

**Константин Мирошниченко**

**Кухня Кулинарного Клуба:  
как открыть  
кулинарную  
студию**



12+

# Константин Геннадьевич Мирошниченко Кухня Кулинарного Клуба: как открыть кулинарную студию

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=45038197](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=45038197)*

*SelfPub; 2019*

*ISBN 978-5-532-08799-6*

## **Аннотация**

Книга является руководством по созданию собственной кулинарной студии (школы) и содержит ответы на большинство вопросов, связанных с открытием и ее дальнейшей работой. В книге подробно разобраны различные форматы проведения мероприятий и объясняется взаимосвязь между выбранным форматом и затратами на организацию студии. Большое внимание уделено особенностям оснащения студии мебелью и бытовой техникой. Автором объяснены подходы к созданию программ, представлению их посетителям, ротации в общем расписании. Разобраны основные ошибки при проведении мероприятий.

# Содержание

От автора	5
Кому адресована эта книга:	8
Вместо введения или зачем это все надо	9
А есть ли деньги?	13
Личная готовность к проекту (часть 1)	15
Его величество Формат или краеугольный камень проекта	19
Уникальное торговое предложение или конкурентные преимущества	25
Конкурентная среда или присмотритесь к соседям	28
Личная готовность к проекту (часть 2)	31
Конец ознакомительного фрагмента.	34

*Все еще волнуясь за меня моим родителям посвящается*

# От автора

Еда вечна. Из простой необходимости поддерживать силы она постепенно превратилась в способ удовлетворения не только физических, но и эстетических потребностей, а порой граничит с искусством. Поднятый на небывалую высоту в Древнем Риме труд повара сейчас востребован как никогда.

Интерес к данной тематике перманентно подогревается средствами массовой информации и социальными сетями. И все больше людей хотят самостоятельно готовить вкусную, интересную, а зачастую полезную и здоровую еду. Стремительно ворвавшаяся в нашу жизнь всемирная паутина в огромное количество раз увеличила объемы информации, в том числе и о еде. А новомодные технологии позволяют не только рецепт прочесть, но и его посмотреть. Бум онлайн-обучения приготовлению еды еще предстоит пережить. Только вот есть несколько «неприятных» нюансов в таком подходе: видеорецепты не пахнут, не имеют вкуса. Тесто на картинке нельзя потрогать (а как работать с тестом, не впитывая впечатления от него руками?). Нет живого интерактива с проводящим занятием мастером. Никто не поправит вам руку или не подложит под ерзающую разделочную доску влажное бумажное полотенце.

От этих недостатков свободны кулинарные школы: в них

есть непосредственное общение, живое тепло, вкус и аромат приготавливаемых блюд.

Кулинарные студии перестали быть чем-то экзотическим; посмотрите результаты поисковых запросов и поймете, что во многих крупных (и не очень) городах они есть. Более того, их количество будет увеличиваться, потому что это хороший формат проведения досуга, понятные цели и задачи, внешне простая схема построения бизнеса.

Это интересный способ занять себя.

Это весьма экстремальный способ познать себя.

Это рентабельный бизнес, позволяющий организаторам получать деньги.

Это полезная общественная работа.

Однако стройной методики организации и функционирования подобного рода компаний пока нет (по крайней мере, развернутой, оформленной документально, я не встречал). Каждый, открывавший студию, шел своей дорогой, набирался опыта, набивая шишки и тратя ресурсы, делая ошибки и празднуя собственные победы. Наш восьмилетний опыт работы позволяет предметно рассуждать о данной теме, т.к. за плечами имеются...

чуть больше двух тысяч проведенных мероприятий, опыт создания и выведения на рынок новых форматов, таких как кулинарный баттл и кулинарный квест;

три года действующая на регулярной основе детская кулинарная школа (да-да, каждое воскресенье в 11:30 мы на-

чинаем...);

создание собственной CRM, ориентированной на работу с корпоративным сайтом и социальными сетями; ... (честно, есть еще много чего).

В данной работе я постараюсь поделиться накопленным опытом, заострить внимание на моментах, которые считаю основополагающими, рассказать о подходах к созданию собственных программ... короче, объяснить «откуда в хлебе дырочки». А решать, нужен ли такой хлеб, предоставляю вам.

По ряду причин данный опус не отвечает на все вопросы. В первую очередь потому, что почти у каждого они будут свои. Во-вторых, надо же что-то оставить вам «на подумать». В-третьих, ... тут вот позвольте мне улыбнуться с некоторой хитрецей в глазах – есть еще причины, которые вы поймете, внимательно перелистывая страницы этой книги.

