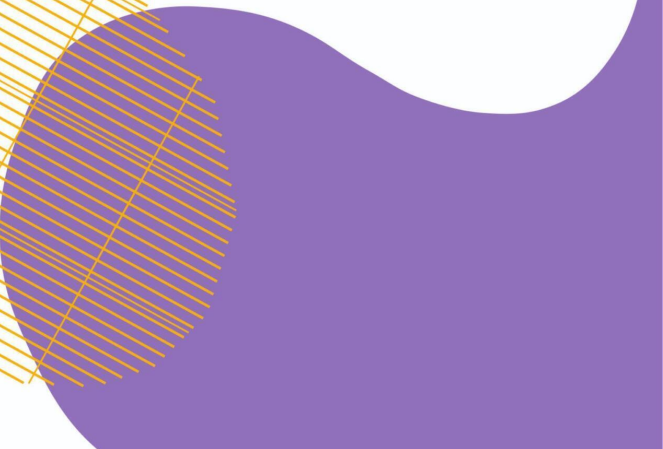




Дарья Сергеева

Bambika-Book

Как открыть
прибыльный детский сад



Дарья Сергеева

Vambika-Book. Как открыть прибыльный детский сад

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68398864
SelfPub; 2022*

Аннотация

Дарья Сергеева – опытный предприниматель, основатель федеральной сети частных детских садов Vambika-Club (до ребрендинга – Vambini-Club). В России и в мире сеть Vambika-Club насчитывает уже более 160 филиалов и более 11 лет существования. Vambika-Book поможет читателю открыть свой собственный частный детский сад или улучшить работу уже существующего. Здесь даны примеры инструментов и приемов, которые использовались и используются в настоящий момент для продвижения детских садиков сети Vambika-Club. Советы Дарьи и ее личный опыт бизнеса в этой книге помогут сделать ваш детский сад уютным для детей, удобным для родителей и, самое главное, прибыльным для вас.

Содержание

Примечание автора	4
Вступление и знакомство	6
Об авторе	11
ШАГ 1. Изучаем бизнес	13
ГЛАВА 1. Почему я выбрала этот бизнес?	13
ГЛАВА 2. Как найти инвестиции для старта	21
ГЛАВА 3. Вся правда о лицензировании детских садов	31
ШАГ 2. Готовимся к открытию	34
ГЛАВА 4. Выбор района	34
ГЛАВА 5. Аудит конкурентов	37
ГЛАВА 6. Основные принципы работы Vambika-Club	48
Конец ознакомительного фрагмента.	51

Дарья Сергеева

Vambika-Book. Как открыть прибыльный детский сад

Примечание автора

Данная книга несёт в себе цель ближе познакомить читателя со спецификой ведения бизнеса в сфере организации детского досуга и развития. Я ни в коем случае не преследую цель кого-то обидеть, высмеять или, наоборот, прорекламировать. Поэтому любые совпадения с какими-либо известными компаниями, кроме нашей собственной сети Vambika-Club (название сети до ребрендинга – Vambini-Club), являются лишь случайными, намёки остаются намёками, а любое мнение автора остаётся лишь мнением автора.

В 2022 году наша сеть прошла полномасштабный ребрендинг. Мы обновили корпоративный стиль, усовершенствовали развивающую программу и внедрили инновационный подход к развитию детей. Такие масштабные изменения настолько сильно расширили сферу нашей работы, что мы приняли решение изменить и название нашей сети. Сеть Vambika-Club сохранила в себе ответственный подход к своему делу, который был в Vambini-Club, но добавила к нему

современные технологии и методики, которые призваны вырастить по-настоящему счастливых, творческих и уверенных в себе детей.

Вступление и знакомство

Если бы 11 лет назад меня спросили – кто я такая, наверное, было бы сложно дать однозначный ответ. Я закончила школу, попытала счастья в наемной должности, но все, что мне было интересно – это дети. Но не в классическом «семейном» плане, а в, наверное, более масштабном. Мне хотелось объять всех детей в этом мире, сделать их детство чуточку счастливей.

Меня зовут Дарья Сергеева и в 19 лет я открыла свой первый собственный частный детский сад, который находился в обычной квартире. Я безумно люблю детей, и уже тогда знала, что только с ними у меня получится счастливое будущее. Моя любовь к детям отразилась на моём первом собственном деле – я старалась сделать так, чтобы детям в детском саду было интересно, безопасно и уютно. Чтобы время, проведенное здесь, стало для них одним из счастливых воспоминаний детства.

Мою любовь к детям оценили и их родители – мой детский сад пользовался популярностью и приносил колоссальную, как тогда казалось для 19-ти летней девочки, прибыль.

Через несколько лет я открыла детский сад для русских детей в Таиланде, а ещё позже несколько садов в своём родном Новосибирске. И каждый из них был прибыльным и популярным по одной причине – я вкладывала душу в своё де-

ло.

Каждый месяц мы вместе с нашими франчайзи открываем новый детский сад под маркой Bambika-Club. На момент написания книги в России работает уже более 160 садов в 55 городах России и странах СНГ, и более 20 из них функционируют в городе Новосибирске – родном городе франшизы.

К нашим партнёрам мы относимся так же, как к детям в наших детских садах – мы заботимся о том, чтобы встреча с нашей компанией оставила у них только положительные эмоции. Именно поэтому мы сформировали полную поддержку каждого нашего сада, открытого по франшизе, а каждому новому франчайзи предоставляем объёмный франчайзинговый пакет, который содержит больше 600 страниц нашего 11-летнего опыта ведения частных детских садов.

Выжимку этого пакета вы сейчас держите в руках (или читаете на экране чего-либо). В этой книге мы со своей командой структурировали и упорядочили наши собственные знания, опыт ведения детских садов от наших партнёров, опыт открытия детских садов от нашего проектного отдела, знания о рекламе, продвижении, позиционировании от нашего маркетингового отдела, юридические аспекты бизнеса от наших юристов, советы по работе с детьми и с персоналом от наших личных педагогов-консультантов. Я не раскрою вам все секреты, которыми мы делимся только с нашими франчайзи и партнёрами, но дам вам ровно столько информации, чтобы вы смогли без проблем открыть свой частный детский

сад уже через два месяца после прочтения этой книги.

В книге собраны практические советы, примеры, кейсы. Даны рекомендации, проверенные на собственном опыте.

Для кого предназначена книга?

- Для наших партнёров-франчайзи;
- Для предпринимателей, работающих в нише оказания услуг;
- Для людей, планирующих открыть свой бизнес в сфере детского развития и ухода;
- Для владельцев частных детских садов;
- Для всех, кто интересуется успешными бизнес-проектами.

Почему я выбрала бизнес по открытию и развитию частных детских садиков? Есть несколько причин.

Во-первых, это социально-положительный бизнес – мы в Bambika-Club профессионально организуем досуг для детей, воспитываем и развиваем их, готовим к школе. В это время родители могут всецело посвятить время себе, своей карьере или семейным отношениям.

