

# Бизнес-план

## О проекте

Проект «Агентство ведущих Black Milk event». Это бизнес, который оказывает услуги по проведению мероприятий.

Мероприятия - свадьбы (в основном), корпоративные праздники, юбилеи, презентации товаров, рекламные акции, торжественные события.

Сам бренд «Black Milk» родился на свет в декабре 2009 года в Санкт-Петербурге. Официально компания ООО «Блэк Милк» была зарегистрирована в апреле 2010 года. Позже была переименована в ООО «Блэк Милк Эвент».

Изначально компания занималась организацией мероприятий - клубных вечеринок, свадеб и корпоративных мероприятий. Но, в связи со сложностью привлечения клиентов на полную организацию, было принято решение занять нишу именно услуг по проведению мероприятий.

Основатели компании - Емельянов Дмитрий (предприниматель) и Петр Чарушин (ведущий, шоу-мен).

Рынок наводнен огромным количеством некачественных услуг. При фразе «Ведущий на свадьбу» у подавляющего большинства людей всплывает в сознании образ «тамады-баяниста», который читает глупые стишки и переодевает всех в Сердючку. Но есть профессиональные ведущие, у которых программа больше построена на юморе и импровизации. Так называемый, стиль «Stand-Up». У такого ведущего нет пошлых конкурсов и он не старается напоить гостей. А скорее наоборот, удерживает вечер в рамках вкуса и эстетики. Услуги вот таких ведущих и принято было решение предоставлять.

Так же было понятно, что с ведущим, почти всегда, приезжает и его ди-джей - тот, кто отвечает за музыкальное сопровождение проекта. И дополнительно они привозят с собой свое звуковое и световое оборудование. Так и был сформирован флагманский продукт компании - комплект «ведущий, ди-джей и оборудование».

С помощью такого позиционирование компании удалось удачно выйти на рынок и закрепить свои позиции, проводя до 500 мероприятий в год.

В 2014 году было решено масштабировать бизнес и дать возможность заработать по этой модели предпринимателям из других городов. Так родилась эта франшиза.

Ниже в этом бизнес-плане и в дополнительных файлах вы найдете максимально подробное описание проекта. Такое, которое вы не получите, приобретая другие франшизы.

Содержание документа:

1. Event - рынок
2. Конкуренты
3. Наши ведущие
4. Услуги
5. Сотрудники
6. Реализация заказа
7. Клиенты
8. Юридические вопросы
9. Маркетинг и реклама
10. Доход
11. Расход
12. Прибыль
13. Инвестиции
14. Возможные риски

## **Event - рынок**

Рынок event - услуг является в целом одним из самых динамично развивающихся и ежегодно растет на треть.

20 лет назад о нем в России практически никто не знал. Но сейчас ни один Новый год в компании не обходится без праздничного торжества и услуг организаторов. Свадьбы также, все меньше делают самостоятельно, и все чаще прибегают к услугам профессиональных организаторов и ведущих. Но все же организацию торжества «под ключ», все еще заказывает лишь маленькая доля людей. Зато услуги ведущих требуются практически на любом событии.

Многое, с опозданием, но приходит к нам с Запада. В частности из Америки. Так вот там довольно распространены услуги частных свадебных распорядителей. Тех, кто берет на себя полностью всю головную боль, связанную с организаторскими хлопотами вашей свадьбы. Тем самым, можно предположить, что и у нас все больше будет развиваться эта культура. И это заметно уже сейчас.

Поговорим же немного о конкурентах..

### **Конкуренты**

На этом рынка есть 3 типа соперников:

1. Event - агентства. Занимаются организацией мероприятий «под ключ». Чаще всего предоставляют полный спектр услуг. Могут переманить к себе нашего клиента. Но при этом могут и сами быть нашим клиентом, регулярно заказывая у вас ведущих на свои мероприятия.
2. Ведущие и тамада. Это те, кто работают самостоятельно, проводят мероприятия. Есть молодые, качественные и «упакованные» ведущие, которые составляют основную

опасность в «переманивании» клиентов. Так же существует категория «тамада». Их стоимость обычно в 2-3 раза ниже. За счет этого к ним может уйти наименее платежеспособная аудитория. Важно то, что многие не понимают чем отличается ведущий и тамада. И почему тамада стоит дешевле. Если им это объяснить, то они часто готовы платить за качественного ведущего.

