

Butik

Om at åbne en butik

Kan du lide at have fingeren på pulsen, og kan du forudsige, hvad danskerne vil købe i dag, i morgen og i næste sæson? Er du nysgerrig, forandringsparat og kan du godt lide at have kundekontakt? Og har du masser af energi, er initiativrig og er du god til at organisere? Så er det måske noget for dig at åbne en butik.

Detailhandlen er i rivende udvikling, og det kommer kunderne til gode. De præsenteres for en masse nye varer i en masse spændende butikker, og både danske og udenlandske butikskæder skyder op. Der er derfor mange spændende muligheder og udfordringer ved at være butiksejer. Det er en livsstil med stor frihed, og det tiltaler mange.

Denne startvejledning har til formål at oplyse om muligheder, udfordringer og ting, du skal være særligt opmærksom på, hvis du overvejer at åbne en butik.

Få svar på dine spørgsmål om opstart

Startvejledningen er en service fra imidt til dig, der overvejer at starte egen virksomhed. Vi ønsker dig god fornøjelse med læsningen og håber, at du både finder svar på dine spørgsmål og bliver motiveret til at tage det næste skridt.

Har du brug for sparring, er du altid velkommen til at kontakte imidt på info@imidt.dk eller 70 15 16 18.

Vi glæder os til at høre fra dig!

Er butikslivet noget for dig?

Er det overhovedet noget for dig at have en butik? Tag testen herunder og find ud af, om du har de grundlæggende forudsætninger for at blive butiksejer.

		Helt sikkert	Som regel	I Tvivl
1	Jeg kan lide at snakke med folk			
2	Jeg har masser af energi			
3	Jeg kan lide at tage initiativ			
4	Jeg ved, hvad der er moderne og holder øje med nye trends og tendenser			
5	Jeg er god til at holde orden og holde rent			
6	Jeg kan holde ud at stå og gå meget			
7	Jeg har ikke noget imod at arbejde, når andre har fri			
8	Jeg smiler og er oftest i godt humør			
9	Jeg kan leve med, at indtjeningen svinger			
10	Min familie er med på ideen			
11	Jeg er god til at planlægge og organisere			
12	Jeg bliver ikke stresset			
13	Jeg er nysgerrig og parat til forandringer			
14	Jeg kender nogen i branchen, som kan hjælpe mig, hvis det skulle være			
15	Jeg kan skaffe 150 – 250.000 kr.			

Hvis du har mindst 10 krydser i "helt sikkert", så er der et godt grundlag at gå videre på.

Hvordan vil du starte?

Der er flere måder at starte en butik på, og der er fordele og ulemper ved dem alle.

At starte en uafhængig butik fra bunden

Når du bygger en butik op fra bunden, kan du i høj grad selv sætte dit præg på forretningen. Du bestemmer selv vareudvalg og priser, du kan prøve ideer af og være kreativ. Men det er også usikkert. Du vil få sværere ved at få rabat på dine vareindkøb, du kan ikke bruge medierne særlig effektivt, og fejl kan være meget dyre og svære at rette op på.

At overtage en eksisterende butik

Når man overtager en virksomhed, er mange ting allerede på plads: Lokalerne er indrettet, kunderne kender stedet, og arbejdsgangen ligger fast. Det kan være, den tidligere ejer vil hjælpe dig med gode råd, når du skal i gang, og det kan alt sammen være en god start. Men du kan omvendt også risikere at overtage en butik med et dårlig ry, og det skal du også være opmærksom på.

Selvom butikken allerede har en række forhold på plads, kan du altid forme forretningen, så den bliver præcis, som du ønsker den.

At tilslutte sig en frivillig kæde

Der er en række stordriftsfordele forbundet med at indgå i en kæde for de små butikker, fordi man er mange butikker sammen. I fællesskab kan man f.eks. opnå bedre indkøbspriser, markedsføringen kan være fælles, og administrationen kan løses andre steder. Som ejer af butikken kan du derfor koncentrere dig om at udvikle din butik og holde den pæn og spændende.

Ulempen er, at du som del af et fællesskab også forpligter dig til f.eks. at aftage en række varer – eller alle dine varer. På den måde mister du også noget af din selvstændighed.

