

Вступление

10 лет назад Дарина Ивантер открыла свой первый детский клуб «Классики». Два года перед открытием Дарина потратила на поиски информации и подготовку бизнеса к запуску. За полтора года потеряла 2 млн Р из-за ошибок и отсутствия опыта, но создала успешный клуб, в котором обучались и обучаются сотни детей в год.

Идея, почему пришел к этому бизнесу

Десять лет назад Дарина Ивантер работала в журнале «Эксперт». Должность корреспондента ей нравилась, но, когда появился ребенок, стало сложнее успевать совмещать профессию и семью. Командировки и сверхурочная работа не оставляли времени на ребенка. Он весь день проводил с няней, на которую приходилось тратить много денег. Уволившись из журнала, Дарина проводила больше времени с сыном, но поняла, что без работы деградирует. С мужем не было общих тем для разговора, потому что в ее жизни ничего не происходило. Когда стало совсем скучно, появились первые мысли о собственном деле – развивающем центре для детей.

На практике Дарина не знала ничего о бизнесе, плохо представляла, с чего начать. До этого она только писала статьи о реальных российских компаниях и видела, как ативные, целеустремленные люди создают бизнес с нуля, и он нередко становится успешным.

Дарина попробовала начать с маленького детского клуба. Собственных денег было 500 тысяч – это были деньги, отложенные на новую машину взамен старой «девятки». Их вложили в бизнес, а на старой машине Дарина ездила еще 2,5 года, пока не заработала на новую. И ни разу об этом не пожалела.

Перед открытием

Почти 2 года Дарина искала информацию о том, как открыть детский центр, обращалась к юристам для выяснения правовых аспектов. Нужно было выбрать юридическую форму предприятия, знать требования к выбору помещения, собрать документы, ознакомиться с правами и обязанностями владельца детского бизнеса.

Дарина платила специалистам, которые разрабатывали учебные планы для центра, изучала специальную литературу, платила за консультации владельцам детских развивающих центров с большой аудиторией.

Поиск помещения

На поиски помещения для аренды клуба девушка потратила год. Дарина обращалась в организации по поддержке малых предпринимателей, созданные городской мэрией. Если бизнес подходит под их критерии, они оказывают помощь в его запуске и развитии.

Но детский центр Дарины не удовлетворял их условиям.

После разговора с главой подмосковного наукограда в строящемся городском дворце культуры Дарине выделили помещение с низкой арендной ставкой и льготами от муниципалитета. Но здание запустили в эксплуатацию только через год, и за это время Дарина нашла два варианта в Москве.

Ближе к центру города нашлось дешевое помещение рядом с торговым центром, парковкой и остановкой общественного транспорта. Но жилых районов вокруг не было, и от ближайших домов нужно было ехать 15-20 минут на транспорте. Дарина выбрала небольшое (60 м²) помещение в районе новостроек на Можайском шоссе, в котором в шаговой доступности живет несколько сотен потенциальных клиентов. За аренду платила 60 000 Р в месяц.

Многоэтажный дом, в котором сдавалось помещение, был недавно достроен, и в детский центр еще не провели электричество. Первые две недели посетителей встречали в темноте, объясняли, что свет появится и начнутся пробные занятия. За это время делали ремонт и набирали клиентскую базу.

Ремонт и дизайн помещения

Зал размером 60 м² разделили на четыре помещения: комната для раннего развития (16,6 м²), танцевальный зал с зеркалами (20 м²), творческая комната (13,1 м²) и зона ожидания для родителей (10,3 м²). Ремонт делали за 5 дней на майских праздниках. Наняли маляров для покраски стен, закупили фотообои, мебель, оборудование и вывески. Бюджет ограничивался 65 000 Р, поэтому материалы, краски, ткани, украшения и мебель покупали в недорогих магазинах для дома.

Дизайн придумала подруга Света. Цветовую гамму выбрали светлую и яркую. Стены покрасили в лиловый, желтый, бирюзовый, голубой, розовый цвета, добавили рисунки и фотообои. Расцветка получилась мягкая, девичья. Дарина решила, что если интерьер в «конфетном» стиле нравится ей, то понравится и другим мамам.



Зона ожидания для родителей украшена фотообоями с логотипом детского клуба

На ремонт и дизайн потратили 65 000 Р:

Трата	Стоимость, Р
Работа маляров	45 000
Краска	16 642
Фотообои	3 251
Итого	64 893

Мебель, оборудование, техника

На ресепшене поставили закругленную стойку, которая скрыла внутреннюю часть рабочей зоны управляющего, и в помещении стало просторнее и аккуратнее. Над стойкой повесили логотип клуба, а напротив – магнитную доску с полезной информацией и фигурные грифельные доски с объявлениями. Чтобы родителям было удобно ждать детей с занятий, рядом со входом поставили шкаф и диван.