3. Агентства ведущих. Самая немногочисленная категория. Таких практически нет. На данный момент времени представляет минимальную угрозу.

Так же конкурентом может быть и «Тетя Марина», которая готова бесплатно провести несколько «веселых» конкурсов и всячески развеселить гостей. Такое тоже случается. Ваша задача всяческими способами донести до потенциального клиента ту скорбь, которую он испытает, после испорченной свадьбы, организованной его тетей.

Какие же ведущие у нас?

### **Наши ведущие**

Мы выбираем современный импровизационный стиль в проведении мероприятий.

Запрещенные приемы в программе нашего ведущего:

- переодевания гостей
- стишки
- алкогольные конкурсы
- конкурсы, типа «карандаш в бутылочку»
- конкурсы, типа «лопни попой шарик»
- конкурсы, типа «обматай туалетной бумагой»
- и другие пошлые конкурсы

Наши ведущие используют минимум реквизита. Программа интересная и оригинальная. Насыщенная фишками. Такими, как «падение торта» и другими. Более подробно читайте в дополнительный файлах.

Условия взаимодействия с ведущим могут быть нескольких видов. Основные два - это работа за процент и работа в штате компании. Первый вариант - вы ведущему заказ, он вам процент от заказа. При этом он работает не только с вами, но и сам. Во втором варианте вы платите ведущему оклад и все его заказы проходят только через вас.

Более подробно о критериях выбора ведущего и способах взаимодействия с ним читайте в специальных дополнительных файлах.

Кроме ведущих, могут оказываться и другие услуги. О них в следующем разделе.

## **Услуги**

Дополнительно к ведущим практически во всех случаях нужен ди-джей и оборудование. Обычно компания сама покупает оборудование и сдает его в аренду. Это довольно выгодно.

В стандартный комплект оборудования для банкета до 50 человек входит:

- 2 колонки;
- 2 стойки для колонок;
- Микшерный пульт;
- Радио-микрофон (+ лучше иметь запасной микрофон);
- 2-3 световых прибора ( на выбор прожекторы, лазеры, приборы динамического света);
- Стойка для световых приборов;
- Генератор дыма;
- Провода 10-20 метров (чем длиннее, тем лучше).

Оборудование привозит специальный человек - «Звукотехник». Ему оплачивается зарплата или фиксированная сумма за одно мероприятие. Он должен привезти, установить и проверить оборудование за 1-2 часа до мероприятия. А, когда все закончится, приехать, собрать и увезти. Так же эту функцию может выполнить ди-джей, который будет работать на этом мероприятии. Средняя стоимость аренды такого комплекта оборудования в Санкт-Петербурге 5000 рублей. Стоимость покупки около 80 тысяч рублей. Подробнее о компонентах можно почитать в дополнительных файлах.

Кроме ведущего, ди-джея и оборудования, дополнительно можно продавать и другие праздничные услуги, получая за них комиссию 10-20%. Желательно иметь надежного подрядчика по каждому из направлений:

- Услуги фотографа
- Услуги видео-оператора
- Помощь в подборе банкетного зала
- Аренда транспорта
- Шоу-программа (певцы, бармен-шоу, фокусники, музыкальные коллективы и другое)
- Декор (шарики, цветы)
- Феерверки
- Торты и караваи
- Свадебные аксессуары
- Выездная регистрация
- Стилист и постановка свадебного танца
- Дополнительное оборудование (интерьерная подсветка, генераторы эффектов)

Так же большим источником заработка может быть организация мероприятий «под ключ». Это когда под вашу ответственность отдают абсолютно все, что касается подготовки и проведения торжества.