Во-вторых, это направление в нашей стране только развивается. Постоянно увеличивается количество детских садов, растёт количество клиентов, которые пользуются этими услугами. Наш рынок частных детских садов, несмотря на его примерно 20-летнюю историю, еще супер-молодой и крайне отличается от зарубежных.

Ну и в-третьих, мне просто нравится работать с детьми!

Первый частный детский сад я открыла в 2011 году. Это был садик квартирного типа. И многое из того, что мы делаем сейчас, я применяла уже тогда. Например, видеонаблюдение.

У меня был интересный опыт открытия детского садика за границей, в Таиланде. Несмотря на то, что там совершенно другое законодательство, обстановка, персонал, условия работы и менталитет жителей, этот проект был одним из самых успешных русских детских садов в этой стране.

Опыт, который у нас появился за всё время работы в данной сфере, был и позитивный, и не очень. Были и ошибки, которых сделано было немало, и этим мы тоже поделимся в этой книге. Мы не боялись ошибок, потому что они помогают принимать правильные решения. Как говорил Уоррен Баффет: «Тот, кто не совершал ошибок, не способен принять решение». Наши ошибки помогли нам разработать грамотную систему управления и развития бизнеса.

Мы хотим поделиться нашим опытом создания детских садов в России, за рубежом и опытом создания целой сети успешных садиков. Нам хочется передать свои знания и опыт не только нашим партнёрам, но и предпринимателям, которые работают в похожих сферах, и всем, кто хочет стать владельцем собственного бизнеса, открыть своё дело.

Для наших партнёров эта книга – своеобразный учебник, который поможет им успешно стартовать, используя наш многогранный опыт и детальные рекомендации, основанные

на практике.

В этой книге я уделю много внимания подбору помещения, найму персонала, детально рассмотрю вопросы привлечения и удержания клиентов. Я расскажу о том, как мы с командой развиваем нашу сеть и масштабируем бизнес. Расскажу о сложностях и «подводных камнях» этого бизнеса и докажу, что открыть частный детский сад может каждый неленивый человек.

Любой из вас может стать предпринимателем. И мне бы хотелось, чтобы так и было. Чтобы в нашей стране было больше качественных бизнесов, больше прекрасных детских садов, в которых дети могли бы развиваться и проводить свое счастливое детство.

Буду рада, если эта книга принесёт вам пользу, поможет начать новое дело или усовершенствовать свой бизнес.

Об авторе

Дарья Сергеева

Основатель международной сети Bambika-Club, имеет общий опыт открытия и ведения бизнеса частных детских садов 11 лет.

Основатель детского образовательного учреждения за границей для русских детей.

Номинантка премии «Главные женщины 2021»

Мама, воспитывает сына Артёма.

Свой первый частный детский сад Дарья открыла в 19 лет. Из-за отсутствия средств она не могла начать работу в коммерческом помещении: много требований, много затрат. У неё не было богатых родителей или мужа, поэтому запустила бизнес, взяв обычный потребительский кредит в банке. Открыла домашний детский сад, в котором сама работала воспитателем.

Через несколько месяцев Дарья расширила штат и начала активно заниматься организационной работой. Вскоре был открыт ещё один домашний садик. Это был рекорд – в первый же день открытия не было ни одного свободного места. После такого успеха Дарья решила открыть уже супер-детсад. Не имея такой возможности в России, она решила поехать в Таиланд. Сняла виллу площадью 250 квадратных метров со своим двором, садом из пальм, бассейном, где и

открыла частный садик для русских ребяташек. Позже Дарья вернулась в Россию и открыла полноценный детский сад уже в коммерческом помещении, с которого и началось официальное существование сети Bambika-Club (на тот момент – Bambini-Club).

ШАГ 1. Изучаем бизнес

ГЛАВА 1. Почему я выбрала этот бизнес?

Уже начав работу над этой книгой, я задавала себе вопрос о том, почему же я сама выбрала этот бизнес. Почему мне он нравится, что в нём особенного.

Для меня, как для предпринимателя, в первую очередь важно, чтобы бизнес был перспективным и любимым. Никому не хочется начинать дело, которое оказалось бы убыточным и не способным к развитию. Я хочу вкладывать свои силы и средства только в интересные и перспективные направления, а также в то, к чему лежит душа. Сфера, связанная с открытием частных детских садов, доходная и имеет все шансы для эффективного развития. Это обусловлено тем, что в настоящее время конкуренция в этом направлении относительно слабая, а в государственные детские садики большие очереди, которые не двигаются годами. Учитывая, что мегаполисы растут, города развиваются, увеличивается количество жителей, соответственно, большому количеству детей требуются детские сады. Можно не сомневаться, что со временем потребность в садиках будет только рас-

ти.

Этот бизнес не только перспективный, интересный, но и позитивный. Если общение и забота о детях доставляет вам удовольствие, вы будете получать от работы только хорошее настроение. Ведь, согласитесь, дети – это самое волшебное и прекрасное, что есть в нашей жизни. Каждый ребёнок уникален, индивидуален. Наблюдать, как они растут, способствовать их развитию – разве это не чудесно? Да и сами мы совершенствуемся в этом бизнесе, изучаем новые методики, встречаемся с разными людьми, общаемся на интересные темы. Включаемся в работу, которая тесно связана с маленькими ребятами, берём на себя большую ответственность. Это всё очень здорово и нам безумно нравится.

Когда приходишь на работу в детский садик, здесь хочется остаться, хочется общаться с детьми, с родителями, с воспитателями, хочется помогать им. Всё это оставляет приятное тепло в душе. Я не зря упомянула воспитателей – в этом бизнесе даже работа в коллективе, зачастую, связана с положительными эмоциями. Потому что это позитивный процесс, мы подбираем и нанимаем позитивных людей. Тем более если такая отличная работа приносит хорошие деньги, то хочется заниматься этим снова и снова.

Конечно, как во всех бизнесах, у нас тоже есть свои проблемы и «головные боли». Иногда мы дико устаём, особенно во время открытия очередного детского сада, когда приходится работать по 18 часов в день. Бывает невероятно

сложно найти достойный персонал, подобрать хорошее помещение. Случаются ситуации, когда спадает поток клиентов и нужно срочно заниматься рекламой. Проводятся разные проверки. Но наша команда никогда не сдавалась. Мы не стоим на одном месте, постоянно развиваемся, масштабируем бизнес.

Огромным плюсом является то, что в этом бизнесе нет ограничения по доходу. Например, открыв 3 садика, вы можете зарабатывать миллион и более. По сути, «потолка» доходности здесь нет, он определяется только вашим желанием, силами и способностями. Если у вас есть желание и силы строить команду, открывать новые детские сады, улучшать качество услуг, совершенствовать систему работы, то перспективы огромны. Я тоже начинала с одного садика, а сейчас Vambika-Club разросся до целой сети прекрасных и успешных частных детских садов. Постоянное развитие мотивирует и стимулирует к дальнейшей активной работе. А этот бизнес постоянно даёт мотивацию. Ты стараешься и работаешь не только ради себя, но и ради команды, ради общего дела, общей цели.

