

## **1. Основы**

### **1.1 Введение**

С начала 2000-х годов в РФ стремительными темпами развивается рынок услуг, бизнес пришёл даже в те области, которые ранее никто всерьёз и не рассматривал. Яркий тому пример снегоуборочный бизнес.

Уборка и вывоз снега как бизнес впервые появился в несколько десятков лет назад в Европе, но активное развитие снегоуборочный бизнес получил не так давно. В Санкт-Петербурге на такой способ заработка обратила внимание компания «Персональное решение» лишь в 2009 году, когда за последнее 10-тилетие выдалась очень снежная зима и проблема с нечищеными дорогами и зданиями стала особенно остро.

Итак, сегодня уборка и вывоз снега, не что иное, как профессиональные услуги, спрос на которые стремительно растёт. Воплотив в жизнь идею по созданию снегоуборочной компании, вы сможете зарабатывать приличные деньги.

### **1.2. Какие виды услуг можно оказывать:**

Уборка и вывоз снега в Питере – основной вид деятельности компании "Персональное решение". Для Санкт-Петербурга снег – весомая проблема: нужна постоянная уборка снега с крыш, уборка внутридворовых помещений, вывоз снега. На сегодняшний день, организаций, профессионально занимающихся вывозом и уборкой снега в СПб, не так много. "Персональное решение" – компания, которую с уверенностью можно лидером в данной сфере!

- уборка, вывоз и утилизация снег;
- переаренда спецтехники (погрузчиков, коммунальных тракторов, экскаваторов-погрузчиков);
- чистка от снега, наледи и сосулек скатных крыш;
- чистка от снега, наледи и сосулек плоских крыш;
- предоставление персонала на уборку территории от снега.

### **1.3 Кто ваши клиенты?**

Клиентами компании по уборке и вывозу снега являются частные лица, владельцы загородных домов и коттеджей, начальники АХО, хозяйств, управляющие компаниями, а также представители организаций, которым требуются такого рода услуги:

- крупные банковские и финансовые учреждения;
- главные инженеры;
- частные медицинские, образовательные, дошкольные учреждения;
- заводы;
- крупные торговые точки, супер и гипермаркеты;
- филармонии, театры, кинотеатры;
- заведения общественного питания (кафе, рестораны);
- представители отельного бизнеса;
- бизнес центры;
- ТСЖ;
- логистические центры;
- магазины;
- автостоянки, парковки;
- фабрики, заводы, различные производственные компании;
- склады, терминалы;
- образовательные учреждения;
- консульства и другие государственные учреждения.

В условиях плотной застройки, ограниченности пространства – современные мегаполисы оказываются заложниками обильных снегопадов. Не менее сложными факторами являются неблагоприятными погодные условия и низкие температуры.

**Для того чтобы бизнес шел своим чередом, а:**

- бизнес-центры не получили штрафы от гос. инспекций за несвоевременную уборку снега в размерах до полумиллиона рублей;
- парковки не теряли прибыли до 30.000 рублей в день;
- кафе и рестораны не теряли до 30-40% клиентов, только из-за того, что вход в заведение замело снегом;

- управляющие ТСЖ не потеряли сон от жильцов, которые пострадали в результате упавшей наледи или сосулек.

Уборка снега должна стать задачей профессиональной организации, которая выполнит работу оперативно (в отличие от ТСЖ которые выполняют заявку в течение 2-3 недель), качественно и с применением высокотехнологичной техники.

#### **1.4. Финансовая модель**

Первое, что необходимо сделать, найти собственников техники (владельцев самосвалов).

##### **Стоимость их услуг:**

- 12 МЗ (1560 РУБ./РЕЙС).
- 20 МЗ (2600 РУБ./РЕЙС).
- 25 МЗ (3250 РУБ./РЕЙС).
- 30 МЗ (3900 РУБ./РЕЙС).

