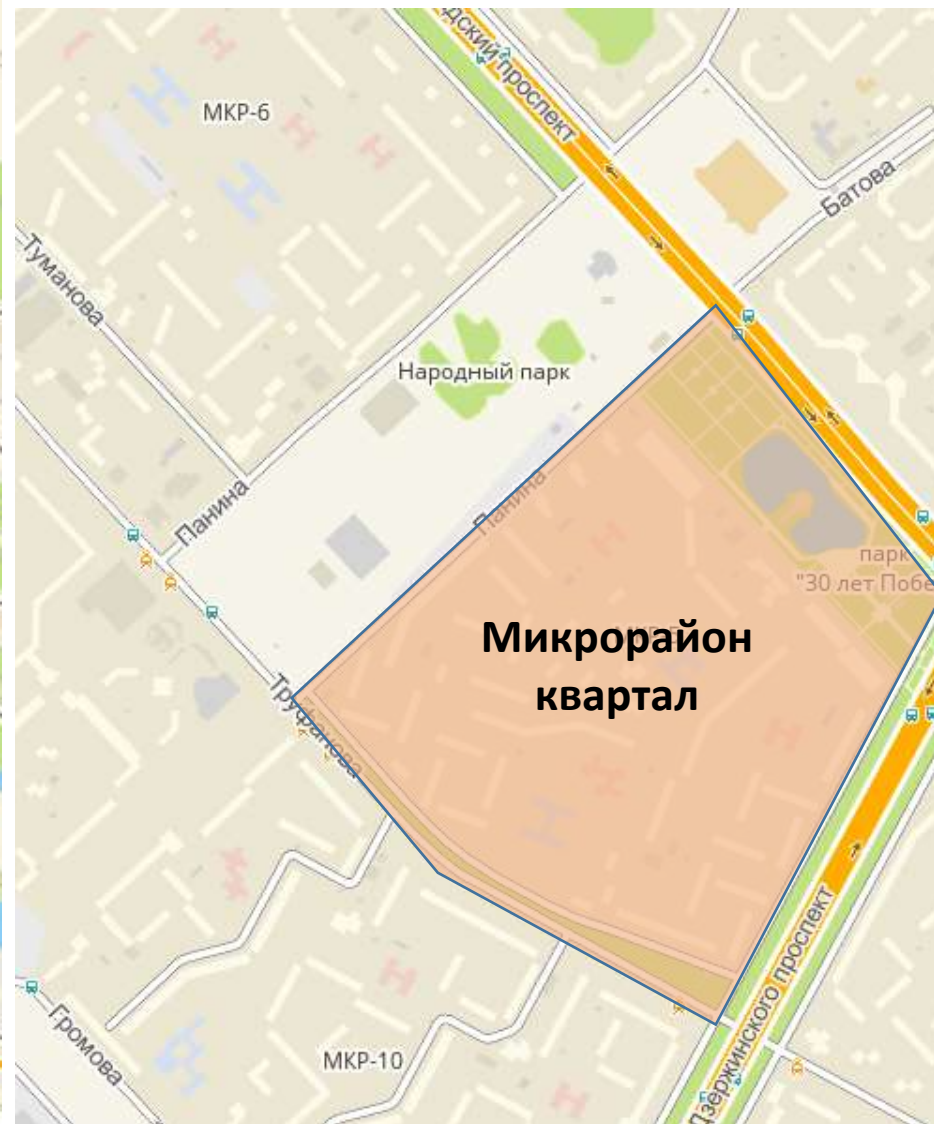
Образцы потребления каждого из членов домохозяйства взаимозависимы. Принято считать, что это семья из 2-3 человек.

Зона охвата. Каннибализация.

-  **Зона охвата.** Предполагаемая площадь охвата потенциальных покупателей, пользователей торгового или иного объекта инфраструктуры. Определяется бизнес-процессом Компании.

-  **Каннибализация.** Явление при котором новый продукт, сокращает рыночную долю другого аналогичного продукта той же организации .