Ещё раз отмечу, что в этом бизнесе большое количество светлых и позитивных моментов. Поэтому мы готовы заниматься открытием частных детских садов Vambika по всей стране и даже по всему миру. Готовы помогать своим партнёрам, обучать их и способствовать их успешной работе.

Нельзя сказать, что частный детский сад – это бизнес для

девушек (хотя девушки интересуются детскими садами гораздо чаще, это факт). Этот бизнес скорее для тех, кто любит детей. Если вы – мужчина, и вы чувствуете, что работа с детьми вдохновляет вас – у вас точно всё получится, не слушайте никого, кто говорит иначе. Бизнес в этой сфере, зачастую, обладает быстрой окупаемостью при небольших вложениях и рисках. По крайней мере, за годы работы мы смогли сделать сады нашей сети окупаемыми буквально за несколько месяцев. Этот бизнес подходит тем людям, которые хотят достигать результатов, готовы вложить свои силы и время, готовы помогать людям и способствовать развитию детей. Это тот бизнес, который помогает развиваться правильно, используя правильные ценности.

Для тех людей, кто боится вкладывать деньги и начинать бизнес, я рекомендую подготовить себе (рассчитать на 3 месяца) «подушку безопасности». Что это такое? Это определённая сумма, которую вы отложите как «неприкосновенный запас». И в случае, если ваш детский сад будет заполняться не в течение первых двух месяцев, а несколько дольше, вы сможете этот период продержаться «на плаву» без особых проблем и потерь. Из чего складывается сумма «подушки безопасности»? Арендная плата, зарплата персонала и расходы на рекламу в месяц. Умножаете эту цифру на три и получаете необходимую сумму для создания «подушки безопасности» своего бизнеса.

Почему я рекомендую именно 3 месяца? Это тот срок,

за который любой наш партнёр (если упорно работал и следовал нашим советам) обеспечивал полную заполняемость своего сада. К слову, полная заполняемость – это примерно 34 договора (рассчитано на детский сад площадью от 150 кв. м). Делим на три месяца, получается, что вам надо заключать по 11 договоров в месяц. Разве это много? Если вы не ленивы, то легко с этим объёмом справитесь. Если вы предлагаете клиентам качественный продукт, ваш садик красивый, услуги на хорошем уровне и правильная реклама, то для вас не будет проблемой убедить родителей приводить к вам ребятишек. Главное – это уверенность в себе и своих силах.

Примеры удачных вложений в бизнес от Дарьи Сергеевой

У меня были удачные и не совсем удачные примеры вложений, которыми хочу с вами поделиться.

При открытии своего первого детского сада я единственная на тот момент в Новосибирске поставила онлайн-видеонаблюдение. Это было достаточно дорого, учитывая, что в то время детский сад «под ключ» можно было открыть за 300 тысяч рублей на 100 кв. м. Из этих трехсот тысяч почти пятьдесят ушло именно на видеонаблюдение в онлайн-режиме. Многие считали и считают до сих пор, что это слишком дорого, не нужно, не оправдано и только усложняет всю работу. Но в итоге в мой детский сад ездили люди со всего города, даже из отдалённых районов, потому что только я предоставляла такую услугу. И эта услуга окупилась просто моментально, принесла достаточно много денег и дала хоро-

ший старт моему бизнесу.

Ещё одно верное вложение средств было сделано в постоянное обновление игрушек. Очень часто руководители детских садов покупают игрушки единой партией. Они уничтожаются в течение 3-6 месяцев, а новых нет, детям приходится довольствоваться тем, что осталось. Родители, видя эту ситуацию, недовольны. Детям становится скучно играть остатками. Садик выглядит убого и печально. Я всегда вкладываю в игровую достаточное количество денег, чтобы она выглядела на «пять с плюсом»! Например, сухой бассейн с шариками. Он у меня есть во всех детских садах. Дети от него просто в восторге. А то, что нравится детям, привлекает и родителей.

Третий важный момент, куда нужно вкладывать деньги, это питание малышей. Обязательно пять раз в день. Если кухня у садика своя, то это только отличные продукты высокого качества, приобретаемые в достаточном количестве. Это хороший повар и вкусные блюда, которые нравятся детям. Всем же понятно, что если ребёнок приходит голодный из детского сада, то в этот садик его родители больше не отправят. Если родители, зайдя в детский садик, чувствуют, что у нас вкусно пахнет едой, малыши радуются интересному полднику и домой всегда возвращаются сытые, то для родителя это веский повод продлить с вами договор на несколько месяцев вперёд. Если же мы работаем с привозным питанием, то поставщик должен быть высокого уровня. Пусть это питание будет дорогое, но зато качественное. При

этом поставщиков нужно обязательно проверять. Мне случалось сталкиваться с поставщиком, который клал в борщ нечищеную свёклу, поставлял хлеб очень низкого качества. Когда я увидела, где, как и из чего они готовят, то была в ужасе. Например, блюда, которые поставщик привозит, пахнут неприятно. Поэтому важно обращать внимание на такие детали и вкладывать деньги правильно.

Первоначально у меня не было достаточного количества персонала, как я поняла уже позже. Я равнялась на другие детские сады в плане количества персонала, работая по аналогичной схеме. Но с каждым днём я всё больше и больше понимала, что при такой схеме работы качество услуг падает. И из-за каких-то мелочей, из-за того, что у воспитателя не хватило времени на кого-то из детей, я могу потерять нескольких детей, которых родители просто заберут. Я поняла, что на персонале экономить нельзя. Всё должно быть распределено рационально, грамотно. По системе работы Bambika-Club оплата персонала никак не влияет на доход владельца (вот такая у нас особенная схема). Используя нашу систему, можно взять себе в детский сад достаточное количество персонала, привлечь дополнительных приходящих специалистов.

Когда первоначально у меня не хватало опыта в этом бизнесе я многие дополнительные услуги включала в абонентскую плату. И это было не совсем верное решение. На дополнительных услугах садик должен зарабатывать. И плюс, эти

услуги должны предоставляться человеку на выбор, хочет – берёт их, а не хочет – не берёт. Например, кислородные коктейли, индивидуальные занятия с логопедом и прочие услуги. Они нужны не всем, и будет правильно, если родители сами решат, что им нужно. Когда все эти услуги включены в оплату садика, то стоимость получается несколько завышенной для тех, кому эти услуги не нужны. Поэтому я решила все эти услуги отделить от стоимости абонемента. И теперь удобно всем. А мне дополнительные услуги приносят деньги, плата за них составляет 20% от прибыли.

ГЛАВА 2. Как найти инвестиции для старта

Многих предпринимателей волнует важный вопрос о том, как решить проблему с недостатком инвестиций для старта бизнеса. У меня есть ответ и на этот сложный вопрос.