Специально выделю, что это мое личное мнение в данном конкретном вопросе. Кто хочет высказать свое – пожалуйста.

Кто хочет задать вопрос лично – пишите в почту [kg@kulinar-club.su](mailto:kg@kulinar-club.su) с темой «Как открыть кулинарную студию», я обязательно отвечу.

## **Кому адресована эта книга:**

в первую очередь тем, кто задумывается над возможностью организации собственной кулинарной студии. Конечно, эта книга не претендует на роль полного пошагового руководства, но общий алгоритм из неё можно почерпнуть;

тем, кто задумывается над возможностью инвестиций в подобного рода проекты. Естественно, всегда хочется понимать ответ на вопрос: «А есть ли здесь деньги»? Сразу успокою – есть. Хотя и не самые легкие;

тем, кто является владельцем уже работающих студий, чтобы «подсмотреть» какие-то новые идеи, и, возможно, подискутировать с автором. Зачем изобретать велосипед? Вполне можно почерпнуть ряд конструктивных особенностей у соседа (это сильно экономит время и деньги);

тем, кто занимается организацией досуга, в том числе профессионально;

всем, кто задумывается над тем, чтобы организовать какое-то свое дело, потому что подходы, связанные с организацией проекта, принципиально общие.

# Вместо введения или зачем это все надо

Что же, не для кого не секрет, что на протяжении достаточно длительного времени интерес к кулинарии остается трендом – средства массовой информации уверенно отвлекают от дел мирских картинками красивой еды, каждый уважающий себя телеканал имеет собственную передачу о еде, почти каждый считает своим долгом открыть интернет-канал, а количеству пишущих о еде нет числа.

Кулинарные студии растут как грибы.

В вашем городе уже есть?

Дальнейшие заметки адресованы тем, кто серьезно (или не очень) задумывается над созданием собственной кулинарной студии. Литературы по данной теме катастрофически мало. Консультанты, обещающие помощь, большей частью, мягко говоря, в этой области слабо компетентны – не так много кулинарных студий в России; а специалистов, прошедших не просто через горнило их создания, но и имеющих опыт хотя бы пятилетней успешной работы можно пересчитать по пальцам.

Сама по себе идея открытия кулинарной студии более чем просто привлекательна – проект кажется простым и понятным (купил продукты – шеф-повар провел занятие – собрал

деньги); наличие студий, работающих ни один год, говорит, что деньги на этом рынке есть. Так что же время терять? Надо смело идти вперед!

Все примерно так и есть. И ключевым словом является "примерно".

«Примерно», потому что вышеприведенная схема "купил-провел-получил" чуточку шире и требует некоторой расшифровки.

Мои знакомые шеф-повара на вопрос: "Если бы вы открывали собственную студию, с чего бы вы начали?" практически в голос отвечали: "Присмотрели бы подходящее помещение, купили бы нужное оборудование". Да, действительно, нужны и помещение и оборудование. Некоторые с этого и начинают. Но так ли это?

Давайте я задам вам очень важный вопрос: «Зачем ВАМ кулинарная студия?»

Попробуйте ответить на него максимально честно. А ответ лучше зафиксируйте на бумаге.

Я знаю несколько вариантов ответа, каждый из которых имеет право на жизнь:

я хочу заработать денег;

я хочу решить социальную задачу и обучать кулинарному искусству детей;

я хочу быть владелицей (владельцем) собственной кулинарной школы (это круто!);

мне интересны инвестиции в высокорентабельные проек-

ты;

...;

мне скучно и хочется чем-то себя занять.

Приемлем любой ответ.

Главное, чтобы отвечая на вопрос, вы были честны сами с собой. Ибо от ответа на этот вопрос будет зависеть многое: общая концепция, выбранный формат, местоположение студии, затраты денежные и неденежные.

Стремление заработать денег заставляет относиться к проекту как к обычному бизнесу – вам потребуются инновационные решения, будет стремление минимизировать издержки, быть экономически агрессивным. В этом случае основным показателем успешности работы будет выступать чистая прибыль, «играем в деньги». И это самая простая мотивация.

Решение разного рода социальных задач больше подходит к проектам, связанным с самореализацией: на ваших глазах будут расти дети, у них будет появляться уверенность в своих силах, приятно-нездоровый блеск в глазах во время разговоров о кулинарии. Это сильно трафит собственному самолюбию. Это дает вам самореализацию. И не обязательно высокую рентабельность. Но в таком подходе вы готовы ею жертвовать в угоду самореализации (поверьте, это неплохо).