Starte i en franchisekæde

Når du er del en franchisekæde, køber du adgang til et samlet forretningskoncept. Og det skal følges til punkt og prikke. Derfor er dine opgaver som butiksejer først og fremmest at passe butikken og lede dine medarbejdere. Markedsføring og leverandører skal du til gengæld ikke spekulere særlig meget på, da det er lagt i faste rammer for dig. Der vil også ofte være faste eller vejledende priser på varerne, og det dæmmer op for konkurrencen.

Ulempen er, at din funktion nærmere bliver som bestyrer end som iværksætter, da du ikke kan påvirke konceptet, men blot skal følge det.

Købe butik

Aviser som Jyllands-Posten og Berlingske Tidende bringer ofte annoncer med butikker til salg eller overtagelse.

Du kan også kontakte ejendomsmæglere i lokalområdet. Se tillige www.amino.dk/virksomhedsbors.

Frivillige kæder

Mange kendte butikker er formelt selvstændige, men tilsluttet et samarbejde om indkøb, vareforsyning, prisfastsættelse, kvalitetssikring og andet.

Det gælder for eksempel butikker som Intersport, Matas, Idé-Møbler, Imerco, Cykel-kæden, Inspiration og mange andre.

I Stockmann-Gruppens bog: "Kæder i dansk detailhandel" kan man finde oversigter over alle kæder med navne og adresser. Du kan også se, hvad de typisk omsætter for, og om de har haft en god vækst på det seneste.

Franchise butikker

De fleste franchisede koncepter er inden for tøj, som f.eks. 4 You, Bennetton, Esprit, Claire, B-Young og Bertoni. Bianco og Ecco er eksempler på skobutikker.

Du kan også blive franchisetager for køkkenfirmaer, fx HTH og Kvik, eller handle med udstyr til biler for Bildillen.

The Body Shop, Expert, Tiele og Sonofon er kendt af de fleste. Men du kan også få adgang til at sælge golfudstyr, maling, is, delikatesser, vin og andre ting som franchisetager.

I Mogens Bjerregårds bog: "Franchiseguiden" findes oversigter og adresser. Der står, hvad det typisk koster at købe sig ind.

Se også Franchise Foreningens hjemmeside: www.franchisedanmark.org. Her kan du læse, hvilke koncepter der er på vej til landet. Måske er det dig, som starter den første butik. Se også www.franchisepartner.dk

Beliggenhed, beliggenhed og atter beliggenhed

Beliggenheden er alfa og omega for en butik. Hvis den ligger rigtigt, er den en reklamesøjle for sig selv. Du må derfor ikke gå på kompromis med beliggenheden. Selvom velbeliggende lokaler typisk er dyrere, betaler det sig rigeligt. Hvis din forretning f.eks. satser meget på impuls køb, så dur en fjern sidegade ikke.

Før du beslutter dig for lokaler, skal du studere, hvordan folk bruger omgivelserne. Er der livligt? Tager folk sig tid? Er der rare omgivelser, så kunderne ikke bare skynder sig væk? Er der trafiksikkert? Du skal også være opmærksom på, hvad kunderne i nabolaget har brug for. Hvis din butik ligger i et parcelhusområde er det måske et andet varesortiment, end hvis de er fra bymidten.

Det er også vigtigt at se på de andre butikker i nabolaget. Hvis det er et latinerkvarter, kan der måske sagtens være plads til endnu en butik med kunst, særligt modetøj eller designerlamper. Men flere butikker med næsten samme varer vil bare øge konkurrencen. I mange butikcentre styrer centret, hvor mange butikker der må være inden for hver branche, så alle får mest muligt ud af det.

Overvej om din butik kan ligge ved indfaldsvejene. Det kan være en fordel, hvis du sælger ting, der fylder meget, er svære at transportere, eller hvor der er brug for parkering tæt på.

Nogle stormagasiner tilbyder "shop-in-shop". Det vil sige, at en selvstændig butik lejer plads i stormagasinet.

Skiltning og indretning

Når beliggenheden først er valgt, kan du øge opmærksomheden endnu mere for at få kunder i din butik. Det kan du f.eks. gøre ved at fremvise flotte og inspirerende skilte, interessant gadeudstilling, blomster, fakler eller andre artefakter, der gør din butik spændende og dragende udefra. Det er vigtigt, at du tænker over, hvilken slags butik du har, og at dette stemmer overens med de signaler, butikkens ydre sender. F.eks. skal en butik med dyre varer også se eksklusiv ud, hvorimod en butik med lave priser skal vise med sin skiltning og vareudstilling, at her kan kunderne komme ind og gøre et kup.

