

En god idé
kan bli god
butikk
– hvis du gjør det riktig.



SEKTOR
EIENDOMSUTVIKLING

Sektor Eiendomsutvikling vil hjelpe gode butikk-idéer i gang!

Sektor Eiendomsutvikling kan mye om å drive butikk. I våre sentre leier vi ut lokaler til mange ulike leietakere. Noen er store og profesjonelle kjeder, andre er små og mellomstore lokale drivere.

Vi har sett folk med gode idéer som har startet i det små og utviklet virksomheten til gode, veldrevne butikker. Men vi har også sett ivrig satsning med mye strev som ikke har gitt resultater.

- Noen har tjent gode penger, noen har avviklet.
- Noen har gjort en butikk til flere butikker og utviklet en kjede med butikker.
- Nye butikker bidrar til et større mangfold i våre kjøpesentre.

Sektor Eiendomsutvikling har derfor igangsatt et Gründerprosjekt for å hjelpe gode idéer til å realiseres, og for å skape et enda bedre mangfold i våre kjøpesentre.

Derfor har vi laget et Gründer-Kit som vi gir til de vi har tro på. Det inneholder alt fra gode tips og råd til konkret bistand innen butikkutvikling, økonomi & regnskap, finansiering og markedsføring. Send e-post til firmapost@sektor.no eller ring **23 28 27 00** så er du kanskje i gang med din egen butikk i et av våre Sektor-sentre!

Hva kan Sektor bidra med?



HVORDAN GÅ FREM?

Å starte en butikk innebærer mye, alt fra varer, kassesystemer, innredning osv. Alt må planlegges og budsjetteres. Sektor kan mye om dette, og kan gi gode råd, gi tips om leverandører og være din diskusjonspartner. Men vi bidrar også med ekspertise fra andre aktører der det er behov og da innen følgende områder:



BUTIKKUTVIKLING

Innen butikkutvikling har det skjedd mye de siste årene alt fra gulvbelegg til reoler, stativer, belysning, prøverom osv. Dette skal prosjekteres og leverandører må skaffes. Vi har allerede god kunnskap om ledende leverandører innen det byggetekniske, og vil koble våre Gründere sammen med disse og bistå i prosessen slik at det utvikles en god og økonomisk gjennomførbar løsning for den nye butikken.



ØKONOMI & REGNSKAP

Vi har budsjettmodell for oppstart av butikk. Modellen tar hensyn til de fleste kostnader som påløper, beregner investeringsbehov og gir et godt grunnlag for å vurdere den økonomiske realismen i ditt prosjekt. Videre har vi forslag til pakketilbud innen data, regnskap, lønn, årsregnskap og rådgivning innen samme temaer.



FINANSIERINGS- OG SELSKAPSRÅDGIVNING

Uten penger, ingen varer og ingen butikk. Hvor mye egenkapital trenger du, og hvor mye må du låne? Har du sikkerhet å stille, må det også vurderes om den er tilstrekkelig. Våre forbindelser kan dette, og de vil bistå med vurderinger, råd og kontakt for finansieringstilbud.



MARKEDSFØRING

Markedspakken innebærer at når butikkens navn er klart, må man ha en god logo, kanskje en enkel grafisk profil for annonser, hjemmeside og Facebook. Vårt reklamebyrå stiller gratis som diskusjonspartner i en innledende fase, og kan tilby en rimelig startpakke for å komme i gang med markedsføringen. Under åpningskampanjen skal verdisjekken benyttes til butikkannonse i SHOP NÅ og/eller til markedsføring gjennom senterets kanal - Huset som Medie. Målet er å sikre en knallstart for butikkåpningen.

Det er ikke bare å starte en butikk fordi det virker morsomt eller fordi du har klokketro på et nytt produkt, et nytt konsept eller noe du bare må prøve. Det krever hardt arbeid, lange dager, søvnløse netter når du tenker på hvordan det hele skal fungere. Listen over ubehagelige overraskelser kan bli lang hvis ikke forarbeidet er gjort bra. Dette vet vi, derfor er Gründerpakken vår viktig! Men hvis du satser på riktig butikk, øker sjansene for at det blir både morsomt og berikende. Og det er det mange som lykkes. På neste side kan du lese historien om to som har klart det.

Du kan drive god butikk i et kjøpesenter, men hvilken butikk?

Les historien om to som har lyktes med nisjebutikker:

Personlig engasjement, bedre service, mer unike varer – og godt forarbeid. Det mener to suksessfulle gründere er oppskriften til å lykkes med nisjebutikkene Sektor EiendomsUtvikling ønsker flere av.



– Jeg tror mange starter litt på måfå uten å ha gjort nok undersøkelser på forhånd. Vi sjekket regnskapet til alle våre konkurrenter både på senteret og i sentrum, og så at det var langt mer lønnsomt å drive inne på senteret. Omsetningen lå nesten på det dobbelte av det de hadde ute på gaten, sier Turid Thomassen.