## Сотрудники

Комплектация штата может быть разная. Приведем пример того, как это устроено в офисе в Санкт-Петербурге. Там работает основных 6 человек, не считая ведущих и ди-джеев:

- Руководитель
- Помощница
- Офис-менеджер
- Бухгалтер
- Маркетолог
- Звукотехник

Руководитель занимается общими вопросами управления процессами и сотрудниками. Ставит цели, планы, отслеживает текущие показатели. Работает с сотрудниками - вдохновляет, мотивирует, наказывает. Проводит собеседования и принимает на работу новых людей. Увольняет. В основном занимается тактическими и стратегическими задачами.

Помощница выполняет все, что прочит Руководитель. В основном какие-то рутинные процессы, касаясь документов и взаимодействия с другими людьми.

Офис менеджер обрабатывает все входящие заявки, назначает встречи ведущим, сводит из с клиентами. Контролирует подписание сделок и реализацию мероприятий.

Бухгалтер занимается бухгалтерской работой. Связанной с документами, отчетностями, налогами, начислением зарплат.

Маркетолог анализирует текущие показатели по рекламе и всяческими способами их улучшает. Внедряет новые инструменты привлечения клиентов.

Звукотехник возит на мероприятия оборудование и контролирует, что-бы оно было в целости и сохранности. Докупает, необходимые компоненты.

В целом ваша структура может отличаться, от указанной выше. Все эти должности, при небольших объемах, в себе может совмещать один человек. Заниматься рекламой и заказами, и сам возить на мероприятия оборудование.

Информация по оплате и найму персонала подробнее можно изучить в дополнительных файлах.

### **Реализация заказа**

После подписания договора, ведущий с ди-джеем бронируют в своем расписании дату и время. Менеджер так же помечает себе будущее мероприятие. Информация указывается в календаре, что бы в него мог зайти «Звукотехник» и увидеть сколько в какой день мероприятий, что бы заранее рассчитать силы.

Дальше ведущий присылает заказчику сценарий мероприятия с указанием конкурсов. Они совместно его редактируют и делают финальную версию. В это время заказчик может озвучить свои пожелания по музыкальному сопровождению и ди-джей должен подготовить весь необходимый контент.

Перед мероприятием Звукотехник связывается с ведущим - узнает нет ли каких то изменений. Дальше он связывается с площадкой, на которой будет проходить мероприятие и уточняет все ли там есть для того, что бы привезти и установить свое оборудование. Дальше за 1-2 часа он приезжает, устанавливает все и проверяет работоспособность. Если все хорошо, он может уехать. Или же ждать до конца, находясь на площадке. Это остается на его усмотрение.



Заранее, желательно за 1 час, на площадку приезжают ведущий с ди-джем. Готовятся.

Потом, в течение обычно 5 часов, проводится мероприятие. В конце гости могут продлить на 1-2 часа услуги ведущего с ди-джем и оборудованием или только музыкальное сопровождение.

Финал. Мероприятие проведено. Можно позвонить заказчику и спросить - все ли понравилось и попросить оставить отзыв.

## **Клиенты**

Нашими клиентами чаще всего являются:

- Молодожены, если речь идет о свадьбе
- Компании, если речь о корпоративном мероприятии

В первой категории стоит ориентироваться на невест. Чаще всего именно девушки занимаются процессом подготовки свадьбы. Они выбирают все услуги и что именно будет у них на торжестве. Хотя на встречу с ведущим часто приходят вдвоем с мужем.

Типовой клиент - девушка 21 - 27 лет, у которой скоро будет свадьба.

Если говорить о корпоративных мероприятиях, то чаще всего это представители компании. Компании разные - от небольших (20 сотрудников) до крупных, известных всем брендов. Чем крупнее компания, тем вероятнее, что она будет организовывать большой праздник и привлекать на него ведущего. Выбирает услуги чаще всего секретарь, работник отдела HR или PR службы. Так же, чаще всего, это молодые девушки. Которые потом относят, полученную информацию своим руководителям. За которыми стоит уже окончательное слово.

## **Юридические вопросы**

Сертификатов, разрешений и акциз для данного вида деятельности не требуется.

Можно зарегистрировать ООО или ИП и работать на Упрощенной Системе Налогообложения. Платить удобнее 10% (15%) по системе доходы минус расходы. Процентная ставка может отличаться в зависимости от вашего региона.