Стремление стать владелицей (собственником) кулинарной студии – история имиджевая. Студия может стать своеобразным клубом, культовым местом сбора подруг и подруг

подруг. Яркая тусовка в центре которой – ВЫ. Вопросы рентабельности могут отойти не на второй, а на третий или четвертый планы. Студия может требовать дотации. Но это будет стильное заведение для определенного контингента. Почему нет?

Вы ищете высокорентабельные проекты? Кулинарная студия может быть таковой. Если вы пролистаете еще несколько страниц, опустив рассуждения о мотивации и необходимости готовиться к большой и серьезной работе, то при помощи ручки и бумажки вы сможете посчитать рентабельность проведения занятия. Цифра вам понравится, я уверен. Останется создать студию и загрузить ее работой. А для реализации проекта найти горящего руководителя.

У вас есть некоторое количество денег и вам скучно? Попробуйте свои силы в организации студии. Если есть желание большую часть работ делать самостоятельно, то плотный рабочий день, продолжительностью часов 14-16 восемь дней в неделю вам обеспечен. В ближайшие полгода точно. И если вам кажется, что в неделе дней всего семь, то поверьте, что будете сожалеть, что не все десять. Ныне покойный Стив Джобс с его «Даешь рабочую неделю 90 часов!» покажется вам не таким уж максималистом. Короче, о скуке забудете надолго.

И так по каждому из вариантов ответа.

Важно, чтобы вы сами знали ответ на вопрос: «ЗАЧЕМ?» И были готовы приложить усилия к реализации проекта.

# А есть ли деньги?

Опыт работающих более трех лет студий показывает, что да. Деньги есть. Непростые. Требующие усилий в зарабатывании. Быть может, не такие большие (пока еще неизвестен бизнесмен, вошедший в список Forbes и сделавший свое состояние на кулинарных студиях). Однако мало кто бросил этот бизнес, проработав на рынке больше трех лет.

Давайте проведем небольшой эксперимент: в приложении есть несколько рецептов, которые составляют программу национальной кухни (в данном случае, грузинской). Посчитайте затраты<sup>1</sup> на программу на одного участника. В городе с весьма средними доходами населения, таким как Новосибирск, эта программа продается (январь 2019г.) за 2 000 рублей. Попробуйте поварьировать количеством участников. Прикиньте, сколько мастер-классов будет в неделю в вечернее время. А в дневное? А если на базе этой программы

---

<sup>1</sup> Методика расчета затрат на продукты, применяемая в данном пункте, очень приблизительная. Но нам другой и не надо – просто вес каждого ингредиента умножьте на его цену, затем просуммируйте получившиеся стоимости по каждому из блюд, приведите сумму к одной порции (сверху указано, на какое количество порций приведена рецептура). Повторите процедуру для каждого из блюд, входящих в программу. Сложив получившиеся стоимости, вы получите оценку затрат на продукты на 1 человека для проведения программы. Важный момент: цена обычно приводится на 1 кг веса, а рецептуры приводятся в граммах – не забывайте об этом. Более развернуто можете посмотреть п. «Оценка доходов и расходов, сроки окупаемости проекта. Бизнес-план».

провести корпоратив для частной компании с числом участников порядка 20? (поверьте, это весьма среднее количество участников). А если корпоративов в месяц будет больше? А если добавить занятия с детьми? А если... ?

Оформите ваши расчеты в каких-нибудь электронных таблицах – это будет самый первый подход к бизнес-планированию данного проекта. Естественно, что будут оппоненты, говорящие, что это слишком оптимистичный (пессимистичный) прогноз (подставьте нужное).

Это будет своеобразный «черновик черновика» бизнес-плана. Не выбрасывайте его. Он станет скелетом, на который вы будете навешивать «мясо» уточняющих расчетов.

Естественно, что мы потом поделим расходы на постоянные и переменные. Поговорим о сезонности бизнеса, нивелировании спадов и финансовых резервах. Но базовые расчеты, уместившиеся на небольшом клочке бумаги, останутся правильными.

Для претворения в жизнь этих расчетов потребуется серьезная кропотливая работа. И кое-что еще.