**Платим из расчёта: 130 РУБ./МЗ (СВАЛКА ЗА ИХ СЧЁТ).**

**Отдельно считается погрузчик: из расчёта 9000 руб. (7 часов работы + 1 час подача).**

**Минимальный заказ для Санкт-Петербурга 39.900 руб. (100 м<sup>3</sup>)**

##### **Просчитываем затраты:**

<b>100 МЗ*130 РУБ./МЗ:</b>	13000 РУБ.
<b>ПОГРУЗЧИК:</b>	9000 РУБ.
<b>БРИГАДИР:</b>	1000 РУБ.
<b>ИТОГО:</b>	13.000+1.000+9.000=23.000
<b>МАРЖА:</b>	39900-23000=16 900 РУБ.

<b>1000 МЗ*130 РУБ./МЗ:</b>	130*1000=130 000 РУБ.
<b>ПОГРУЗЧИК:</b>	10 ЧАСОВ = 9000 РУБ.+3375 РУБ. (ПРОДЛЕНИЕ 3 ЧАСА ИЗ РАСЧЁТА 1125 РУБ./ЧАС)=12375 РУБ.
<b>БРИГАДИР:</b>	1000 РУБ.
<b>ИТОГО:</b>	130.000+1.000+12.375=143.375
<b>МАРЖА</b>	220.000-14.3375=76.625 руб. (10 часов работы)

#### **ЧИСТКА СКАТНОЙ КРОВЛИ**

<b>ЗАРПЛАТА альпинистов сдельная для СПб:</b>	от 15 руб./м <sup>2</sup> до 20 руб./м <sup>2</sup>
<b>ПРАЙС для заказчика:</b>	от 30 руб./м <sup>2</sup> до 50 руб./м <sup>2</sup> .
<b>СРЕДНИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ОБЪЁМА КРЫШИ;</b>	500 -1500 м <sup>2</sup>
<b>Низовик, человек, который</b>	1000 руб.

<b>смотрит, чтобы на людей не упал снег с крыш:</b>	
<b>Лента оградительная</b>	350 РУБ.
<b>Итого:</b>	15 руб./м <sup>2</sup> *500руб.+1000+350=8850 руб.
<b>Оборот:</b>	500*30=15000 руб.
<b>Маржа:</b>	6150 руб. с объекта.

### Цены:

	Расценка за 1 м <sup>2</sup> очищенной от снега, наледи и сосулек крыши, руб.					
	Плоской, при площади, м <sup>2</sup>				Скатной, при площади, м <sup>2</sup>	
Толщина снега, см.	<500	<1000	<5000	>10 000	<500	501 и более
<b>до 15</b>	40	35	30	25	45	40
<b>до 30</b>	45	40	35	договорная	50	договорная

Для уборки плоских крыш нанимаются разнорабочие по расценкам примерно 100 руб./час, к ним ставится бригадир (руководитель бригады), закупаются лопаты, тенты и т.д.

<b>ЗАРПЛАТА альпинистов сдельная для СПб:</b>	от 17 руб./м <sup>2</sup>
<b>10 000 м<sup>2</sup>*17 руб.</b>	170 000 руб.
<b>Бригадир (контроль над процессом):</b>	24*130=3120 руб.
<b>Затраты на лопаты:</b>	25 шт. (5 в запас) 12500 руб.
<b>Тенты:</b>	4000 руб.
<b>н/р:</b>	5000 руб.
<b>Количество:</b>	20 чел*24 часа*120 руб./час=57600 руб.
<b>Лента оградительная</b>	6 рулонов*350 руб.=2100 руб.
<b>Итого:</b>	57600+3120+2100+12500+4000=79320 руб+5000=84320 руб.
<b>Маржа:</b>	170.000-84.320=85.680 руб.

### 1.5. Сколько денег можно заработать на одной сделке/в месяц?

Заработок в месяц напрямую зависит от количества сделок в месяц.

### 1.6. Как не рисковать ни рублём в этом бизнесе?

Снегоуборочный бизнес – отличный способ открыть своё дело в динамично развивающейся сфере. И есть в Москве и Питере имеется несколько подобных компаний, то в других городах РФ эта ниша относительно свободна. Завоевать уважение заказчиков профессиональными, качественными и оперативными действиями. В принципе, эта ниша у нас

не развита, поэтому у вас есть отличная возможность заполнить данное пространство, создав свой бизнес в данной сфере.