Jobber med flere

Sammen med en kollega startet hun klesbutikken Milea på Trekanten i mars 2007. Der var de en minoritet, da sentrene ofte består av over 80 prosent kjedebutikker. Hun opplever at kundene er villige til å betale litt mer for å få unike plagg, og at det er en kundegruppe som prioriterer kvalitet framfor kvantitet. Thomassen mener også det er viktig å unngå vingling og satse offensivt på markedsføring.

“*Jeg tror mange nisjebutikker vingler for mye. De kjøper litt her og litt der.*”
Tara Enervold

Vil ha mer synlighet

Taran Enervold har vært på Trekanten siden senteret åpnet i 1997. Med klesbutikken To Hjerter har hun oppnådd resultater gjennom mange år. Hun mener kundene i nisjebutikker opplever bedre service som følge av et sterkere engasjement. Ofte er det de samme menneskene som lager budsjett, gjør innkjøp og står ute i butikken.

Tørre å satse

– Jeg tror mange nisjebutikker vingler for mye. De kjøper litt her og litt der. Du må tørre å tro på de merkene du tar inn og få bredde i kolleksjonen heller enn å ha litt av alt. Og så må du ikke la deg skremme av husleien, den står ofte i stil med omsetningen. Investér i god beliggenhet og vær med på annonseringen fra senteret.



En god idé trenger både et regneark og pågangsmot for å se dagens lys.

1. ...ALT STARTER MED EN GOD IDÉ

Det betyr et bra produkt, et nytt konsept, noe du vet vil bli godt mottatt, noe som i pris/kvalitet er en vinner. Helst noe som er unikt, noe du kan være alene om. Når du forteller om dette til banken, heter det forretningsidé. Poenget er at det er god forretningsidé.

2. MÅLGRUPPE

Hvem vil kjøpe produktene dine? De fleste kundene i et kjøpesenter er kvinner, ca 70%. Ofte bestemmer de innkjøpene til både seg selv, ektefeller, barn, hele familien. Hvem satser du på?

3. MARKEDET

Er det mange nok i det lokale markedet som vil etterspørre det du vil tilby og som vil bli kunder? Vil kundene også komme fra sekundærmarkedet?

4. AREAL

Krever varene et stort areal eller holder det med et lite butikklokale for å komme i gang?

5. BELIGGENHET

Et gammelt jungelord sier at det er 3 faktorer som er forskjellen på suksess og fiasko: beliggenhet, beliggenhet og beliggenhet. Kan butikken ligge i et kjøpesenter? I så fall, hvor i senteret? Er butikken avhengig av å få kunder fra en eksisterende kundestrøm eller vil den i seg selv trekke kunder?

**Advarsel:
Drømmen om
egen butikk kan
bli knust.**

6. HAR NOEN PRØVD DET SAMME FØR?

Sjekk dette grundig. Har noen prøvd noe lignende og bommet? Hvorfor? Finnes det tilsvarende konsept andre steder, i så fall skal du studere regnskapene deres og se om det står til liv. Du kan lære mye fra skrivebordet ditt, du finner lett informasjonen på internett.

7. REGNEARKENE

Du kommer til å produsere mange regnestykker; dårlige og gode, optimistiske og de du blir fortvilet av. Men sånn er det. Budsjetter, inntekter, kostnader, lønnsutgifter, varekjøp, husleie og alt det du ikke tenker på - skal tallfestes.

8. ORGANISERING

Oppgavene skal organiseres. Først alt arbeidet før du åpner. Men straks du er i gang, skal du holde åpent hver dag fra 9-20, også på lørdager. Hvor mange ansatte trenger du? Hvilke kvalifikasjoner? Hva slags betjening; unge, voksne, kvinner, menn? Lønnsnivå?

9. GJENNOMFØRING

Det står og faller på deg selv. Det er du som er sjefen, det er ditt prosjekt og din fremtid. Sektor Eiendomsutvikling har interesse av at du lykkes, så du kan regne med oss som gratis rådgivere hele veien.



Mange har gjort det før deg, og mange har gode råd. Sjekk disse nettstedene:

Bedin.no

Altinn.no/no/hjelp-til-regelverk

Innovasjon norge.no

Firma.no

Grundertanker.no

Skattefunn.no

Dnbnor.no/bedrift/konto-kort-og-betaling

Økonor.no

Centerteam.no

SEKTOR EIENDOMSUTVIKLING - STOR ERFARING FRA STORE PROSJEKTER

Sektor EiendomsUtvikling forvalter, utvikler og markedsfører 28 kjøpesentre og handelseiendommer i Norge. Våre dyktige og erfarne medarbeidere har lang og omfattende kompetanse fra alle fagområder. I mange sammenhenger gjør vi stedsutvikling, noe som krev et godt samarbeid med kommuner og lokalmiljø. Dette for å tilpasse oss det omkringliggende miljøet best mulig, slik at innbyggerne og våre brukere skal bli fornøyde kunder!



sektor.no