Во-первых, вам нужно понять, какие именно вложения необходимы и сколько они должны составлять. Необходимо чётко понимать, о какой сумме идёт речь. Потому что у многих не всегда есть правильное представление о той сумме, с которой нужно начинать бизнес по открытию частных детских садов. И есть компании, которые вводят людей в заблуждение, утверждая, что для открытия этого бизнеса требуется вложение 5-10 миллионов. На эти деньги, действительно можно открыть детский сад, но нужно ли оно вам, если срок его окупаемости составит несколько лет? Имея многолетний опыт работы на рынке, мы можем со стопроцентной уверенностью утверждать, что для открытия хорошего детского садика таких огромных первоначальных вложений не требуется. Мы укладываемся в расходы в размере 2 млн – 3 млн. рублей при открытии детского сада площадью от 120 до 180 квадратных метров.

Почему расходы именно такие?

За время работы в этой сфере у нас сложились отношения со всеми поставщиками оборудования и расходных материа-

лов, поэтому расценки для нас выгодные, а условия удобные. Мы работаем с проверенными поставщиками и можем обеспечить наших партнеров качественной мебелью по условиям, более выгодным (на 10-20%) и удобным, чем если бы они сами производили закуп.

В итоге мы минимизируем свои издержки и входим в бизнес с меньшими затратами. При всём этом мы не снижаем качества наших услуг. Наши садики класса комфорт-плюс, и мы стараемся, чтобы всё оборудование было качественным, новым и современным. Если вы зайдёте в любой из наших детских садов, то увидите, что они ничуть не хуже тех, в которые вкладывалось 5-10 миллионов, а иногда выглядят даже намного лучше. Наш брендбук адаптируется под каждое отдельное помещение, благодаря чему все наши детские сады сохраняют выверенный брендированный стиль, но при этом обладают удобным и эргономичным зонированием. Кроме того, наш брендбук включает своё цветовое решение и яркий фирменный стиль, которые украшают и стены помещения, и униформу педагогов и воспитателей. Все внешние составляющие бизнеса Vambika-Club создают хорошее впечатление для наших клиентов.

Вкладывая деньги, мы исходим из ценностей клиента, из выгоды и эффективности этих вложений. Что такое ценности клиента? Это те главные моменты, которые важны для клиентов. Если вы положите дорогую керамическую плитку в санузел, то это никак не повлияет на покупательский

спрос и на принятие решения клиентом. Если вы сделаете какие-либо дорогие вложения в ремонт, отделку или купите коллекционные светильники или роскошные умывальники, ваш потенциальный клиент этого не оценит, для него важно совсем другое. Мы исходим из того, что является важным для наших клиентов. За весь период своей работы мы уже накопили знания о том, что действительно ценят клиенты, что для них важно. Мы знаем, что большую роль для родителя играет профессионализм педагогов. Родители хотят, чтобы с их детьми действительно занимались, играли и заботились так же внимательно и искренне, как будто бы о своих. Важны развивающие занятия и общий подход к программе так, чтобы дети развивали важные для них навыки, но не перегружались и не уставали. Важно удобное зонирование сада, качественная безопасная мебель и интересные экологичные игрушки. Родители оценят внимание к безопасности и здоровью их малыша, оценят техническое оснащение сада, вроде видеонаблюдения или кварцевых ламп.

Но во всё это нет необходимости вкладывать 5-10 миллионов рублей. Для этого нужно гораздо меньше денег. Когда люди вкладывают слишком много денег на начальном этапе, то эти инвестиции гораздо дольше окупаются. Плюс, понеся изначально огромные затраты, можно первое время просто не уложиться в необходимый бюджет и уйти в сильный минус.

В начале работы должна оставаться «финансовая подуш-

ка», про которую я говорила выше, чтобы в первое время открытия бизнеса вы имели возможность вкладывать деньги в продвижение и рекламу. Если в итоге у вас не хватит денег на рекламу или на зарплату персонала, то с потоком клиентов и с качеством услуг будут серьёзные проблемы. И зачем тогда вам неоправданно дорогой ремонт? Вы рискуете разориться сразу после открытия. И ещё помните: больше инвестиций – больше рисков. Зачем вам лишние риски? Вы же хотите быть успешными и зарабатывать достойные деньги? Тогда не рискуйте зря.

Вкладывая на начальном этапе небольшую сумму и делая всё правильно, вы можете окупить свой детский сад уже через 6 месяцев. Неплохой результат, правда? Именно в этом и состоит преимущество нашей бизнес-модели. Она эффективна как для нашей работы, так и для работы партнёров.

Что же делать, если у вас не хватает своих денег на открытие бизнеса?

Я расскажу вам одно решение, которое я для себя сама принимала и рекомендовала своим партнёрам. Самое простое – это понять, какой именно суммы вам не хватает, и выбрать подходящий для себя вариант ее нахождения.

- Первый вариант – её надо накопить или заработать.
- Второй вариант – занять у родственников, знакомых, друзей. Можно занять частями у разных людей и таким образом собрать нужную сумму и открыть бизнес. Желательно, чтобы такой займ был беспроцентным.

- Третий вариант – найти партнёра. Партнёр – это тот человек, который заинтересован в развитии данного бизнеса и готов вложить в него деньги. Например, на условиях 50/50.

Здесь важно, чтобы оба партнёра вложились в бизнес, оба несли материальную ответственность, оба активно работали в самом бизнесе. Не должно быть так, что один вложил деньги и ничего не делает. Работать должны оба! Для этого необходимо поровну распределить ответственность и обязанности, причём прописать это всё документально. У нас именно так и сделано, в документе о функционале чётко прописано, кто и чем занимается. Кто ведёт переговоры, кто проводит рекламные кампании, кто занимается персоналом – каждый знает свои компетенции и функции.

Это делается для того, чтобы в будущем между партнёрами не возникло недопонимание. И чтобы не получилась ситуация, когда один партнёр работает больше, чем другой. Именно из-за таких моментов и недопонимания происходят конфликты, и партнёры рискуют разбежаться. Когда один работает, а второй только получает деньги – это нечестно и неправильно. Такие бизнесы почти всегда заканчиваются быстро и печально.

Доход тоже должен распределяться поровну. Здесь нельзя сказать: «Я получаю с этих абонементов, а ты с этих; это мои дети, а это твои». Поэтому партнёрам и надо с самого начала распределить функционал поровну. При этом в партнёрских отношениях надо уметь договариваться, искать компромис-

сы, быть всегда открытым. Выбор хорошего партнёра почти так же важен, как выбор спутника жизни. Вы должны быть на одной волне, «смотреть в одну сторону», иначе продуктивной работы не будет. Это должен быть человек, в котором вы уверены на сто процентов. Ведь какой смысл делать бизнес, который потом развалится из-за недоверия и непонимания?

Выбирая партнёра, помните о том, что дружба часто строится на бизнесе, а бизнес на дружбе очень редко. Поэтому если вы решили пригласить в бизнес партнёром своего друга, то сразу «на берегу» обговорите все условия вашей совместной работы, распределите все обязанности, поделите зоны ответственности. В противном случае вы рискуете потерять и друга, и бизнес.

Ваш партнёр должен быть сильным. Не нужно связываться с человеком, которого вам придётся всё время «тянуть на себе». Такой партнёр вам принесет больше хлопот, нежели пользы. Вы должны оба работать с полной отдачей и делать своё дело хорошо.