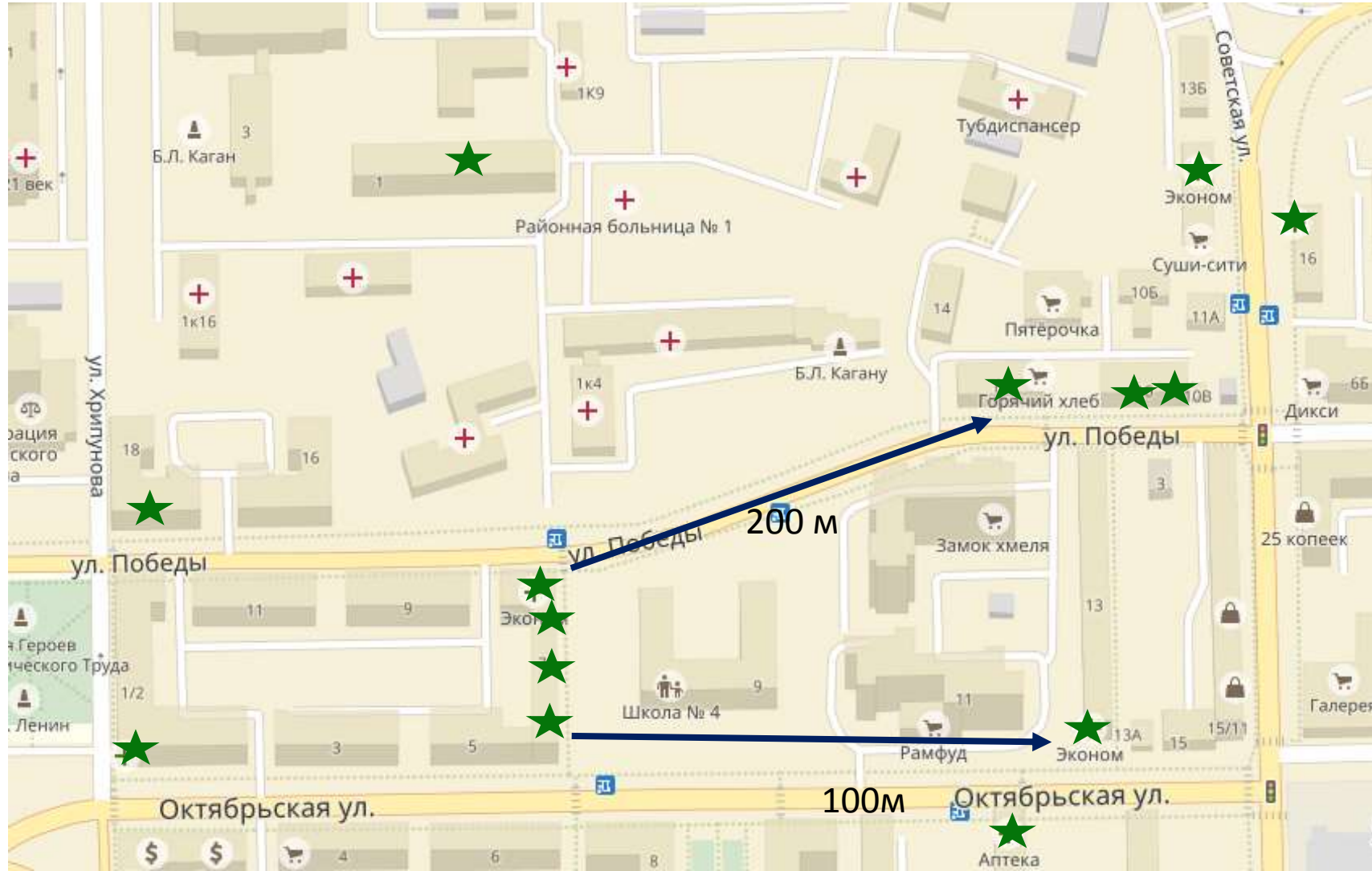
Структура населенного пункта



E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>





E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>

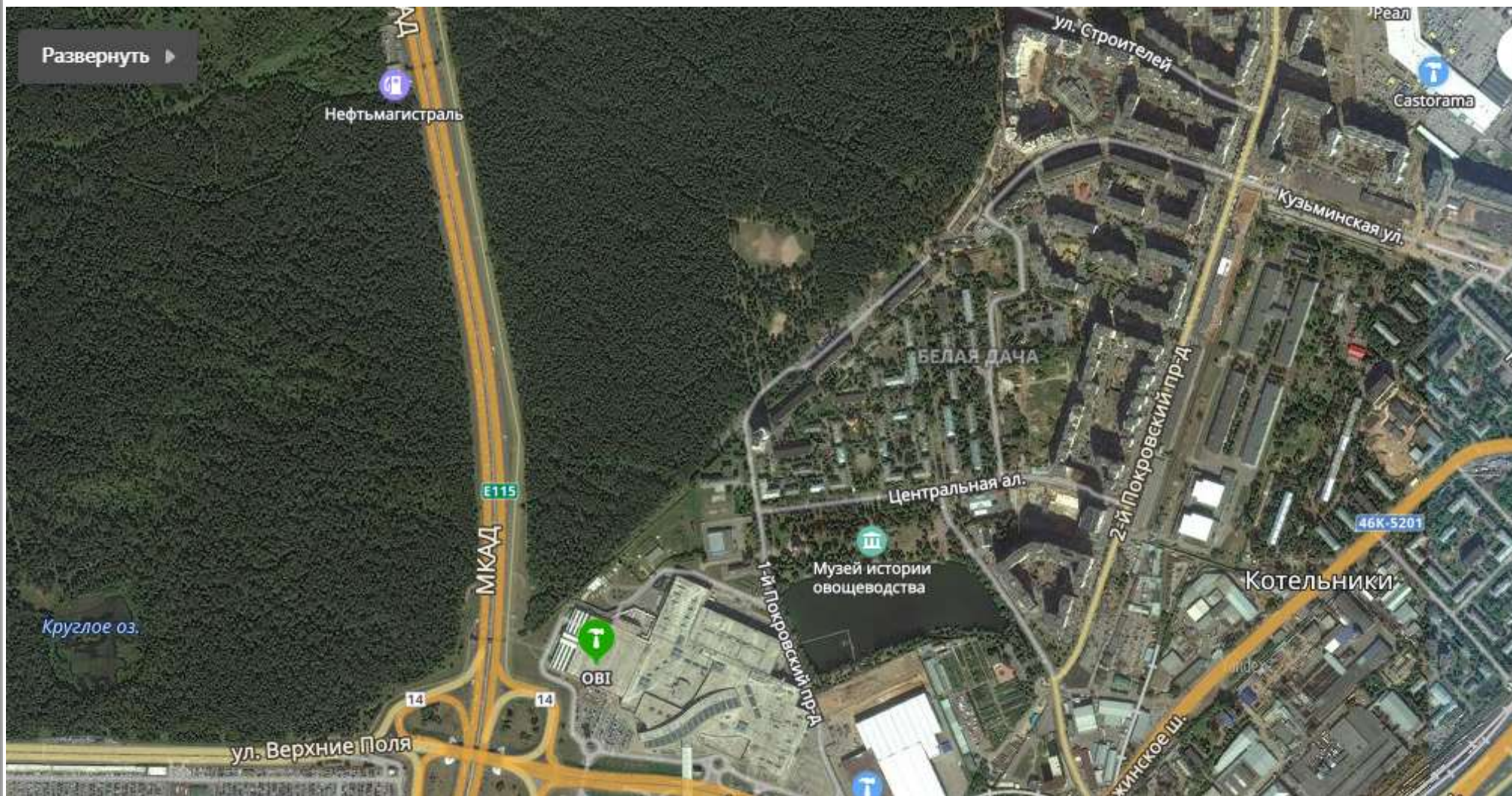




E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>





E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>





E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>





GART

Goal! Action! Result! Time!



E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>



Особенности заключения договоров аренды.

- **Постоянная арендная плата.** Включает в себя постоянную, ежемесячную арендную ставку в месяц.
- **Переменная арендная плата.** Включает в себя эксплуатационные платежи, коммунальные платежи.
- **Обеспечительный платеж.** Денежное обязательство, в том числе обязанность возместить убытки или уплатить неустойку в случае нарушения договора. Данный платеж, не является платой за первый или последний месяц аренды и в случае досрочного расторжения договора аренды, как правило удерживается как неустойка. Возвращается по окончании действия договора аренды полностью, или частично. Если во время срока аренды, Арендатором были допущены финансовые нарушения (задержка оплаты переменной или постоянной АП; порча имущества, без устранения нарушения итд.), то сумма таких нарушений, удерживается из Обеспечительного платежа. Как правило Обеспечительный платеж=2 месяцем АП.
- **Страховой депозит.** Денежное обязательство, равное одному или двум месяцам АП, которое зачисляется в счет аренды за первый и последний месяц аренды.
- **Плата за вход.** Это единовременная сумма, которая дает возможность стать Арендатором.

E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>