Indretningen af selve butikken er også meget vigtigt. Udstilling, belysning og farver har en stor psykologisk betydning for, hvor meget kunderne køber. Hvis varerne tager sig godt ud, er de mere fristende at putte i kurven, og det kan også have en stor betydning, hvor i butikken de enkelte varer ligger, f.eks. ved indgangen eller ved betalingskassen. Derfor findes der indretningsfirmaer, som specialiserer sig i netop indretning af butikker. I nogle kæder er der stramme regler for indretningen.

I kontakt med kunderne

At være synlig i gadebilledet er noget af det vigtigste for de fleste butikker. Det er den bedste måde at få kontakt med kunderne på.

Vær aktiv i turistforeningens arbejde

Mange byer udgiver lister over butikker og attraktioner, som turisterne får i hånden, når de ankommer. Turistkontorerne arbejder tæt sammen med detailhandelen om at trække flere kunder til, så det kan ofte betale sig at være aktiv i turistforeningens arbejde, hvis man har butik i et turistområde.

Du kan annoncere i lokalaviserne og få en hjemmeside

For eksempel kan de bruges til slagtilbud. Op til helligdage og særlige begivenheder kan det være en god ide at annoncere. Få også butikken på internettet, enten individuelt eller i markedsføringskæden. Internethandlen er vækster fortsat.

Kædebutikker nyder godt af fælles annoncering, og de kan ofte koncentrere sig om andre opgaver end markedsføring.

Avisernes og ugebladenes omtale er guld værd

Opsøg journalister, men for at få opmærksomhed skal butikken skille sig ud fra de andre. Du skal have en "god historie", for eksempel om dine varers oprindelse eller om dig selv og din kreativitet. Du kan forsøge at få medieomtale og nye kunder ved at indgå et samarbejde med andre aktører i forbindelse med et arrangement, som du gerne vil levere til.

En butik skal hele tiden udvikle sig og blive bedre. Det er måden at få nye kunder på og beholde de gamle. Lyt til kunderne. Måske spørger de efter varer, du ikke har? Vurder om de bør skaffes hjem. Kritiserer de, at varerne ikke er friske eller umoderne, at butikken er dårligt indrettet? Kan du mærke, at de synes butikken er kedelig? Så gør noget ved det.

Økonomi

Butiksbranchen tiltrækker iværksættere, og det betyder hård konkurrence. Antallet af selvstændige butikker er dog fældende, til gengæld får vi flere kædebutikker, og de tager en stigende andel af den samlede omsætning. Branchens spåmænd tror, at den udvikling vil fortsætte.

Der kan derfor være økonomiske risici forbundet med at opstarte som selvstændig butiksejer. De fleste selvstændige butikker drives med en relativt lille indtjening, og timelønnen er ofte lav. Større butikker tjener i hovedreglen mere end de små, og butikker, der er med i en kæde, går i gennemsnit bedre økonomisk end individuelt ejede butikker.

Det kan derfor være en rigtig god ide at være meget omhyggeligt omkring økonomien. Du skal have dig et overblik over, hvordan dine økonomiske vilkår ser ud, og det kan du få via

et budget. Budgettet skal hvile på de valg, du har taget, om hvilken slags butik, du gerne vil drive.

Det er nødvendigt at undersøge efterspørgsel og omkostninger i markedet, for at budgettet kan blive så solidt som muligt. Tag kontakt til mulige leverandører og få priser. Tænk igennem, hvor meget du regner med at kunne sælge på en dag, på en uge og på en måned. Hvor mange kunder kommer der i din butik, og hvad køber de for i gennemsnit? Nogle brancheforeninger har nøgletal, som for eksempel viser, hvor meget en medarbejder bør omsætte for.

Hvis du er interesseret i at starte som franchisetager eller i en kæde, så tag kontakt med firmaet. Her kan hentes hjælp til en økonomisk vurdering af din ide – og af dig.

Årsbudget - eksempel

Her kommer et eksempel på, hvordan et årsbudget kan se ud. Lad os sige, at du ønsker at starte en butik, og at denne butik skal sælge tøj, sko, børnetøj, boligudstyr eller gaveartikler.