Сложности есть при официальном оформлении сделки, когда ведущий, с которым вы работаете не числится у вас в штате. Тогда вы должны заключить с ним договор, как с физическим лицом (если у него нету ИП или ООО). При этом вам нужно уплатить налоги в Фонд Социального Страхования и Пенсионный Фонд. В общей сложности, вместе с Налогом на Доход Физических лиц, получается, что вам нужно уплатить сверху к стоимости 43%. Что сводит на нет адекватности проводимой сделки. Поэтому часть рынка ивент-услуг «серая». В том числе и большинство работы звезд отечественного шоу-бизнеса.

Более подробную информации об открытии ООО или ИП и шаблоны договоров можно посмотреть в дополнительных файлах.

## **Маркетинг и реклама**

Привлекаются клиенты, чаще всего, через интернет. Основной источник трафика - контекстная реклама Яндекс.Директ и Google Adwords. Далее люди переходят на одностраничные продающие сайты (Landing Page), где и оставляют заявку.

Так же для привлечения трафика используется таргетированная реклама во вконтакте. Планируется запуск рекламы в фейсбуке и одноклассниках.

Так же в социальных сетях ведется дополнительное привлечение клиентов. Размещается группа с заголовком, релевантным поисковой группе. Например, «Ведущий на свадьбу». Если в эту группу искусственно добавить участников, то она начнет показываться в топе выдачи. Так же в группе должен размещаться интересный контент, что бы постоянно «мелькать» у участников сообщества в новостях.

Можно еще размещать рекламу на порталах свадебной тематики. Баннеры или текстовые блоки в каталоге.

Дополнительно можно использовать флаера, раздаваемые у ЗАГСов и размещенные в партнерских ресторанах.

Отлично работает участие в свадебных выставках и организация бесплатных мастер-классов «Свадьба лучше, чем у подруги». Об этом подробнее можно прочитать в дополнительных файлах.

## **Доход**

С чего и сколько можно заработать.

Среднюю стоимость сделки по ведущим с ди-джем и оборудованием (основной продукт) и расчет дохода можно представить в трех вариантах. В зависимости от условий работы с ведущим и ди-джемом.

### **1 вариант**

Средняя стоимость 25000 рублей (100%). Из них:

- 10000 рублей (40%) получает ведущий
- 5000 рублей (20%) получает диджей
- 5000 рублей (20%) комиссия компании
- 5000 рублей (20%) компания получает за аренду оборудования

Итого: в компанию идет 40% от заказа или 10000 рублей.

## 2 вариант

Средняя стоимость 25000 рублей (100%). Из них:

- 12500 рублей (50%) получает ди-джей с оборудованием
- 12500 рублей (50%) получает компания (комиссия + аренда оборудования)

В компанию идет 50% или 12500 рублей.

## 3 вариант

Средняя стоимость 25000 рублей (100%). Из них:

- 25000 рублей (100%) получает компания
- ведущему и ди-джею каждый месяц платится оклад и 1000 - 2500 рублей за мероприятие

В компанию идет 100% или 25000 рублей, но в дальнейшем нужно будет вычесть расходы на оплату ведущему и ди-джею.

## Дополнительный заработок

Комиссия 10-20% от услуг, перечисленный в разделе «Услуги». Это все то, что сопутствует мероприятию и может понадобиться заказчику. Шоу программа, подбор площадки, украшение и декор, транспорт и так далее.

Загород доставка. При доставке оборудования за город обычно берется дополнительная оплата в размере 1000 рублей.

Продление. Так же, иногда, гости, сильно загуляв, не хотят останавливаться на оплаченных 5 часах программы и готовы оплатить продление на 1-2 часа. Продление обычно стоит 10% за 1 час от общей стоимости без ведущего и 20% с ведущим.

## Максимальный доход

Самое прибыльное - это организовывать мероприятия «под ключ». То есть когда под вашу ответственность отдают абсолютно все, что касается организации данного торжества.

Основных источника заработка тут 3:

- Услуги организатора - можно получить 10-15% от бюджета или фиксированную сумму 30 - 50 тыс. руб. Если свадьба с большим бюджетом (от 500 тыс. руб.), то можно и больше.
- Процент от всех услуг (10-20%), которые названы выше.
- На своих ведущих, ди-джеях и оборудовании.