В чём плюсы партнёрства?

1. Ваши вложения составят лишь половину.
2. Партнёр разделит с вами нагрузку.
3. У вас будет больше свободного времени на развитие бизнеса.

Если по первым двум пунктам всё понятно, то по третьему пункту поясню подробнее. Вы будете меньше заниматься рутинными делами. Партнёр будет вам помогать решать те-

кущие вопросы. У вас будет уверенность в завтрашнем дне и в самом процессе. Соответственно, меньше рисков.

Для старта первого садика наличие партнёра – это оптимальный вариант. Когда вы накопите собственный опыт, будут инвестиции, и если появится желание работать одному, то вы сможете следующие детские сады открывать без партнёра. Но об этом тоже с партнёром требуется договориться. Например, можно сразу обсудить, что первый садик вы открываете вместе, а потом, возможно, каждый откроет свой.

- Четвёртый вариант – поиск инвестора. Это может быть частный инвестор, который готов вложить деньги в ваш бизнес, а потом получать пассивную прибыль от вашего детского сада.

Это, конечно, не самый лучший вариант, но его тоже можно рассмотреть. Потому что лучше открывать бизнес таким способом, чем сидеть и ничего не делать.

Условия инвестирования денег в ваш проект обсуждаются индивидуально. Лучше всего сразу показать инвестору расчёты и детально рассказать о проекте, показать бизнес-план. Для своих партнёров мы составляем такие бизнес-планы. Но если вы решили воспользоваться помощью инвестора, то вы должны чётко понимать, какие дивиденды вы готовы платить инвестору, и что вы можете ему предложить в качестве гарантии. Поймите, какие интересы у инвестора, убедитесь, что связываться с ним безопасно.

Сразу же оговорите условия, на которых инвестор готов

вложить деньги в ваш бизнес. Возможно, вам помогут хорошие личные отношения с потенциальным инвестором или придётся использовать в качестве залога своё имущество. Лучше всего предлагать инвестору долю в бизнесе, с которой он будет получать постоянный пассивный доход.

Сами по себе инвесторы к вам не придут, придётся потратить время и силы на их поиск. Посещайте конференции, бизнес-семинары, различные мероприятия, посвящённые развитию предпринимательства и малого бизнеса. Нужно знакомиться с людьми, общаться, выступать с докладами, предлагать для инвестирования свой проект. Этот путь станет для вас очень полезным, вы сможете проанализировать свой бизнес, научитесь правильно преподносить информацию, грамотно презентовать свой проект. Вы станете увереннее и сильнее. Не нужно бояться, стесняться. Сейчас есть много возможностей, не сидите сложа руки, не ждите, что случится чудо. Поднимайтесь со своего удобного кресла и делайте нужные шаги. Делайте всё возможное и невозможное, чтобы реализовать свою мечту.

- Пятый вариант – центры микрофинансирования. Есть специальные городские центры финансирования, которые выдают кредитные средства в размере до одного миллиона рублей под небольшой процент. Для этого требуется представить бизнес-план и иметь хорошую кредитную историю.

- Шестой вариант – обращение в банк. Здесь, конечно,

немаленький процент и довольно жёсткие условия.

Это не является выгодным для вас, но если больше никаких вариантов нет, то взять кредит в банке – выход. И если вы сможете организовать бизнес правильно, то без проблем вернете данный кредит, выйдете в плюс и улучшите свою кредитную историю. Однако вам нужно помнить, что, используя этот вариант, вы увеличиваете свои риски. Задайте себе вопрос, готовы ли вы на эти риски или не готовы. Если вы не готовы, то попробуйте решить вопрос инвестиций с помощью нескольких первых вариантов. Когда есть чёткое понимание бизнес-модели, доходности, то найти деньги вполне реально.

Что касается государственного субсидирования и возможности его получения, то такой вариант тоже существует. К нам многие обращаются с вопросом о субсидировании; они надеются, что государство даст им деньги на открытие детского сада. К сожалению, таких чудесных ситуаций не бывает.

Что же такое субсидии? Субсидии – это тот размер выплат, которые могут получить родители за пользование детским дошкольным образовательным учреждением, таким как детский сад (даже частный). Компенсация за частный сад для государства слишком дорогая, поэтому оно не может себе позволить возмещать 20% от стоимости услуг. В связи с этим компенсация получается в том же размере, что и за муниципальный детский сад. И данную субсидию могут полу-

читать лишь те родители, дети которых посещают частные дошкольные учреждения, работающие по утверждённой государственной программе и имеющие лицензию. То есть, важный момент для получения субсидии – это наличие у вашего детского сада лицензии. Субсидии можно использовать как дополнительный маркетинговый ход, чтобы родители охотнее отдавали детей в ваш садик. Но вы должны понимать, что субсидия будет очень небольшая. Примерная компенсация составит 200–300 рублей в месяц. И она будет перечисляться на счёт родителей ребёнка. Для бизнеса не имеет никакого смысла заниматься этим вопросом. Вы потратите много времени и сил на подготовку и сдачу документов, но не получите никакой выгоды для себя. Субсидия – это не компенсация ваших затрат и не деньги, которые государство даёт вам безвозмездно. Мой совет: не тратьте зря своё время, инвестируйте его в более полезные дела и не надейтесь на помощь государства.

ГЛАВА 3. Вся правда о лицензировании детских садов

При открытии детского сада предприниматели порой больше беспокоятся о юридических составляющих, чем о самом проекте. Один из самых волнующих вопросов – это лицензия.

На самом деле «у страха глаза велики». Во-первых, получить лицензию не так сложно, как часто пугают. Во-вторых, можно законно работать и без неё.

Что такое лицензия и зачем она нужна?

Лицензия – это разрешение на образовательную деятельность. По закону любое учреждение, занимающееся образовательной деятельностью, должно иметь разрешение от государства. Секрет в том, что детский сад официально может и не быть образовательным учреждением.

В какой-то степени лицензия – это некая формальность. Считается, что если вы – обладатель заветного документа, значит, у вас хорошая образовательная программа, здоровые и профессиональные сотрудники, чистые помещения, вкусная и полезная еда, картиночки на стенах. Зная, что теория у нас может разительно отличаться от практики, можно смело заявить, что лицензия – не гарантия всех вышеперечисленных благ.

Из наших наблюдений: только каждый десятый родитель

поинтересуется у вас наличием лицензии. И то порой просто потому, что ему надо спросить обо всем. Гораздо важнее для родителя то, что он увидит своими глазами. И то, что ему скажут другие люди о вас. Именно поэтому, если вы работаете добросовестно, заботитесь о своём бизнесе, лицензия никак не повлияет на вашу работу и на привлекательность вашего детского сада в глазах родителей. Но для того, чтобы вы сами решили, мы сопоставили все плюсы и минусы наличия лицензии.