**Но деньги ЕСТЬ.**

# Личная готовность к проекту (часть 1)

Написав несколькими страницами выше, что создание кулинарной студии есть интересный способ занять себя и весьма экстремальный способ познать себя, я абсолютно не шутил. Это проект, который потребует все имеющиеся у вас навыки. Вы любите и умеете готовить? – отлично! вы можете самостоятельно вести мастер-классы. Вы разбираетесь в веб-дизайне? – классно! вы можете самостоятельно поддерживать и «подкручивать» собственный сайт. Фотографируете? – выливайте собственные фотографии в Сеть и продвигайте проект. Моете посуду? Считаете деньги? Поверьте, ни один навык не будет лишним.

Важна ваша личная страсть, желание сделать проект. Тогда ваши посетители, глядя на ваш не вполне здоровый блеск глаз, спустя какое-то время с удивлением будут находить его отблески в глазах собственных.

С потухшим взглядом вы ничего никому не продадите. Ничем не удивите. Про это написаны кучи книг, придуманы разные термины<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> У маркетологов есть понятие «УГ», которое расшифровывается весьма просто «унылое г...». Невероятно точное определение специалиста, который никому ничего не продаст. А наша цель продавать все и всем.

Если у вас есть этот огонь, не дайте ему погаснуть.

Ничего так не укрепляет, как достижение какого-то запланированного рубежа. Мы въехали в помещение будущей студии в начале апреля месяца 2011г., и с этого момента все происходящее вокруг начало напоминать неисправный водопроводный кран: сначала он просто капал, точнее капали деньги, а потом появилось впечатление, что этот кран сорвало. Естественно, что студия заполнялась мебелью и техникой, в холодильниках появились признаки жизни, т.е. первые продукты (порой совсем не нужные)<sup>3</sup>. Но денег-то становилось меньше! И вот финансовый результат сентября показал, что мы вышли на точку окупаемости. Уфффф... Это было похоже на ситуацию, когда судорожно барахтаешься в воде, боясь утонуть, и вдруг понимаешь, что можешь самостоятельно держаться на поверхности. Мы барахтались по 12-16 часов каждый день. Количество бредовых идей не поддавалось счету (именно из них потом выросли кулинарный баттл, тимбилдинги для компаний, квесты). Мы пробовали. Переводили продукты. Выбрасывали в ведро непонравившееся. Цокали языком, приободряя наших первых шефов... Т.е. напряженно работали.

---

<sup>3</sup> Я начал с того, что нашел технолога общественного питания (я не профессиональный повар, и понимания специфики проекта так же не было). Помощи от неё особой мы не получили, хотя а) мы поняли, что для этого проекта нам технолог общественного питания не нужен и б) она познакомила нас с первыми двумя шефами, которые стали тренерами нашего проекта (вот за это отдельное спасибо).

Пишите. Публикуйте. Анализируйте, что людям интересно. Когда вы видите, что ваш материал поместили закладкой, разве это не успех?! Особенно, если это случилось впервые.

Когда вас заметят (а это произойдет обязательно, поверьте), придет первая компания, которая предложит показать свою продукцию на мастер-классах. А вам за это... Нет, как правило, не деньги, это еще впереди. А вам – их продукция на ваши мастер-классы. И это первое признание.

Первый телевизионный материал? Успех!

Вашим собирательным именем начинают называть все студии? (думаете случайно мы назвали проект «Кулинарный Клуб»)...

Все это будет.

При одном условии.

Потребуется много поработать. Иногда будет желание все бросить и пойти заниматься чем-то другим. Бывает. Мы все – люди. Со своими слабостями.

Но, как правило, в такую минуту появляется кто-то, возможно незнакомый, кто совершенно искренне скажет: «Так вы вот тот самый? Тот повар? У вас в студии моя подруга праздновала девичник и уже родила мальчика». И вы понимаете, что это было не зря.

И снова идете работать.

Хотя можно ли называть работой то, что любишь? Чем гордишь?

Нужно просто не бояться идти вперед.

И все получится.

# Его величество Формат или краеугольный камень проекта

Под форматом мы будем понимать способ проведения занятий (мероприятий) в студии, опирающийся на степень вовлеченности участников в процесс, а также связанные с этим методики.

Очень академично и, если честно, как-то пока не очень понятно.

Что в данном конкретном случае понимается под «вовлеченностью»? Речь идет о степени участия нашего посетителя в мастер-классе. Если совсем просто, то есть ли у каждого из гостей оборудованное рабочее место, или же они сидят и просто смотрят.

Методика проведения в данном случае объясняет, как собственно все проходит<sup>4</sup>.

