

КЛУБНЫЙ БИЗНЕС

ВЕЧЕРИНКА у MAXFLY



30/05
**КОСТЯ СПАЙ
& MAX FLY**
party

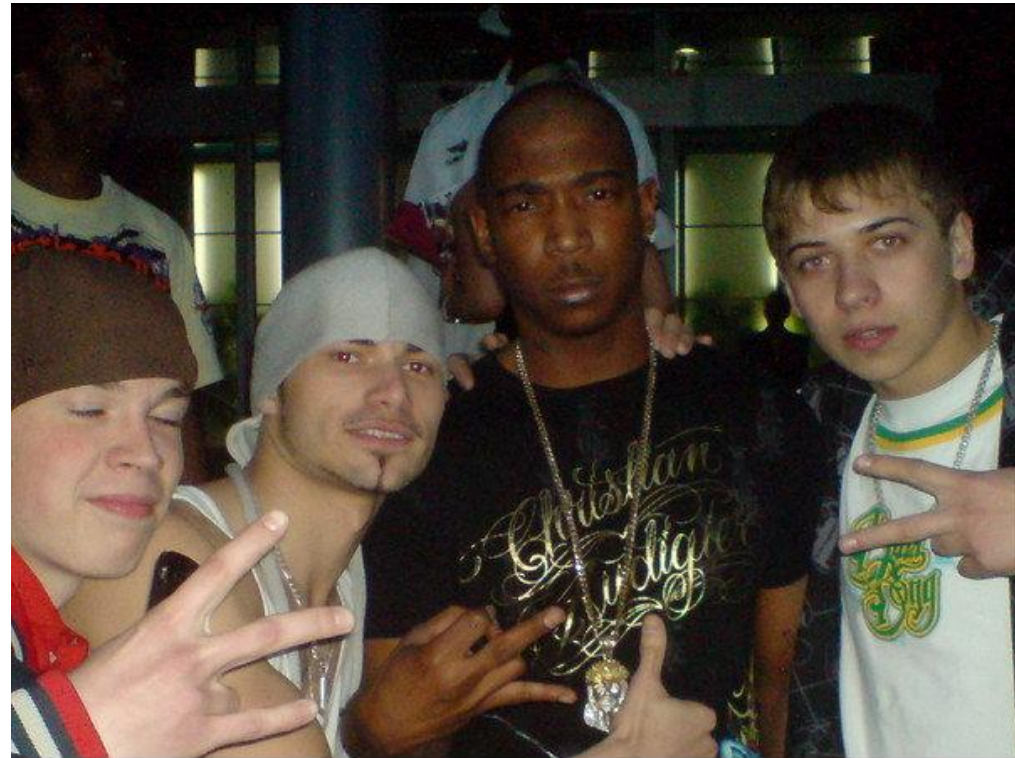
БАР ПЛОХИХ ИСТОРИЙ
БедРум

ПОДЛЕСНАЯ, 53А
INFO&RESERVE
217 98 00

Объединение 2S clan



Клуб МАМА 2008г. – JA RULE



Тайланд - Play Club



СТАТИСТИКА Ресторанов



- в 2017 году в 15 самых крупных городах РФ их было 6101.
- В среднем, россиянин посещает такие заведения около 3 раз в месяц.
- «Палкинъ», Санкт-Петербург — открыт в 1785. Правда, в 1917 его закрывали, и заново открыли только в 2002. «Яръ», Москва — 1826. «Прага», Москва — 1902.
- Средний чек в предприятиях общепита в России — 591 рубль.
- Это меньше, чем в 2016 — тогда россияне тратили в среднем 629 рублей.
- Больше всего россияне посещают фаст-фуды — 64% транзакций приходится на них.
- По деньгам на это тратится более 270 млрд в год, из которых 33% в Москве



Клубный бизнес: Инвестиции в ночные клубы

- Для открытия ночного клуба в Москве потребуется сумма первоначальных инвестиций в 500 тыс. долларов. Рентабельность таких заведений оценивается экспертами в 20-50%. Но их особенность в том, что прибыльность зачастую никак не зависит от объема затраченных инвестиций, миллион долларов, вложенный в интерьер не гарантирует успеха ночному клубу. Успех зависит от атмосферы заведения, которую в первую очередь и продают клубы.