Общий доход с одной средней свадьбы, организованной «под ключ» составит 50000 - 100000 рублей.

## Сумма дохода

При 50 заявках на проведение мероприятий за месяц (с конверсией 20%) получаем 10 заказов. При среднем чеке в 25000 рублей (у вас в городе может быть меньше), мы получаем доход в виде 250000 рублей. Это 3 миллиона рублей оборота за год.

Если добавить сюда по 1 организованному «под ключ» мероприятию раз в 3 месяца со средним бюджетом 300 тысяч рублей, то получаем общий годовой оборот в размере 4.200.000 рублей.

Плюс заработок с дополнительных услуг, который мы не будем учитывать в связи со сложностью его прогнозирования.

## Расход

### Себестоимость

От заказа ведущего с ди-джеем и оборудования:

- 40% уходит ведущим
- 20% уходит ди-джеям

От мероприятия «под ключ» расходы составляют 75%.

Получаем, что от 4.200.000 в год остается 1.500.000 рублей.

Постоянные расходы:

Реклама. 10.000 рублей. в месяц. 120.000 рублей в год.

Сотрудник. 20.000 рублей в месяц. 240.000 рублей в год.

Офис. 15.000 рублей в месяц. 180.000 рублей в год.

Доставка оборудования. 10.000 рублей в месяц. 120.000 рублей в год.

Роялти 2%. 7.000 рублей в месяц. 84000 рублей в год.

Итого расход: 764.000 рублей. Остаток: 736.000 рублей. Минус налоги 10% - 73.600 рублей.

Итого общий расход: 837.600 рублей за год.

## Прибыль

Чистая прибыль за год 662.400 рублей. Это по 55.200 рублей в месяц.

Если вы не будете снимать офис, нанимать менеджера и сами будете возить оборудования на мероприятия, то ваша чистая прибыль за год составит 1.166.400 рублей. А это 97.230 рублей в месяц.

Без учета продаж дополнительных услуг. Без учета найма ведущих в штат (а это выгоднее).

## Инвестиции

Рассматриваем вариант минимальных вложений. Он и является самым адекватным и прибыльным. Без открытия офиса и найма сотрудников.

Франшиза 145.000 рублей.

Оборудование 85.000 рублей.

Реклама 50.000 рублей.

Общие инвестиции: 280.000 рублей.

Оборудование можно покупать не сразу. Но оно понадобится к первому мероприятию. Лучше сделать это заранее.

Окупаемость инвестиций в среднем 4-6 месяцев.

## Возможные риски

Первое - особенности рынка вашего города. Посмотрите, востребованы ли в вашем городе данные услуги. Проводятся ли мероприятия и заказывают ли на них ведущих. Это можно сделать в интернете и с помощью сервиса [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru), по которому можно посмотреть как много запрашиваются такие услуги в поисковике Яндекс.

Второе - сезонность. Бизнес все таки сезонный. В основном больше всего мероприятий проводится летом с июня по сентябрь. Это свадьбы (хотя бронировать на лето часто начинают с января). Так же много мероприятий в декабре. Это новогодние корпоративные мероприятия. В остальные месяцы мероприятий меньше и нужно заключать договора на сезонные месяцы, собирая авансы в размере 50 или 100%. Или проводить менее стандартные мероприятия - дни рождения компаний, презентации товаров и услуг, рекламные мероприятия (BTL), юбилеи частных лиц, вечеринки.

Третье - особенности рекламы вашего региона. Может быть такое, что инструменты привлечения клиентов, которые работают в одном городе - с трудом могут быть использованы в другом регионе. Здесь нужно тестировать и находить для себя приемлемую модель. Мы конечно в этом вам поможем.

И четвертое - нужно понимать, что хотя вы и получаете готовую, работающую модель бизнеса, но успех все же зависит от ваших усилий. Это бизнес. Здесь нужно работать.

Если вы готовы, то welcome!

Телефон для связи:  
8 (981) 717-76-90 (Екатерина)

Почта: [eventfranshiza@yandex.ru](mailto:eventfranshiza@yandex.ru)