Какая может быть степень занятости посетителя? Может такое случиться, что у каждого из них есть свое рабочее место. Лучшее решение на этот счет можно посмотреть в сту-

---

<sup>4</sup> Один из самых часто задаваемых по телефону вопросов: «Расскажите, как это у вас все происходит?». Т.е. в данном случае речь идет именно о формате. Нужно говорить о том, есть ли у каждого участника свое рабочее место, сколько поваров будет задействовано в мастер-классе, сколько блюд и какие будут приготовлены, сколько времени это займет.

диях Юлии Высоцкой<sup>5</sup>: отдельный стол, варочная поверхность, кухонная машина. Практически у каждого из участников есть свой духовой шкаф.

Может быть и такое, когда шеф все показывает, рассказывает и иногда дает попробовать (в смысле продегустировать), а поделаться руками не удастся никому и ничего. Такое тоже бывает. Такой ФОРМАТ называется демонстрационным. Отличие от роликов в сети – шеф в прямом доступе и отвечает на ваши вопросы. Иногда кормит.

Это два полюса. Один из которых гарантирует максимальную вовлеченность, второй – минимальную.

Казалось бы, что правильнее, нам как организаторам ориентироваться на формат с максимальной вовлеченностью: обычно все рвутся к плите, стараются все сделать сами. Ролики можно и в интернете посмотреть!

Но есть некоторые нюансы:

для формата с максимальной вовлеченностью у каждого должно быть отдельное полнофункциональное рабочее место. В переводе с древнегреческого, это предполагает, что у каждого должны быть стол, плита, набор кастрюль и сковород (мы же понимаем, что на блинной сковороде мы тушить не сможем. А это значит, что их должно быть несколько. И не самого маленького размера. А если мы будем готовить цыпленка целиком?...). Ножи, вспомогательные инструмен-

---

<sup>5</sup> В данном случае не нужно расценивать данное высказывание как рекламу (в этой студии действительно лучшая «экранизация» такого формата).

ты вроде блендера и миксера, лопатки, щипцы, пинцеты... А хорошо еще, если будут «свои» духовка и кухонная машина; каждое рабочее место должно быть электрофицировано или газифицировано, что еще сложнее (понимаете, к чему я клоню?);

каждое рабочее место должно быть обеспечено достаточной свободной площадью;

количество конфорок на рабочем месте желательно иметь более одной, т.к. в противном случае одновременно можно будет готовить не более одного блюда. Т.е. этот факт должен найти отражение при построении ПРОГРАММЫ мероприятия. Если есть одна конфорка, мы тушим полтора часа мясо, помешивая его один раз в 10 минут. Чем мы занимаемся в то время, когда не мешаем? Тогда нужно предусмотреть, что в это время мы, возможно, занимаемся подготовкой какой-нибудь выпечки и нам не требуется дополнительная конфорка. Или мы сразу при проектировании закладываем многоконфорочную плиту на каждый стол. Понимая, что может случиться так, что одновременно включат ВСЕ конфорки. И наша электрическая сеть должна быть к этому готова<sup>6</sup>;

понятное дело, что так как у каждого из нас свои личные ощущения по соли и сахару, меняющиеся ежедневно, то

---

<sup>6</sup> К каждому электрическому прибору идет паспорт, в котором прописана его потребляемая мощность. Просуммировав потребляемые мощности всех устройств, вы получите пиковую нагрузку на сеть – она должна быть к этому готова. Т.е. не только подводящие провода, розетки, но и автоматы, и прочее, прочее.

сколько будет стоять участников за столами, столько будет разных блюд. Даже при единой рецептуре и одинаковых продуктах. Точнее, на одно блюдо больше, т.е. на то, что у шефа. И эталонный вкус будет только в его тарелке.

Я не зря это так эмоционально расписываю.

И это абсолютно не значит, что делать такие студии не нужно. Такие студии делать можно, но надо понимать, что стоимость оборудования одного рабочего места будет весьма высокой. Но если вы делаете студию премиального формата, делайте. Пусть будет стоять хорошая техника. Добротная брендовая посуда и инвентарь.

Но все это необходимо закладывать на этапе планирования проекта.

Нельзя «заложиться» на 20 четырехконфорочных плит премиального производителя и оставить 50-сантиметровые проходы между столами: все должно соответствовать<sup>7</sup>.

Можно что-то докупить и доделать в процессе повседневной работы. Но деньги на основные траты отпускаются один раз.

Кстати, встречный вопрос: а так ли плох демонстрационный формат? Одна плитка, две кастрюли, три сковороды... Можно ли так работать? Да, конечно.