Hver dag sælger butikken gennemsnitlig for 6.912 kr. (5.530 kr. eks. moms) til kunder i butikken. I praksis betyder det, at butikken skal sælge ca. 16 kjoler, sko eller køkkenudstyr af en gennemsnitspris på 500 kr. inkl. moms hver dag, 300 dage om året.

70 % af omsætningen bruges til at købe nye varer med. Men også til at dække det svind, der er i butikken – fx tyveri - samt til prisnedsættelser ved udsalg.

Se et eksempel på et årsbudget på næste side.

	Per år eks. moms
Omsætning	
Salg: 5.530 kr. x 300 dage	1.659.000
Direkte udgifter ved salg	
Varekøb, udsalg og svind: 70 % af salget	1.161.300
Dækningsbidrag: (Omsætning – Direkte udgifter)	497.700
Dækningsgrad	30%
Faste omkostninger	
Løn til ½ medarbejder	100.000
Husleje	120.000
El, varme, lys	20.000
Vagt/alarmsystem	10.000
Forsikringer	15.000
Uddannelse og messerejser	13.000
Revisor og administration	19.000
Telefon, internet og markedsføring	20.000
Diverse	5.000
Afskrivning af investering over 6 år	40.000
Renter / gebyr til bank	20.000
I alt	382.000
Overskud (Dækningsbidrag – Faste omkostninger)	115.700

Prøv at lave dit eget budget og se, hvordan økonomien hænger sammen. Er beløbet på bundlinjen stort nok? Hvis ikke, må du igennem budgettet igen. Hvordan kan du øge din omsætning? Eller hvordan kan du få udgifterne ned? Lav herefter budget for de enkelte måneder i året og for flere år frem, så du kan danne dig et godt overblik.

Budget for etablering

Overtagelse:	Kr.
Istandsættelse af lokaler:	
Inventar:	100.000
Oprettelse af telefon:	46.000
Logo og skilte:	4.000
IT - kasse og computer:	12.000
Startudgifter til revisor:	15.000
Varelager:	6.000
I alt:	<u>150.000</u>
	473.000

140.000

Før du starter, er det en god ide at lave et etableringsbudget. Det viser, hvor mange penge, du skal have fat i, før du kan begynde at sælge noget i din butik. Det kan for eksempel se således ud:

Hvor kommer pengene fra?

Hvis du vil starte virksomhed, er det en stor fordel, hvis du har sparet noget op. Det kan være, du har mulighed for at tage et lån i dit hus eller din lejlighed for at dække etableringen og de første måneder. Nogle iværksættere kan låne penge i familien.

Mange banker vil gerne hjælpe dig med at finansiere, og du kan også oprette en kassekredit eller måske få et kom-i-gang-lån, som bankerne også tilbyder. Ved sådanne lån kautionerer staten, hvis man ellers opfylder en række almindelige betingelser. Vær opmærksom på, at alle banker beder om at få detaljerede budgetter og planer.

Der findes ikke offentlige tilskud til investeringer og drift af butikker.

Personale

For mange butikker er det nødvendigt at have personale ansat. Som butiksejer skal du regne med, at du skal bruge en stor del af din tid på at lede dine medarbejdere. Da det typisk er dine ansatte, der har den primære kundekontakt, er de ansattes adfærd meget vigtigt for butikkens succes. De skal levere den helt rette service til kunderne og bidrage til den rette stemning i butikken. Det er medarbejderne, der er garanter for, at kunderne får de rigtige oplevelser. Derfor skal du tænke nøje over, hvad der skal til for at være en god leder over for dine ansatte.

Rekruttering af personale

Du kan få kontakt til faglærte medarbejdere ved at henvende dig til et Jobcenter eller ved at annoncere. Studerende kan ofte være dygtige til en lang række opgaver, og de er typisk fleksible og vil gerne arbejde på deltid. Du kan komme i kontakt med dem ved f.eks. at sætte opslag op på skoler og uddannelsessteder.

Ansættelsesbrev

Når du ansætter medarbejdere, skal de have et ansættelsesbrev. Det gælder også medarbejdere på deltid. Brevet skal indeholde alle væsentlige vilkår, som f.eks. arbejdssted, løn, arbejdstid, ferie, pension, opsigelse m.v.

Nogle butikker har overenskomst med HK. Der er ingen regler om, at butikker skal beskæftige organiseret arbejdskraft, men de butikker, som er medlem af Dansk Erhverv, og som beskæftiger lønnet personale, skal have overenskomst.