Плюсы работы с лицензией:

- Вы полноправно считаетесь образовательным учреждением. Можете везде и всюду об этом смело заявлять.
- Можете претендовать на поддержку государства и принимать средства из материнского капитала.
- Ваши клиенты смогут расплачиваться с вами средствами из материнского капитала

Минусы работы с лицензией:

- Требуются дополнительные вложения для получения лицензии.
- Предприниматель должен получить заключение пожарного надзора и Роспотребнадзора. А для этого собрать и предоставить им набор необходимых документов.
- Процесс занимает в среднем 2-3 месяца.
- Предприниматель должен быть готов к систематическим проверкам.
- Собственнику сложнее легализовать свою прибыль

как предпринимательскую. Потребуется также время и вложения. Возможно получение зарплаты с налогом 44%. Или возможно вложение своей прибыли в развитие детского сада.

- Образовательные программы должны попадать в определённые рамки (если вы планировали более творческий подход, вас это может не устроить).

По сути, ваш поток клиентов будет зависеть не от наличия или отсутствия лицензии, а от того, как вы управляете бизнесом. Хорошие ли условия для развития детей? Соблюдены ли нормы безопасности и санитарные нормы? Компетентный ли персонал? Хорошо ли детям у вас и спокойно ли их родителям? Вот вопросы, которые вы должны себе задавать в первую очередь, начиная работать в сфере организации детского досуга и развития.

А работать с лицензией или нет – выбор каждого. Всё зависит от ваших личных взглядов, целей и предпочтений.

ШАГ 2. Готовимся к открытию

ГЛАВА 4. Выбор района

Один из самых важных моментов при подготовке к открытию детского сада – это правильный выбор района. Своим партнёрам мы активно помогаем в поиске подходящего места.

Мы не рекомендуем открывать садик в элитных районах города, потому что здесь большинство родителей старается не отдавать детей в детские сады, а нанимать частного воспитателя и педагогов на дом.

Не рекомендуем выбирать для работы районы с низкой плотностью населения и те, где уровень жизни слишком низкий. Потому что, во-первых, у людей с низким достатком просто нет финансовой возможности оплачивать для своих детей хороший садик, и во-вторых, если район малонаселён, то клиентов для вас в нём, скорее всего, будет немного.

Не стоит выбирать район с большим количеством магазинов и офисов и с малым количеством жилых построек. На практике, люди стараются водить детей в те детские сады, которые находятся рядом с их домом, а не с работой.

Мы рекомендуем выбирать густонаселённые районы, с большим количеством многоэтажных домов. Если вы выби-

раете район новостроек, то очень важно обратить внимание на то, заселены ли эти новые дома. Идеальным вариантом станут высотные многоподъездные новостройки, где живёт большое количество молодых семей с маленькими детьми.

Ещё один немаловажный момент – это транспортная доступность района и того места, где вы планируете открывать садик.

Туда должно быть легко и удобно добираться. Место, где будет находиться детский сад, должно хорошо просматриваться и к нему не должен быть ограничен доступ.

Детальные особенности подбора места для открытия садика мы рассмотрели отдельно в главе «Подбор лучшего помещения для детского сада: основные критерии».

Как показывает практика, очень редко бывают такие районы, в которых реально можно заполнить частный детский сад, как муниципальный. Допустим, 60 или 80 детей. Многие думают, что чем больше будет помещение, тем больше детей туда влезет, и тем больше прибыль они получают. И делают огромную ошибку. Большое помещение – это большие расходы на аренду, на коммунальные платежи, на ремонт и отделку. Из этого можно сделать только один вывод: помещения более 500 кв. м не подходят, они слишком большие. На каждой территории нужно высчитывать определённую квадратуру, подходящую для садика в этом конкретном месте.

Один мой друг из Санкт-Петербурга для своего детского сада взял помещение площадью 800 кв. м. При этом для

выхода в плюс и стабильной прибылью ему хватило бы помещения в 300 кв. м. Чувствуете разницу? Человек сделал серьёзную ошибку, решив сделать ставку на размер помещения. В результате ему всё-таки пришлось менять помещение на другое, и это, конечно, привело к финансовым потерям. Эту ошибку совершил не только мой знакомый, подобные ошибки совершают многие в начале своей работы. Это одна из самых серьёзных ошибок при подборе помещения. Поэтому помните о том, что место, квадратура, цена и все другие факторы влияют на успех этого бизнеса. И всегда нужно понимать, что существуют исключительные территории, на которых могут успешно существовать огромные детские сады.

ГЛАВА 5. Аудит конкурентов

Отстройка от конкурентов. Зачем нужно делать аудит?

Общаясь со многими партнёрами, я увидела, что у них возникает вопрос – как отстроиться от конкурентов. Они хотят понять, как именно наш бренд будет выделяться. Многие читали в книжках по маркетингу, что нужно определённым образом позиционировать себя на рынке и как-то отстраиваться от конкурентов. В этом есть рациональное зерно.

Чаще всего в различных источниках и книгах по маркетингу пишут о том, что для того, чтобы выделиться на рынке, необходимо уникальное торговое предложение (УТП). Да, это действительно важно, нужно давать потребителям что-то ценное. Но! На мой взгляд, озабоченность отстройкой от конкурентов – не совсем верный подход. Я всегда ставлю вопрос не «как нам отстроиться от конкурентов», а «как нам стать лучше конкурентов».

В нашем бизнесе сложно предложить клиентам что-то крайне необычное и отличающееся от основных услуг. Да и родители выбирают детский сад, чаще всего, с одним главным запросом – желанием, чтобы их ребенок был под профессиональным присмотром в течение дня. Поэтому, в нашем бизнесе отстройка от конкурентов – это максимальное качество предоставляемых клиентам услуг. Вот вам три главных «кита» успешного детского сада: это внешняя упа-

ковка, профессиональное общение с клиентами и качественный продукт.

В итоге, когда клиент приходит на презентацию в наш детский сад, он не задаётся вопросом, куда отдать своего ребёнка. Он понимает, что Bambika-Club лучше конкурентов, которых он рассматривал раньше. Увидев внешнее оформление детского сада, посмотрев на работу персонала, изучив все преимущества, родители понимают, что у нас их детям будет комфортнее и безопаснее.

Отстраивайтесь от конкурентов, придумывайте новые занятия или дополнительные услуги – это, с большой вероятностью, действительно будет успешной стратегией. Но не забывайте, что является главным для клиента. Что является для него наиболее важным, ценным и значимым. Некоторые специалисты советуют, например, вводить детям для изучения иностранный язык, который больше никто и нигде в садиках не изучает, или сделать чисто лингвистический уклон у детского сада. Поверьте, это не решение всех проблем! Вполне возможно, что изучение иностранных языков или создание садика с определённым уклоном поможет привлечь некоторое количество клиентов. Но это не значит, что эти клиенты у вас останутся и будут довольны качеством оказываемых вами услуг. Главное не то, какие именно услуги вы предлагаете, а то, как вы их оказываете. Если ваш продукт низкого качества, то обучайте детей хоть латыни или эсперанто, количество клиентов этим вы не увеличите. И не сде-

лаете ваш детский сад прибыльным.