Но будет ли это интересно гостям? Если вы «в теме» и хо-

---

<sup>7</sup> Отнеситесь внимательно к планированию помещения и моделированию движения во время мероприятия – представьте себе, что люди могут двигаться с горячими листами в руках, например.

тите посмотреть нюансы приготовления того или иного блюда в исполнении маститого повара, то вполне приемлемо просидеть 2-3 часа, просто наблюдая за работой мастера, фотографируя и коммуницируя с ним.

А если гости в рамках такого формата массово захотят готовить? Ничего из этого, кроме неудовлетворенности (читайте «отсутствия повторно принесенных денег») вы не получите. Мы понимаем, что основная масса наших посетителей – женщины. А нужны ли нам рассказы неудовлетворенных женщин? И не важно, что им просто не удалось встать к плите. Она ушла неудовлетворенной... Страшное чувство.

Что из этого? Из этого следует, что такой формат тоже имеет свои ограничения. Он преемлем. Но потенциальных посетителей желательно информировать, что у них не будет своего отдельного рабочего места. Плюс учесть эти нюансы в методике проведения занятий. Например, вы самостоятельно можете ограничить количество участников мастер-класса. Или определить вес дегустационной порции для каждого из блюд (мы же понимаем, что время приготовления одной порции и 100 порций отличается? – и это тоже должно найти отражение в методике проведения занятия).

Есть ли какие-то еще варианты? Да, конечно.

Например, мы пользуемся комбинированным форматом, который придумали для своей студии и продолжаем подстраивать и дорабатывать. Суть заключается в том, что проводящий занятия шеф приглашает участников ему помочь.

Более того, он готов занять всех участников. Но если не предусмотрено иного, блюдо собирается общее. Шеф демонстрирует эталонный вкус и элементы сервировки.

Что позволяет такой подход? Дать возможность принять участие в процессе всем желающим. Не занимать готовкой тех, кто хочет просто посмотреть или по какой-то другой причине не хочет готовить (например, стесняется). Seriously сэкономить на оборудовании (понятное дело, что плит у нас не одна и не две). Выиграть в насыщенности программы (можно распараллеливать приготовление нескольких блюд одновременно. Но необходимо в конце занятия проговорить все основные шаги по каждому из них, чтобы у посетителей осталось понимание, что мы делали и зачем).

Конечно, и такой подход не лишен недостатков. Но его легче адаптировать под нужды конкретного мероприятия. Ведь бывают случаи, когда нужна чистая демонстрация. А случается и так, что обязательно каждый должен сделать что-то свое.

Затраты на организацию студии, которая будет опираться на тот или иной формат, различны. А то, как они будут проконвертированы в прибыль, будет зависеть от вас.

# Уникальное торговое предложение или конкурентные преимущества

Старик Портер<sup>8</sup> четко сформулировал два условия лидерства компании на рынке:

компания предлагает инновационный продукт, ранее которого на рынке не было;

компания предлагает уже существующий продукт, но издержки производства продукта ниже, чем у конкурентов.

И здесь возникает вопрос, который экономисты (а чаще их братья-маркетологи) называют уникальным торговым предложением, т.е. вы должны четко ответить на вопрос: «Что нового готовы предложить рынку ВЫ?» Если вы просто планируете проводить мастер-классы, как еще три-пять студий в городе, то вы просто будете делить потенциальных клиентов. А вот если только вы предлагаете мастер-классы с участием иностранных поваров или у вас самая большая (или самая уютная) студия, тут уже есть серьезная возможность склонить чашу весов в свою сторону.

Что может давать преимущества:

первенство открытия;

---

<sup>8</sup> Майкл Юджин Портер ([англ. Michael Eugene Porter](#); род. [23 мая 1947](#), [Мичиган](#)) – американский экономист, профессор кафедры делового администрирования [Гарвардской школы бизнеса](#) ([англ. Harvard Business School](#)), признанный специалист в области изучения экономической [конкуренции](#).

более широкая линейка предлагаемых мастер-классов (в соседних студиях предлагают только итальянскую кухню, а вы проводите мастер-классы немецкой, мексиканской и испанской кухни, например);

узкая специализация студии (скажем, вы проводите мастер-классы для домашних кондитеров и не занимаетесь мясом и прочим правильным питанием);

более гибкая или внятная тарифная политика;

насыщенность программ (вы предлагаете 4 блюда, ваши соседи 2, при одинаковой стоимости мастер-класса);

участие иностранных поваров;

более интересный интерьер (увы, зачастую сейчас ходят не поесть, а пофотографироваться, и с этим приходится мириться. Тем более, что кулинарная студия не кафе, а досуговое учреждение);

т.д. и т.п.