Dagpenge

Du må ikke selv modtage dagpenge, når du har startet din virksomhed. Du må heller ikke få hjælp fra nogen, der modtager dagpenge fra det offentlige. Det gælder uanset, om de får betaling for deres arbejde eller ej.

Sort arbejde

Sort arbejde – hvor omsætning og betaling til de ansatte holdes uden for regnskabet – er ulovligt og strafbart.

Registrering af virksomhed

Når du ved, hvad du skal sælge, har en rimelig klar fornemmelse af din kundegruppe, og når din økonomi kan hænge sammen, skal du starte/registrere din virksomhed.

Det er meget nemt at starte en enkeltmandsvirksomhed i Danmark.

Der er tre ting, der skal være i orden, når du starter virksomhed:

1. Registrering

Du skal registrere butikken direkte via www.virk.dk. Du skal downloade Startblanketten, hvor du skal skrive alle dine personoplysninger, din driftsform og hvilken branche, din virksomhed er indenfor. Det er alt, og det er gratis.

2. Tilladelser

Selvom du er blevet registeret og har fået momsnummer, kan det godt være, at du også skal have nogle tilladelser til at udføre dit erhverv. Måske skal du kontakte kommunens tekniske forvaltning for at høre, om du må bruge dine lokaler til erhvervsformål.

3. Regnskabspligt

Det at føre regnskab et vigtigt styringsredskab i din virksomhed, men det skal også bruges til at opfylde statens regler om regnskabspligt og momsafregning.

Reglerne gælder både for virksomheder der drives på fuldtid og på deltid. Det er dog ikke et krav at registrere virksomheden, med mindre der er en omsætning på over 50.000 kr. om året.

Virksomhedsformer

Når du starter virksomhed, skal du vælge, hvilken virksomhedsform du vil starte under. De almindeligste er:

+ Enkeltmandsvirksomhed

Personligt ejet enkeltmandsvirksomhed er den mest enkle virksomhedsform. Der er ingen kapitalkrav, og som ejer hæfter du personligt med alt, hvad du ejer.

+ Interessentskab (I/S)

Interessentskab (I/S) er en personligt ejet virksomhed blot med flere ejere. Der er ingen kapitalkrav, og ejerne hæfter hver især personligt og solidarisk. Det anbefales at få udarbejdet en interessentskabs-kontrakt.

Læs mere på:

<https://startvaekst.virk.dk/opstart/vaelg-virksomhedsform/interessentskaber>

+ Anpartsselskab (ApS)

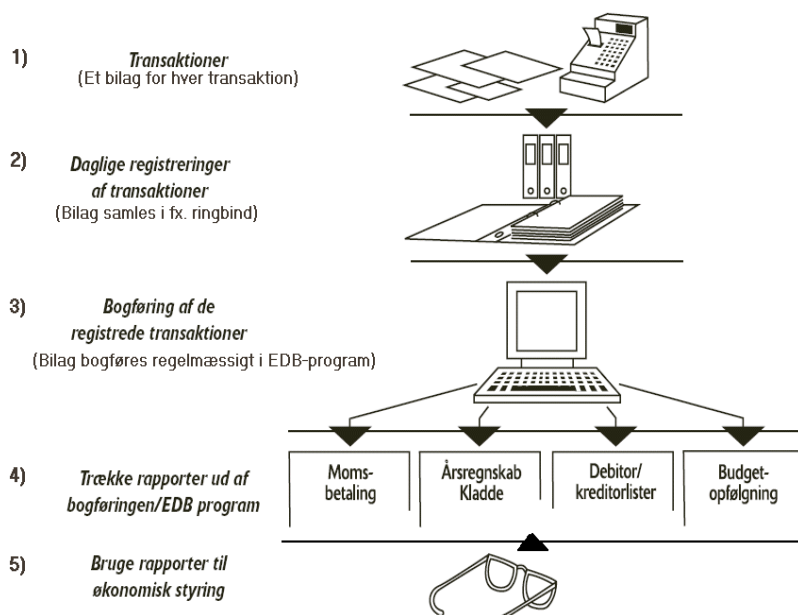
Anpartsselskab (ApS) kan stiftes af en eller flere personer, og selskabet skal anmeldes til Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. Der er et kapitalkrav på min. kr. 50.000, og du hæfter med den indskudte kapital.