Клубный бизнес: Помещение



- Модный клуб, рассчитанный на средний и высший класс, обязательно должен находиться в центре города.
- Демократичные клубы подойдут городские окраины следует обратить внимание на отдельно стоящие здания и исключить из списка первые этажи жилых домов
- Отдельно стоящие здания и исключить из списка первые этажи жилых домов.
- Само помещение должно соответствовать следующим основным требованиям : иметь достаточно большую площадь (танцзал размером не менее 250 кв



Клубный бизнес: Оборудование

- Инсталлировать подходящее по формату клуба световое и звуковое оборудование неопытному человеку невозможно.
- При выборе специалисты руководствуются такими параметрами, как площадь, форма периметра, высота потолков, а также расположение столиков, сцены и барной стойки; особое значение имеет стиль музыки, которая будет звучать в клубе.



Клубный бизнес: Концепция



- необходимо составить грамотный проект
- Вот все организаторские функции, а также разработку концепции берет на себя главный человек в клубе – промоутер
- Промоутер отвечает за концепцию клуба, начиная от музыкального стиля и заканчивая организацией специальных вечеринок. И главная задача этого человека — каждый вечер создавать праздник, чтобы привлечь посетителей



Клубный бизнес: Посетители

- По статистике до 70% прибыли приносят клубу постоянные посетители. Поэтому на первом этапе разработки концепции необходимо определить целевую аудиторию заведения.
- От того, на какую аудиторию ориентирован клуб : на «золотую» молодежь или подростков с окраины, солидных бизнесменов или рокеров, представителей сексуальных меньшинств или натуралов, зависят интерьер, музыка, напитки, цены и даже уровень обслуживания.



Клубный бизнес: Демократичный формат

- Наиболее широкая целевая аудитория у демократичных молодежных клубов. По подсчетам специалистов, только в Москве это около 100 тыс. человек, в основном от 15 до 25 лет, т.е. школьники и студенты. В таких клубах основной источник дохода – плата за входной билет, потому что молодежная публика не покупает выпивку в баре, а предпочитает это делать в соседних ларьках



Клубный бизнес: Доходы



- Прибыль клубы получают из нескольких источников. Основную часть приносят бары, ведь наценка на спиртное в клубах доходит до 300%.
- Получить дополнительную прибыль можно, сотрудничая со спонсорами
- Для клубов, играющих «живую» музыку, актуальным направлением считается приглашение музыкантов.



Клубный бизнес: КОНЦЕРТЫ



Клубный бизнес: Продвижение



- Один из самых важных этапов после открытия клуба — «раскрутка», на которую обычно уходит от одного до нескольких месяцев.

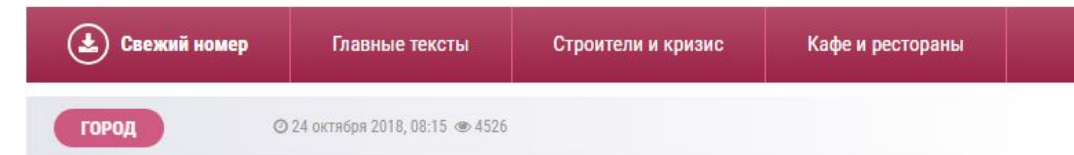


Клубный бизнес: ПРОДАЖА



- заведение продается с бэкграундом: командой сотрудников,
- брендом, договорами с поставщиками, артистами, рекламными кампаниями в СМИ.
- причина продажи актива – переезд в другой город.
- Стоимость ресторана – 10 млн рублей, окупаемость вложений, по оценкам, – 1 год
- площадь заведения составляет 260 кв. метров, есть открытая терраса размером 300 кв. метров,
- которая эксплуатируется круглогодично, а также 50 кв. метров подсобных помещений (склады, раздевалки, офисы).
- Ресторан рассчитан на 150 посадочных мест, общая вместимость – 300 человек.

BUSINESS CLASS



В ПЕРМИ НА ПРОДАЖУ ВЫСТАВЛЕН РЕСТОРАН-БАР «ОБЛАКА»