Для того чтобы «не попасть на деньги», мы разработали систему договорной документации (договора, таблицы, сменные рапорты, акты выполненных работ), которая подписывается как с клиентами, так и с подрядчиками. С поставщиками услуг рентабельнее работать по системе отсрочки платежа, однако целесообразнее первые несколько раз отработать по предоплате.

## **2. Клиенты**

### **2.1. Методы привлечения клиентов**

Клиент – основа любого бизнеса. Одно дело – теория, построение бизнес-процессов, и совсем другое – реальное взаимодействие и дела. Бизнес без клиентов – мёртв. Поэтому проработке и анализу данной области стоит уделять огромное внимание, и постоянно развиваться в данном направлении.

**К числу потенциальных клиентов в сегменте «B2B» относятся:**

- склады, терминалы;
- строительные площадки и компании;
- производства;
- государственные учреждения;
- порты;
- заводы и добывающие предприятия;
- железнодорожные, авто и речные вокзалы;
- аэропорты;
- крупные магазины, супермаркеты, гипермаркеты;
- таможня;
- почта;
- транспортные компании.

На самом деле, для каждого подразделения, бизнеса каналы продвижения и рекламы выбираются индивидуально, исходя из конкретных особенностей. Для понимания принципа создания грамотной рекламной компании, нужно знать следующее: B2B – начинают искать поставщика (и покупать), предварительно уже приняв решение о покупке (причём, выбирают достаточно внимательно, пытаются по минимальное цене приобрести максимум благ), здесь, как нигде важно, соотношение «цена-качество». Для B2B навязывание товара не даст существенных результатов. Для достижения оправданно высокого результата следует дать контекстную рекламу, рекламу на профориентированных специальных ресурсах, и т.п., главное внимательно продумать возможные каналы поиска, которые использует ваш потенциальный клиент. Стоит также помнить главное о продукте, который вы предлагаете – из разнородной

массы разнорабочих вы создаёте организованные и нацеленные на результат бригады, которые и предоставляете клиентам для решения их задач.

### **Как проводить анализ рынка**

Первое, необходимо ответить себе на ряд вопросов о вашей компании:

1. Кто вы (ваша компания на рынке)?
2. Что вы продаёте?
3. Кому продаёте (кто ваши клиенты)?
4. Как вы собираетесь информировать клиентов и партнёров о себе?
5. Чем вы лучше конкурентов? (ваше Уникальное Торговое предложение)

В анализе рынка должны быть отражены следующие пункты:

1. Уровень цен на рынке.
2. Уровень развития рынка, его знакомство с услугой.
3. Количество и «качество» конкурентов, отличительные черты, преимущества и недостатки.
4. Анализ маркетинга, рекламы и систем работы конкурентов.
5. Объем, спецификация и направленность рынка.

Данные результаты удобнее всего оформлять в виде сводной таблицы с представленными аналитическими показателями. Данное исследование очень важно для выработки стратегии продвижении вашей компании.

<b>ТАБЛИЦА АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОВ</b> для (название вашей компании) На (текущий месяц и год)				
	Конкурент А	Конкурент Б	Конкурент В	Конкурент Г
<b>Справочная информация</b>				
Название компании или веб-сайт				
Доменное имя (URL)				
Миссия компании или цель (опубликованная на сайте или своими словами)				
Фактическое местонахождение компании (можно найти на странице "о компании")				
<b>Товары и услуги</b>				
Основной товар или услуга				
Основного товар или услуга				
Отпускная цена основного товара или услуги				
Насколько основная услуга похожа на Вашу				
<b>Обслуживание клиентов</b>				
Бесплатная телефонная линия				

Страница "Контакты" легкодоступна				
Обозначен срок гарантированного ответа				
Есть страница часто задаваемых вопросов				
Компетентность персонала				
Наличие сопутствующих услуг (перечислить)				
Клиенты и маркетинг				