+ Aktieselskab (A/S)

Der er et kapitalkrav på min. kr. 500.000, men er ellers meget lig reglerne for anpartsselskab.

Virksomhedens økonomiske system

De fleste problemer i butikken opstår, fordi indehaveren ikke følger nedenstående fem trin. Derfor vil det være en stor fordel for dig at følge disse:



Skat

Du skal betale skat af virksomhedens overskud. Når du har trukket alle virksomhedens udgifter fra virksomhedens indtægter, finder du ud af din skattepligtige indkomst.

Du ved sjældent på forhånd, hvor stort et overskud, din butik vil få. Derfor bliver du nødt til at komme med et kvalificeret bud, så du kan udregne din skattepligtige indkomst. Det er her, du kan benytte dit budget til at udregne, hvad du skal indberette til SKAT.

SKAT vil sende dig et indbetalingskort, så du i løbet af året får betalt den forventede skat på baggrund af det overskud, du har indberettet, at du regner med at få. Når året er omme, får du en udvidet selvangivelse. Heri skal du oplyse det *realiserede* overskud af din virksomhed. Har du tjent mere, end du forventede i dit budget, kommer du til at betale ekstra skat. Hvis du har tjent mindre, får du penge tilbage.

En revisor vil kunne hjælpe med andre detaljer, så din skat bliver så fordelagtig som muligt for dig.

Love og regler

Oplysninger om told og skat findes på www.skat.dk. Du kan også henvende sig på SKATs kontorer.

Fødevarekontrol

Hvis du sælger fødevarer, skal du anmelde din virksomheds aktiviteter til Fødevarestyrelsen og søge om tilladelse og godkendelse. Blanketter og vejledning findes på www.foedevarestyrelsen.dk. Myndighederne kommer herefter på anmeldte eller uanmeldte besøg med jævne mellemrum. De ser især på hygiejne og opbevaringsforhold, og de udsteder på den baggrund "smileys", som skal hænge synligt. Hvis forholdene ikke er i orden, får du besked på at gøre noget ved det. I værste tilfælde kan virksomheden beordres lukket. Du skal gennemføre en systematisk egenkontrol, hvor du hver dag tjekker alle kritiske punkter. Fødevarestyrelsens folk kan hjælpe på vej. Se et eksempel på www.foedevarestyrelsen.dk og søg på egenkontrol.

Forsikring mod ulykker, arbejdsskader og erhvervssygdomme

Du er forpligtet til at forsikre dine ansatte mod ulykker, arbejdsskader og sygdom. Som selvstændig kan du forsikre dig selv mod sygdom og skader, men du har ikke pligt til det. Se www.forsikringsoplysningen.dk og www.aes.dk.

Arbejds miljøloven

Butikker er som alle andre virksomheder omfattet af arbejdsmiljøloven. Der kan være tunge løft og andet farligt arbejde, og derfor er det en god ide at være på forkant; www.at.dk.

Hvis du indretter butik et nyt sted, så kontakt Teknisk Forvaltning i din kommune. Det er ikke alle steder, du må indrette butik. Der kan også være begrænsninger på de varetyper, som du må føre. Nogle kommuner har en detailhandelsplan, men spørg i Teknisk Forvaltning.

Uddannelse

Handelsskolerne og AMU-centrene udbyder mange forskellige korte kurser inden for butiksfaget. Du kan finde dem ved at slå op på www.industriensuddannelser.dk, hvor du søger på detailhandel. Du kan lære om for eksempel indkøb, driftsøkonomi, butikkens indretning og meget andet.

Hvis du starter virksomhed i en kæde, vil du formentlig blive tilbudt træning. Der er ofte også løbende kurser.

Medarbejderne kan komme på kursus via deres fagforening.

Branchens organisationer

Dansk Erhverv er en arbejdsgiverorganisation med mange medlemmer inden for detail- og engroshandel. Dansk Erhverv rådgiver, arrangerer kurser og foredrag og meget andet. Dansk Erhverv, Børsen, 1217 København K, Tlf: 3374 6000, <http://www.danskerhverv.dk>.

Dansk Erhverv er paraplyorganisation for mange specialiserede brancheforeninger. For eksempel for cykelhandlere, guldsmede, forhandlere af møbler, køkkenudstyr, tekstiler, fotoudstyr og meget andet. Disse organisationer har ofte egne tilbud til medlemmerne, ligesom de har relevante og spændende fagblade.