Эффективнее использовать комплексный подход в развитии. Предложить максимум нужных и важных услуг для ваших клиентов, удовлетворить их желания, дать вашим воспитанникам максимально качественное и разностороннее развитие. Чтобы дети находились в комфортной и безопасной среде, и их окружали достойные люди, профессиональные специалисты.

Как же сделать ваш детский сад лучшим в городе? Как открыть и развить успешную сеть детских садиков? Как отличаться от конкурентов? Именно об этом моя книга. Следующая глава расскажет об основных принципах нашей работы детально. И вам не придётся отстраиваться от конкурентов. Следуя нашим рекомендациям, вы сможете сделать ваш бизнес успешным. И в ваш детский садик «не зарастёт народная тропа», как говорил великий русский поэт А. С. Пушкин. Если вы делаете своё дело по-настоящему, качественно, искренне, ваш бизнес будет процветать. Вкладывайте душу в каждую деталь вашего бизнеса: интерьер, отделка, фирменный стиль, дизайн, люди. Затем просто покажите вашу любовь к детям и к своему бизнесу клиенту. Покажите, как вы относитесь к своему детскому саду, как он для вас важен, покажите свою любовь клиенту – и он вас не забудет никогда.

Зачем нужно делать аудит конкурентов?

Когда мы открываем детский сад в каком-то новом месте, у нас есть определённые сомнения в том, пойдёт ли здесь

наш бизнес, окупит ли себя проект? Вполне логично, что эти вопросы возникают, ведь мы вкладываем значительные деньги. Первоначально мы вкладываем свои средства в аренду и отделку помещения, в работу персонала и так далее. И нам необходимо иметь точное представление о том, что же нас ждёт впереди. А как можно проанализировать рынок? В первую очередь это, конечно, анализ конкурентов.

Мы рекомендуем всегда уделять особое внимание конкурентному анализу. Он покажет вам, какие компании формируют ваш рынок сейчас, поможет с выбором правильных цен, с выбором правильного места для открытия и даже поможет изначально сформировать преимущества или особый подход к сервису, который с первых же дней выгодно отстроит вас от конкурентов. Качественный анализ конкурентов ещё до открытия скажет вам, как пойдёт ваша работа.

При подготовке к открытию одного из детских садов Bambini-Club в Москве, я проводила аудит соседних детских садов. Мы очень серьезно подходили к анализу конкурентов на этом рынке, так как считали, что именно в Москве качество услуг и продаж будет наиболее высоким. На деле же, в трети осмотренных детских садах мне провели экскурсию с ключевыми ошибками, которые мы искоренили в наших детских садах еще перед запуском франшизы.

Практически во всех проверяемых детских садах мне проводили экскурсию воспитатели. Это ошибка, ведь приоритетная задача воспитателя – следить за детьми. Что, соб-

ственно, они и пытались делать, а тут пришла я со своими желаниями приобрести абонемент и посмотреть сад. В итоге воспитатель был сосредоточен не на том, чтобы выгодно презентовать детский сад, а на том, чтобы поскорее закончить разговор со мной и вернуться к своим прямым обязанностям. И в данном случае, поведение воспитателя абсолютно адекватно. А вот решение руководителя этого сада – нет. Экскурсии должен проводить либо сам руководитель, либо обученный администратор, который напрямую (возможно, финансово) заинтересован в продажах.

Второй негативный момент (с точки зрения клиента), который я заметила во время московского аудита: во многих садах мне проводили презентацию в прихожей, отказывая в полноценной экскурсии по садику. Причина отказа – коронавирусные нормы (но на дворе уже был конец 2021).

Нет ничего плохого в соблюдении норм и заботе о здоровье детей, но, поверьте, ни тогда, ни, тем более, сейчас, коронавирусные нормы не запрещают родителям и клиентам посещение всей площади детского сада. Закупите одноразовые маски, перчатки, можете даже закупить специальные одноразовые халаты, которые можно выдавать посетителям во время экскурсии, но никогда не ограничивайте потенциальных клиентов в их желании узнать максимум о вашем детском садике. Поверьте, они в любом случае гораздо больше заинтересованы в будущей безопасности и здоровье своего ребенка, чем вы. А соответственно, и такой подход оценят

гораздо более высоко, нежели чем сомнительные запреты на осмотр и посещение сада.

Кстати, даже если вы уже открыли детский сад, мы рекомендуем не забывать про ваше ближайшее конкурентное окружение. Рынок постоянно находится в движении, ежедневно меняется, и выжить на нём сможет только мобильный, предоставляющий актуальные услуги, готовый к быстрым изменениям.

За годы работы наша команда выработала методику, по которой мы проводим аудит конкурентов. В первую очередь мы тщательно изучаем тот район, в котором планируем открывать наш детский садик. После выбора района начинаем изучать всех работающих там конкурентов. Сделать это достаточно просто. Можно зайти в поисковые системы (yandex) и с их помощью определить количество конкурентов, узнать их адреса и другие данные.

1. Изучаем сайт и другую информацию из Интернета.

Для того чтобы получить первичное представление о возможностях и особенностях конкурентов, можно изучить их сайты. Посмотреть, насколько сайт интересный и качественный. Какие основные обещания выведены на первый план? Какие услуги предлагает детский садик? Насколько профессионально компания продвигает себя в сети Интернет? На самом деле компаний, у которых реально хорошие сайты или посадочные страницы, пока что немного. Что касается конкурентов в нашей сфере бизнеса, то у некоторых вообще нет

сайта, либо он выглядит как некий музей, в котором собрано много лишней и ненужной информации, из-за чего он плохо конвертирует трафик. Особой конкуренции такие садики не представляют. Но мы всё равно должны их изучить и обязательно зайти к ним внутрь и посмотреть, что и как там происходит.

При анализе конкурентов при помощи Интернета важно, воспользовавшись сервисом wordstat.yandex, изучить количество запросов по данным детским садам. Есть смысл изучить социальные сети. Узнать, что там пишут клиенты о конкурентных детских садах, какую информацию и каким образом размещают о себе сами конкуренты. Подпишитесь на их группы в социальных сетях и изучите их.

Посетить лично мы должны всех конкурентов в выбранном районе. Удобнее будет предварительно составить для себя таблицу, в которую вы будете записывать показатели. Необходимо зафиксировать все их плюсы и минусы, возможные преимущества. Допустим, нам понравился чей-то интерьер, сайт, какая-то форма захвата, акция. Всё, что кажется интересным, нужно отметить. Нам нужно записать для себя, какие у них есть «фишки», особенности. Уделить особое внимание и ценам конкурентов, ведь они будут влиять и на ваши.

2. Делаем звонок.

Всех конкурентов необходимо первоначально прозвонить. Вам нужно узнать такие детали, как:

- Как происходит общение по телефону (кто берёт трубку, как быстро, с готовностью ли отвечает на вопросы, подкован ли в теме);
- Вежлив ли персонал;
- Что именно говорят потенциальному клиенту при первом звонке.

