

Magasin de disques

Données sur la branche

En Israël travaillent actuellement quelque 185 affaires pour la vente de disques, Compact Disques (CD) et cassettes. Ces données révèlent que, ces dernières années, le nombre d'affaires dans cette branche a tendance à continuer à diminuer..

Caractéristiques du marché

Actuellement, le marché de la vente de musique a tendance à changer, depuis les magasins traditionnels et les points de ventes jusqu' aux moyens de diffusions modernes.

Le marché est influencé d'une façon significative par l'Internet, tant dans l'expansion de sites d'Internet et Portal qui permettent l'acquisition des disques et des chansons par voie légale que par le développement et la base technologiques qui permettent de Télécharger de la musique dans des fichiers communs de manière illégale.

Ces deux tendances conjointement avec la poursuite du phénomène de la vente de copies illégales, entraînent une baisse dans la vente des disques et par conséquent une diminution dans le nombre de magasins dans cette branche.

Les grandes compagnies qui dominent le marché de la musique en Israël sont peu nombreuses.

Sujet à la demande.

Grande concurrence. Courte durée (grande demande dans une courte période suivie d'une diminution passée la mode).

Clientèle: la détermination du marché ciblé et son volume, segmentation du marché

La clientèle est la population en général, spécialement les jeunes disposés à dépenser en musique. Le public ciblé peut être segmenté selon l'age, la région, le niveau des salaires et les préférences musicales..

Concurrence

La concurrence dans la branche découle de plusieurs éléments: magasins de disques, de chaînes d'alimentation et réseaux de commercialisation au détail, Internet, librairies et magasins POP, copies de disques et vente par correspondance.

Fournisseurs

◀ Les principaux fournisseurs des magasins de disques sont les compagnies qui opèrent dans cette branche. Une autre source se trouve dans l'importation directe

Moyens de marketing

Vitrine: posters de nouveaux disques, affichage extérieur.

Publicité dans les journaux: principalement dans les journaux locaux.

Publicité par Internet.

Réputation: spécialisation dans une certaine musique, disques rares/spéciaux, etc...

Offres: réductions et disques réduits par propre initiative ou avec la participation du distributeur.

Le volume de la publicité et le budget de marketing sont d'autant plus petits que le magasin est ancien et connu.

Facteurs de réussite

Emplacement, service, gérance du stock et choix, professionnalisme, spécialisation, ancienneté et réputation, dénotation d'un certain avantage .

Obstacles à l'entrée dans la branche

Etant donné que l'aspect professionnel et expérimental est peu important, l'obstacle à l'entrée dans la branche est principalement économique: le coût de la mise sur pied d'une affaire est relativement élevé – tant par le premier investissement pour le magasin que pour le premier achat du stock.

Personnel

En général les vendeurs sont jeunes jusqu'à 25 ans, ressemblant au public ciblé. Un ou deux employés peuvent tenir un petit magasin quand l'un d'eux est directeur.

Dans un grand magasin on aura besoin de plus d'employés.

Equipement nécessaire

Mobilier – y compris des étagères (pour le magasin et pour la réserve)

Étagères de présentation, comptoir de vente, système d'amplification et cabines d'écoute.

Caisse enregistreuse (ou ordinateur – y compris administration du stock) téléphone et fax.

Investissement requis

Rénovation du local – dans la répartition: zone de vente, cabines d'écoute, présentation et réserve à l'arrière.

Premier stock – investissement important dans le stock, dans le but de présenter un grand choix.

Equipement, comme indiqué ci-dessus.

Total d'investissement requis, sans le stock, estimé 70.000-100.000 shekels)

Rentabilité dans la branche

Les chaînes de distribution de disques et de cassettes donnent des réductions sur la liste de prix, c'est en fait le bénéfice du magasin sur les ventes

Niveau de risques

Aujourd'hui, le niveau de risques à l'ouverture d'un magasin est élevé, en particulier par le manque de clarté quant à son avenir, dans un laps de temps de 5 ans.

Licences et permis

Dans la mesure où on entend de la musique dans le magasin (sauf avec des écouteurs) - on a besoin d'un permis délivré par l'Autorité Municipale

Assurances :

Assurance de l'affaire (contenu et stock) et assurance d'un tierce personne, assurance de responsabilité professionnelle, assurance de responsabilité civile de l'employeur, assurance sur la perte de revenus. En dehors de ce qui a été signalé ci-dessus, il est recommandé de consulter l'agent pour savoir s'il y a nécessité d'autres assurances