De lokale handelsstandsforeninger er et mødested for de handlende. De afholder ofte gode arrangementer.

Flere oplysninger

www.startvaekst.dk er Danmarks officielle iværksætter og virksomheds hjemmeside. Den giver fyldige oversigter inden for start, drift og vækst af egen virksomhed.

Startvækst giver dig gratis vejledning ved start, og over hele landet kan du få gratis vejledning om start af egen virksomhed. Ved vejledningen diskuteres forretningsidéen, moms, skat, budget, salg m.v. Find dit kommunale vejledningssted på: <https://startvaekst.virk.dk/>

www.amino.dk er et online iværksætterforum, hvor iværksættere diskuterer og hjælper hinanden med praktiske problemer.

www.retailinstitute.dk/stockmann.aspx udgiver bøger og databaser for detailhandel.

Der er messer både i Danmark og i udlandet, og her kan du få inspiration og indtryk af de nye tendenser i branchen. På specialmesserne finder mindre forretningsdrivende typisk deres leverandører. www.expodatabase.com kan give overblik over internationale messer. Formlandmessen er interessant for mange livsstilsbutikker, se www.mch.dk. Jyllands-Posten offentliggør også messelister jævnligt.

Din butik – hvordan?

Der er mange valg at træffe, før du starter en butik. Og det er vigtigt, at du bruger tid på at gennemgå alle spørgsmål grundigt, inden du åbner. Det kunne f.eks. være:

Hvad vil du sælge?

- + Hvad er dine produkter?
- + Andre varer? Hvilke?
- + Andre tjenesteydelser? Hvilke?
- + Andet? Hvad?

Hvad skal kunderne især huske om din butik

- + Kendt forretningskoncept?
- + Venlig betjening?
- + Atmosfære, hvilken?
- + Varer man ikke kan få andre steder?
- + Friske varer?
- + Fordelagtige priser?
- + Godt vareudbud?
- + Rare lokaler?
- + Rent og pænt?
- + Bekvemmelighed?
- + Andet?

Hvem er dine kunder?

- + Beboere i nabolaget?
- + Shoppere fra et større område?
- + Turister?
- + Bestemte aldersgrupper?
- + Bestemte indkomstgrupper?
- + Bestemte livsstilsgrupper?

Hvem er konkurrenterne?

- + Andre butikker i nabolaget?
- + Supermarkeder og varehuse?
- + Kædebutikker?
- + Andre?

Hvor skal butikken ligge?

- + På hovedstrøg?
- + På sidestrøg?
- + I indkøbscenter?
- + Hvilke nabobutikker vil fremme din butik?
- + Hvilke vil øge konkurrencen?

Hvordan får folk øje på din butik?

- + Beliggenhed, hvor der kommer mange folk?
- + Skilte og facader?
- + Varer på gaden?
- + Egne annoncer?
- + Kædemærksføring?

Hvordan indretter du lokalerne?

- + Butikkens indretning? Stil og atmosfære?
- + Selvbetjening eller diskbetjening?
- + Tyverisikring?
- + Bagbutik og lager?
- + Selvbetjening eller diskbetjening?
- + Gadeudstilling?
- + Parkering eller cykelparkering?

Forsyning med varer?

- + Hvor køber du ind?
- + Hvilke betingelser vil du acceptere for at tilslutte dig en kæde?
- + Hvordan leveres varerne til butikken?
- + Kan du få rabatter?
- + Hvor meget spild og svind skal du regne med?

Personale?

- + Enmandsforetagende? Partnerskab?
- + Medarbejdere – hvor mange?
- + Hvad skal medarbejdere eller partner kunne?
- + Hvilken personlighed eller baggrund skal de have?
- + Løst ansatte eller fast ansatte?

Hvordan ser dagen ud i din butik?

- + Åbningstider?
- + Hvordan deler du og personalet arbejdsopgaverne?
- + Hvornår gøres der rent og købes ind?
- + Hvornår laver du regnskaber?
- + Prøv at lave en vagtplan for en uge.

Kender du nogen, der kan hjælpe?

- + Hvem kan du gå til, hvis du har brug for hjælp til økonomiske spørgsmål?
- + Hvem kan du gå til, hvis du har brug for at finde leverandører?
- + Hvem kan du gå til, når du skal markedsføre?
- + Hvem kan hjælpe med praktiske opgaver?

Vi glæder os til at høre fra dig!