В учебной комнате поставили стулья, столы и шкафы для учебных пособий и музыкальных инструментов, повесили магнитную доску

и проектор, вдоль стен разместили коробки для игрушек, на которых можно сидеть.



Закругленная стойка позволила освободить пространство для посетителей



На фасаде разместили контактную информацию клуба



В зале для занятий много места для активных игр

На оборудование и мебель потратили 200 000 Р

Трата	Стоимость, Р
Эмблема	4 100
Шторы	3 000
Вывеска для фасада, табличка с часами работы, доставка и монтаж	41 000
Шкаф с доставкой и сборкой	27 000
Мягкая мебель	30 000
Стулья, столы	30 000
Фигурные грифельные доски	2 000
Музыкальные инструменты	10 000
Оборудование для хореографии – обручи, ленты, бубны	10 000
Учебная литература	7 500
Проектор и компьютеры	35 000
Итого	199 600

Персонал, сотрудники

После первого года работы из клуба ушли важные сотрудники, и за ними ушли почти все клиенты. Перед новым учебным годом сотрудники могли устроить сюрприз и внезапно уволиться, а найти нового профессионального педагога в июле или августе сложно.

Чтобы избежать ошибок в работе с персоналом, Дарина ввела систему правил для работников, и в следующие 4 года ни один из сотрудников не захотел увольняться.

Сейчас в штате сотрудников детского клуба «Классики» управляющая, педагог по подготовке к школе, педагог по раннему развитию, руководитель художественного отделения, педагог по хореографии и творчеству, музыкальный руководитель, логопед, преподаватель английского языка.

Поиск педагогов проходит через многочисленные объявления и собеседования. Сотрудникам устанавливается испытательный срок, в результате которого часть педагогов отсеивается, и остаются самые эффективные. В первый год работы зарплата преподавателей была

фиксированная, выше средней по Москве. Сотрудники быстро начали капризничать: не нравилась большая нагрузка. После того, как зарплата стала сдельной, педагоги просили повысить нагрузку, чтобы больше заработать.

В среднем педагоги получают 25 - 40 тысяч ₽ в месяц, в зависимости от нагрузки и квалификации. Управляющая – 40 тысяч ₽.



В группы набирают не больше 6 учеников, поэтому педагоги успевают уделять внимание каждому



Клиенты, их поиск

Центр посещают дети от 3 до 10 лет. Помещение центра маленькое – 50 м2, одновременно в нем могут заниматься 15-20 человек. Каждый день с понедельника по субботу приходит 50-60 детей, в воскресенье – 20-25.

Чтобы собрать клиентскую базу Дарина с сотрудниками перед началом учебного года делают обзвон, e-mail и смс рассылку родителям детей подходящего возраста, во время учебного года запускают таргетированную и контекстную рекламу в социальных сетях, регулярно обновляют информацию на сайте клуба.

Реклама

Рекламу Дарина начала сразу, как только нашла помещение. Использовали все виды рекламы, которые были в доступе – билборды, рекламу на маршрутке, расклеивали объявления в подъездах домов, на детских площадках. Давали рекламу в Яндекс-директ, google-adwords, facebook, вконтакте. И потом смотрели, что из этого принесло результат. На сайте центра поставили счетчик, чтобы видеть, откуда приходят клиенты и сколько их.

Дарина сделала рекламу и на личном автомобиле – наклеила название центра, адрес и сайт. Через год отказалась от этой идеи, потому что прохожие связывали рекламу с самой машиной и думали, что это детское такси. Так выяснилось, какие методы лучше подходят для привлечения посетителей.

У каждого направления центра свои клиенты, поэтому для каждого направления готовится программа и концепция публикаций на сайте и страницах «Классиков» в социальных сетях. Посты делятся на продающие, познавательные, развлекательные и информационные.

По итогам рекламных акций делается анализ, чтобы понимать, какая реклама дает большую отдачу.

В месяц на рекламу тратится 25-30 тысяч Р.

Трата	Стоимость, Р
Яндекс-директ	6 000

Флаеры, листовки	5 000 – 10 000
Смс-рассылка	6 000
Социальные сети	5 000
Обслуживание сайта	3 000
Итого	23 000 – 28 000



Реклама на автомобиле получилась яркой, но не эффективной

Расчет затрат

Основными тратами при открытии клуба стали ремонт и дизайн помещения, закупка мебели и оборудования и оформление документов на предприятие. На эти цели потратили 285 000 Р.