Можно выписать для себя фразы, которые вам понравились, и зафиксировать слабые стороны презентации при телефонном общении.

Надо непременно проверить, как работает у конкурентов отдел продаж. А начало продажи, как правило, происходит при первом звонке. Нам нужно определить, какие у них сильные, а какие слабые места при продаже услуги. Раз вы решили работать на этом рынке, то должны знать, в чём будут ваши будущие преимущества, чем вы будете лучше и сильнее конкурентов. Вы должны знать, что именно они говорят своим клиентам, и понимать, что будете говорить клиентам вы, чтобы произвести лучшее впечатление на них. Зная, как это делают конкуренты, вы сможете сделать лучше! Именно для этого конкурентам нужно звонить, а все данные записывать в вашу сравнительную табличку.

Что говорить во время звонка? Нужно задавать разные вопросы, выражать сомнения, использовать возражения. Представить, что вы отдаёте своего ребёнка в детский сад и пытаетесь выбрать самый лучший.

3. Идём смотреть детский сад.

Следующий этап – это посещение детских садиков конкурентов. Нам необходимо увидеть, что там внутри. Понять, работают ли с нами представители сада или нет, как они работают с клиентами. Посмотреть, как они проводят презентацию своего бизнеса, как работают с возражениями. Важно обратить внимание на внешнее оформление помещения, какая атмосфера царит. Уточнить, сколько у них групп, какого возраста детишки в них ходят.

Чтобы не растеряться, можно заранее составить себе список, в котором по пунктам указать, что вас интересует. И по каждому пункту отмечать, что есть, а чего нет. У меня всегда есть список вопросов, ответы на которые непременно нужно выяснить:

1. Какая стоимость посещения? Есть ли абонементы? Есть ли вступительный взнос? От этих параметров будет зависеть и стоимость посещения в вашем детском саду.
2. Есть ли договор? Как он выглядит? Необходимо попросить этот документ и ознакомиться с ним.
3. Есть ли видеонаблюдение? Онлайн или запись?
4. Сколько работает групп? Как они разбиты по возрастам? Сколько садик принимает детей одновременно?
5. Желательно после того, как вы спросили о количестве детей, зайти в группы и посчитать самому. Это один из параметров оценки успешности конкурента.
6. Какое расписание занятий и режим дня? Какие проводятся занятия для малышей?

7. Сколько раз кормят воспитанников? Какое меню? Своё или привозное питание? Если привозное, то откуда привозят?

8. Нужно постараться получить максимально точную и подробную информацию. Не только для ознакомления с деятельностью конкурентов, но и для того, чтобы какие-то вещи затем использовать у себя в детском саду.

9. Есть ли перерасчёт за посещение и питание, если ребёнок по какой-то причине не посещал сад? Как производится перерасчёт? Какие документы требуются для его проведения (справка от врача или ещё что-либо)?

10. По какой программе ведётся обучение? Какие методики развития применяются?

11. Сколько в детском садике имеется санузлов? Как они выглядят? Есть ли отдельный санузел для взрослых?

12. Есть ли запасной выход?

Кроме обязательных вопросов, необходимо оценить внешний вид сотрудников садика. Посмотреть, как они общаются с детьми, друг с другом, с родителями малышей. Изучив все эти моменты, вы поймёте, с кем вам придётся конкурировать. Естественно, вам нужно по всем параметрам быть лучше конкурентов.

Помните и о том, что у родителей, выбирающих детский сад для своего чада, всегда находятся определённые возражения. И знание минусов конкурентов поможет вам эти возражения преодолеть. К примеру, клиент говорит вам о том,

что в соседнем садике месячный абонемент дешевле, чем у вас, на 1000 рублей. У вас должны быть аргументы. Вы должны пояснить, что ваши услуги качественнее, рассказать обо всех преимуществах и плюсах вашего садика. Чтобы родители понимали, за что они будут платить дороже.

Ещё одно важное правило общения с клиентами – не говорить плохо о конкурентах. Помните, что конкуренты – это частично ваши учителя, они помогают вам стать лучше и сильнее. Поэтому конкурентов надо анализировать всегда и брать от них всё самое интересное и эффективное. В наше время очень важно предоставлять услуги высокого качества, использовать новые технологии и уникальные «фишки». Это позволит вам выстроить свой успешный бизнес. Сделать так, чтобы в вашем детском саду всегда была стопроцентная наполняемость, чтобы активно развивалась целая сеть.

ГЛАВА 6. Основные принципы работы Vambika-Club

В этой главе мы поговорим о тех принципах, которые позволяют нам привлекать и удерживать клиентов, эффективно развивать бизнес. В нашем бизнесе есть «три кита», на которых строятся и держатся принципы работы наших детских садов. Эти принципы невероятно важны, поэтому о них хочется поговорить подробнее.

Сервис

Это то качество услуг, которое предоставляет наш детский сад. Те ожидания клиентов, которые мы удовлетворяем и, более того, превосходим. Именно потому, что многие наши партнёры превосходят ожидания своих клиентов, они не имеют в них недостатка. Старые клиенты остаются с ними надолго и даже приводят новых.

Был в нашем городе детский сад, который когда-то конкурировал с одним из моих садиков. Сначала, в связи с отсутствием конкурентов, этот детский сад был довольно успешным. Но, когда данная сфера начала активно развиваться, конкурент сдал свои позиции. У меня в садике была анкета для родителей, в которой мы задавали вопросы о том, из какого детского садика они привели к нам детей и почему. И название этого садика очень часто там стало появляться. Причины же ухода оттуда родители называли следующие:

плохое питание, непрофессиональные педагоги, отсутствие интересных занятий с детьми.

У меня тоже был опыт посещения данного садика. Я его мониторила под видом мамы, которая планирует отдать туда своего ребёнка. Меня никто не встретил, была просто открыта дверь, а это небезопасно. Дружелюбия ко мне никто не проявлял, воспитатель просто прошёл мимо. В помещении было темно, неуютно и плакали дети. От этого общее впечатление очень негативное. Когда у нас проходит просмотр садика, мы стараемся занять детей чем-то очень интересным, чтобы они не плакали, а, наоборот, смеялись. Стены в этом садике были такого же цвета, как в подъезде, отсутствовала любая детская тематика. Группы здесь были совмещённые, вместе и годовалые, и шестилетки. Нет никакого стенда с информацией для родителей. Нет режима дня, списка занятий и отдельного меню для ознакомления. Чтобы я поняла, чем кормят деток, мне показали прайс-лист по доставке еды. Все воспитатели были пенсионного возраста, им явно тяжело было справляться с таким количеством детей.

Логично, что этот детский сад был полностью забит детьми только до того момента, пока не появились конкуренты. Родители уводили оттуда детей к нам, несмотря на то что тот сад был в два раза дешевле, чем мой. Цена их абонемента была занижена, но садик это не спасло, потому что качество услуг было слишком низким. Люди увели деток в соседние садики, в том числе и в мой. Поэтому очень важно, чтобы

качество услуг было высоким. Именно качество даёт успешность нашему бизнесу.

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.