Если хотите закопать деньги в недвижимость, закопайте их лучше в ямку земли, хотя бы раскопать сможете и налоги платить не нужно

- Любой объект коммерческой недвижимости должен приносить доход и вложения в него должны окупиться за 7-10 лет, в зависимости от проекта;
- До подписания договора купли-продажи, должно быть коммерческое предложение от нескольких ритейлеров, при этом необходимо понимать срок окупаемости.
- Помните, если вы готовы пойти на условия частично «черного» выкупа помещения или земельного участка, вы несете риски признания сделки не действительной!
- В Российской Федерации возможно отсудить упущенную выгоду с арендатора, если тот отказался в последний момент заключать договор аренды.
- Все объекты должны быть проанализированы лично вами, потому что вы должны быть уверены, что в случае съезда одного арендатора, вы легко найдете другого.



Как проходят инвестиционные комитеты

- Цель любого инвест комитета, коллегиально определить целесообразность размещения нового проекта, на том или ином месте.
- Так как участники комитета, как правило, не выезжают на объект, то необходимо подготовить так презентацию, чтобы вопросов было как можно меньше.
- Презентация должна быть максимально информативной. Должно быть как можно меньше длинного текста и как можно больше схем, цифр, карт, фотографий, видео

E-mail:
m.Chernyavskaya@gart.moscow

<http://psychology.gart.moscow>



".....Здесь приходится бежать что есть мочи только для того, что бы оставаться на месте,



GART
Goal! Action! Result! Time!

а уж если хочешь куда-нибудь передвинуться,

придется бежать по меньшей мере, вдвое быстрее...."

"Алиса в зазеркалье" Льюис Кэрролл

Спасибо за внимание!