Большое значение имеет, выходите ли вы первыми на рынок. Если так, то изначально вы занимаете нишу целиком, предлагая новый модный вариант досуга. Все остальные вынуждены бежать за лидером, прилагая значительно больше усилий для завоевания «своих» клиентов, доказывая, что они предлагают более интересный продукт.

Скоротечность происходящего требует все нового и нового. Удивлять надо каждый день. Всех и каждого. У соседей есть только мастер-классы – предложите гостям кулинарный

квест<sup>9</sup>. «Стандартные» мастер-классы по какой-то причине продаются плохо – пробуйте формат «дегустационного мастер-класса», на котором готовятся все те же блюда, но отдаваемая гостям порция меньшего, «дегустационного», объема<sup>10</sup>.

Если вы выходите на рынок не первыми, посетите студии потенциальных конкурентов. Отметьте, что вам понравилось (зачем изобретать велосипед? – можно и нужно перенимать все хорошее) и что можно было бы изменить – тут как раз и может крыться ответ на вопрос, что у вас будет лучше. А сходя в гости, вернитесь к формулировке своего конкурентного преимущества.

Да! Совсем забыл – фотографируйте. Все, что можно. Это в первую очередь касается похода в работающие студии. Просмотр фотографий позволит вам ухватить нюансы, которые, возможно, выпали из поля зрения при осмотре. Понравится может плакат, билборд, слоган на нем – фиксируйте, изредка пересматривайте отснятое (это даст серьезную пищу для размышлений).

---

<sup>9</sup> Кулинарный квест как формат был представлен нашей студией в 2014 году. Это была новинка на рынке и какие-то деньги мы на этом собрали. Тем более что все основное оснащение у нас уже было.

<sup>10</sup> Мастер-классы дегустационного формата появились в нашей студии в январе 2019 г. Для отдельных категорий посетителей это хорошее решение.

# Конкурентная среда или присмотритесь к соседям

После того, как стало понятно (или почти понятно), чем вы будете привлекать потенциальных клиентов как кулинарная студия, давайте посмотрим более широко на наше окружение, но, к сожалению, все, кто нас окружают, наши конкуренты. Все они борются изо дня в день за деньги, которые наши потенциальные посетители готовы были бы потратить на досуг.

Думаю, ни для кого не секрет, что в бюджетных ограничениях живут все. Естественно, что у кого-то супчик жидкий, а у кого-то жемчуг мелкий. Но ограничения есть у всех. И сумма, которую готовы потратить наши потенциальные посетители, увы, конечна. И тут нам предстоит бороться не только с кулинарными соседями, со студиями, предлагающими женские практики разного рода и кружками пэтчворкинга/скраббукинга, но и с салонами красоты, и прочими книжными магазинами. Да-да, это все подпадает под понятие «досуг», а вот эти все непрямые конкуренты выступают сабститютами, т.е. чайками, готовыми прямо на лету вырвать у вашего потенциального клиента последние деньги.

Что с этим делать? Во-первых, не отчаиваться. Средства массовой информации сделали за нас очень много, создав

моду на еду: не только как то, что можно поесть, но и красиво приготовить, сфотографировать и «запостить» на зависть подругам. Во-вторых, как бы это идиотски ни звучало, работать. Вдумчиво и напряженно работать. У нас есть интересная форма досуга и задача ее правильно презентовать, дать возможность попробовать, создать интерес и твердо идти вперед. Практически не перефразируя В. Пелевина<sup>11</sup>, мы должны войти в ту самую кагорту людей, которая помогает людям тратить деньги в борьбе со скукой. Именно мы должны протянуть им яблоко соблазна. И наше яблоко должно уверенно конкурировать на этом базаре со всеми этими надоевшими грушами рисовальных студий и ананасами тренингов психологического роста.

Поэтому наше яблоко должно быть красивым, внешне привлекательным и призывно пахнущим.

И содержание, т.е. вкус, тоже должен быть на высоте. А оставшееся после посещения вашей студии послевкусие должно если не создавать зависимость, то, по крайней мере, оставить приятные впечатления, которые приведут этого клиента к вам снова. Может быть, не завтра. Но обязательно приведут.