Расходы на открытие	Р
Ремонт и дизайн	64 893
Мебель и оборудование	199 600
Оформление юридического лица	20 000
Итого	284 493

Ежемесячно на клуб расходуется не меньше 400 000 Р, в которые входит зарплата, налоги, аренда и обслуживание помещения и реклама.

Ежемесячные расходы	Р
Зарплата	250 000
Налоги	50 000
Аренда	60 000
Реклама	25 000
Коммунальные платежи	15 000
Итого	400 000

Расчет доходов

Минимальную цену занятия определяли исходя из себестоимости работы одной комнаты клуба. В первые годы клуб работал 200 часов в месяц. Если в нем занимается 5 детей, то при стоимости занятия 400 рублей можно было выйти в ноль. Чтобы увеличить доход и покрыть расходы на открытие клуба, постепенно увеличивали время работы и количество учеников. За счет этого получалось не завышать стоимость занятий.

Спустя 10 лет клуб работает 232 часа в месяц, в каждой группе занимается 4-6 человек. В месяц получается заработать 170 000 - 200 000 Р. В январе, мае и июне – 50 000 - 80 000 Р, в июле и августе дохода почти нет.

Топ-5 советов

1. Без опыта и партнеров не начинайте большой бизнес. Откройте маленький клуб, не больше 80 м². Тогда хватит сил и денег. Когда будет стабильный доход, начните увеличивать площадь, штат и клиентскую базу.
2. Если это первый бизнес, не берите кредит на его открытие – неприятно рисковать заемными деньгами. Вместо этого поищите партнеров, которые вложат деньги на определенных условиях, или обратитесь в государственные центры поддержки предпринимателей, или откройте домашний клуб, на который понадобится не больше миллиона.

3. Чтобы бороться с конкуренцией, найдите узкую нишу, в которой будете работать. В детском клубе совмещается много направлений: раннее развитие, подготовка к школе, иностранные языки, танцы, рисование, спорт, праздники, логопед. Выберите для начала одно направление и сфокусируйтесь на нем. Реализуйте его максимально хорошо, и тогда клиенты сами потребуют новые помещения и новые услуги. А вы к этому времени получите опыт и средства на расширение бизнеса.
4. Август – время каникул и отпусков в детском клубе. Но это важный месяц для планирования работы и набора учеников. Поэтому стоит начинать подготовку к учебному году уже с начала месяца. Запустите краткосрочные курсы для детей, составьте финансовый план на год, продумайте и запустите рекламу, проведите собрания с преподавателями и управляющим, купите канцелярию и учебные материалы, проверьте сроки действия всех документов, обновите сайт и продумайте праздник к началу учебного года.
5. Не стоит открывать детский центр в середине учебного года. В это время дети и родители уже ходят на занятия в другие клубы, а у преподавателей уже заполнено расписание и нагрузка. К осени отклик на рекламу и поток клиентов увеличивается. Поэтому лучше время для запуска бизнеса – середина или конец лета.

Франшиза

За 10 лет работы клуба Дарина столкнулась с большим количеством проблем и ошибок. Когда случился конфликт с соучредителями клуба, пришлось начинать бизнес с нуля. Много сил и времени ушло на поиск преподавателей и клиентов. Было сложно правильно распределить бюджет, оформить документы, структурировать бизнес-процессы. Были ошибки в бухгалтерии, ценообразовании, маркетинге. Из-за них Дарина потеряла 2 млн рублей, заработала 2 нервных срыва и выпила множество успокоительных таблеток.

Самым сложным было организовать свою деятельность руководителя, сделать работу наиболее эффективной, не жертвуя личным временем и здоровьем.

Постоянную поддержку и помощь в открытии и ведении бизнеса можно получить, купив франшизу детского клуба. Предприниматель платит

разовый взнос и ежемесячный платеж – роялти. За это он получает возможность работать под известным брендом, помощь в запуске и регистрации бизнеса, в подборе персонала, в поиске помещения и его дизайне. Франчайзи не нужно придумывать рекламную кампанию и учебные планы. Он может обращаться за консультациями по юридическим, финансовым и маркетинговым вопросам. Покупатели франшизы сокращают срок окупаемости бизнеса на 3-6 месяцев. Дарина уверена, что, имея поддержку франчайзинговой компании, уже через два месяца работы детского клуба она могла бы тратить на бизнес гораздо меньше времени, не теряя деньги и здоровье. А спустя полгода, была бы владелицей успешного бизнеса с высоким доходом и свободным временем на отдых и семью.