Вернитесь к предыдущему пункту, пересмотрите свое предложение. Возможно, его придется переформулировать. Что нового вы несете? Досуг? Эмоции? Удовольствие? Счастье? Поставьте себя на место вашего потенциально-

---

<sup>11</sup> Речь идет о книге В Пелевина «Тайные виды на гору Фудзи»

го клиента. Что его может заставить прийти к вам? Просто прийти что-то приготовить в компании незнакомых людей? Или узнать что-то новое? Познакомиться с интересными людьми? Пообщаться? Может быть, просто посмеяться (еда!!! ведь это должно быть весело!)

Что еще на этом этапе? Хм... Подумайте над альтернативными направлениями собственной деятельности – речь не идет о сомнениях в вашей вере в успех мероприятия. Но именно в этот момент вы можете попробовать приложить свои силы в другом, не менее интересном и прибыльном проекте, вы понимаете состояние рынка. И вы еще не потратили (или почти не потратили) деньги, отпущенные на проект.

Это предложение, несмотря на кажущуюся его глупость, не такое уж и несуразное – вы должны быть гибкими<sup>12</sup>. А приняв решение, готовы двигаться вперед без сомнений. Только это позволит эффективно использовать ресурсы, главный из которых – время. А потом уже деньги.

Подумайте и о возможности репрофилирования студии и ответьте себе на вопрос: «Что из этого можно сделать, если что-то пойдет не по плану?» Чем больше вопросов вы зададите себе (и найдете на них ответ) на этапе планирования, тем легче будет двигаться вперед. Вы будете готовы к ситуациям, которые могут произойти.

---

<sup>12</sup> Чуть подробнее про отказ от неверных стратегий можно посмотреть у Максима Батырева в «45 татуировках менеджера» (гл. 3)

# Личная готовность к проекту (часть 2)

Что бы ни говорили, самым важным для любого проекта будет ваша личная решимость его реализовать. Если она есть, тогда все остальное отступит на задний план, дав вам возможность расправить крылья. Пафос этого абзаца сравним с поздравлениями руководителей страны с каким-нибудь вселенским праздником. И можно было бы от этого отмахнуться и переписать менее возвышенно, если бы это не было правдой.

Действительно, нужна решимость.

Остальное, по сути, «прогнется под вас».

А степень легкости этого «прогнется» опять зависит от вас.

Давайте попытаемся понять, каким может быть организатор кулинарной студии. Давайте вернемся к схеме простого бизнеса: «организовал студию – позвал повара – купил продукты – провел мероприятие – собрал деньги». Каждый из этапов, нашедших отражение в схеме, представляет собой важный шаг, который, в свою очередь, разбивается на несколько более мелких.

Например, закупка продуктов предполагает, что у вас есть:

программа мероприятия, с перечнем блюд;  
каждое блюдо имеет свою фиксированную рецептуру;  
перечень продуктов для мероприятия агрегирован, т.е. одинаковые продукты для разных блюд объединены по весам;

установлена очередность закупа продуктов на случай, если продукты закупаются не на один день, а несколько (если сегодня нет продукта, который потребуется только послезавтра, то можно не убиваться сегодня, а подождать до завтра);

определены дополнительные расходные материалы (салфетки, тряпки, моющее средство для посуды, средство для мытья рук и т.д.);

учтены особенности покупки в конкретных магазинах (например, в соседнем магазине необходимый нам продукт продается только коробкой, а в магазине подальше есть продажа пачками, т.е. более «мелкая нарезка»);

имеется последовательность покупки продуктов в нескольких магазинах (из пункта А в пункт Б и далее);

определены «магазины последнего шанса», т.е. те, в которых заданный продукт должен быть обязательно. Хотя, скорее всего, по более высокой цене;

найден ответ на вопрос: «А что будем делать, если и там нужного продукта нет?»;

решен вопрос с компаниями, которые доставляют заказы: заказ, как правило, делается заранее, т.е. необходимо иметь достаточный зазор по времени.

И только после этого можно садиться в автомобиль (или такси) и ехать за продуктами. А в магазине, ставя галочки напротив позиции, положенной в продуктовую корзину, медленно катить ее к выходу, озабоченно поглядывая на часы.

И так к каждой из позиций в этой простой схеме ведения бизнеса. И нужно быть готовым морально и физически заниматься всем этим каждый день.

– Может ли руководитель проекта (организатор) быть поваром?

– Конечно.

– Должен ли он быть поваром?

– Не обязательно. Вы видите, что есть много работы и без приготовления пищи.

Бесполезных трудовых навыков не существует. Просто бывает, что они не всегда успевают нам пригодиться. Чем лучше вы владеете тем или иным навыком, тем более сложную задачу с его использованием можно решить.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.