

# α

***ПРОСТРАНСТВО***

Проект подготовлен  
Микитюком Владиславом  
Сергеевичем

# Боль

**Дефицит локаций на первой линии**

**Недостаток трансформинга помещений**

**Спрос не обеспечен**

**Банкетное меню без ЗОЖ (диабет и т.п.)**

**Отсутствие уюта и комфорта**

# Целевая

## В2 аудитория



HR (Корпоратив)  
Директора  
Тур менеджеры  
Администраторы  
Зам директора

## В2

## С



Молодожены



Выпускники



Тренеры



Фотограф



Ведущие

# Концепция 4P

## ***PRODUCT***

- Наш продукт – это трансформирующийся банкетный зал
- Сдача помещения в аренду под проведение мероприятий

## ***PRICE***

- Доступная ценовая политика
- Дополнительный доход от проведения тематических мероприятий, мастер-классов, лекций

## ***PROMOTION***

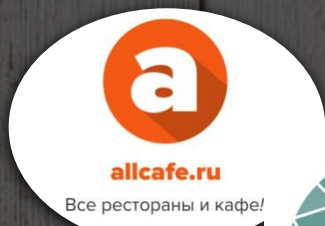
- Собственный сайт
- Рассылки
- Раздача рекламных буклетов
- Проведение бесплатных мероприятий

## ***PLACE***

- Интернет
- Социальные сети
- Баннеры
- Буклеты

# Каналы продвижения

Агрегаторы  
Event-агентства



Все рестораны и кафе!



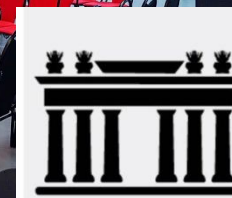
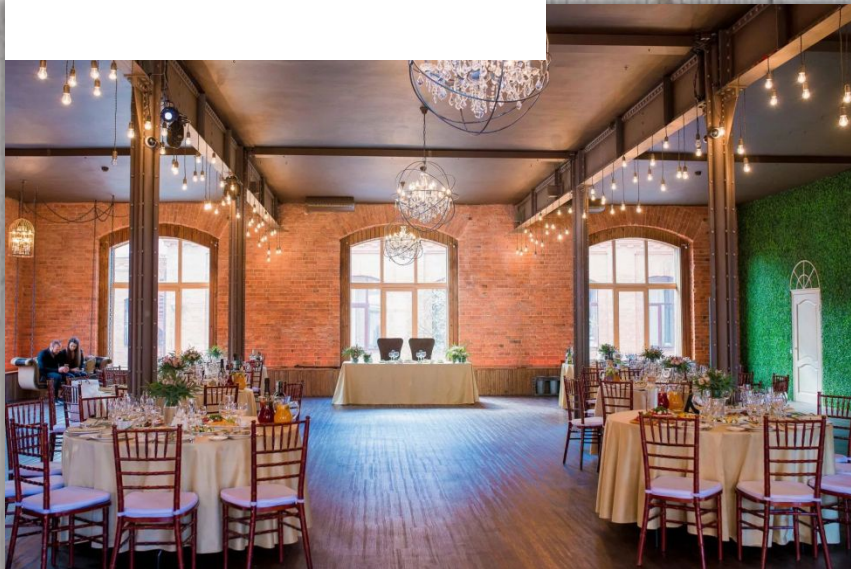
Restoran  
.ru

Call-центр



*Весенний*  
банкетный зал

# Конкуренты



**ЦЕНТР  
СОБЫТИЙ**  
EVENT CENTER

# ФИШКИ

Нетворкинг «улий»

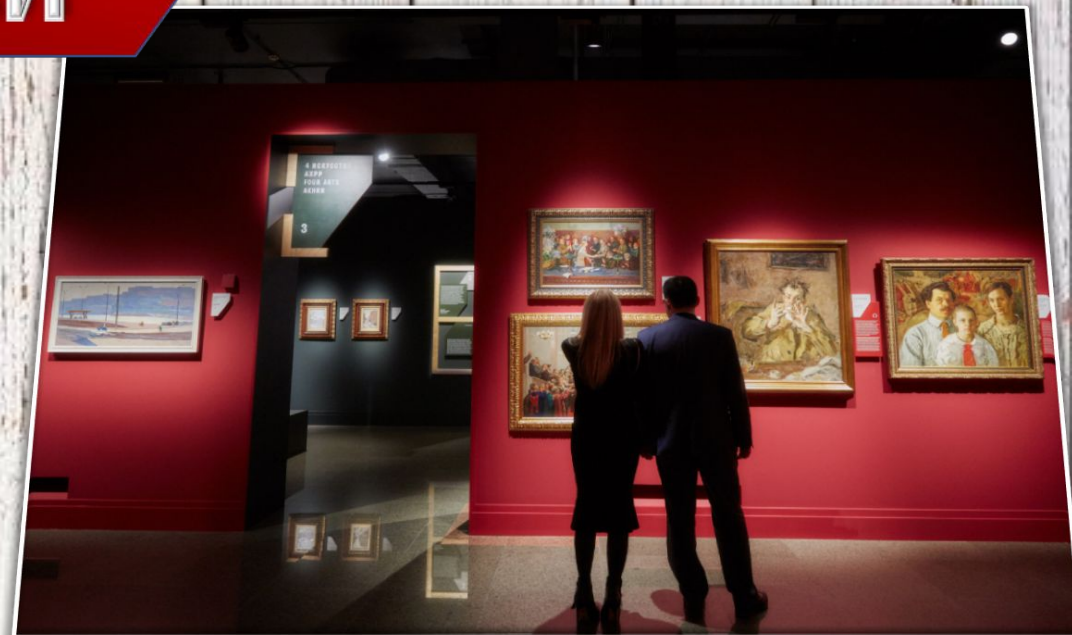
«Аэродром» бизнес клубов

Баттл-Up «интеллект»

Центр запуска NoReCa

Умное «безумие» - детский центр

Кутюр музей



# ФИШКИ

Трансформинг

3D интерьер проектор

Банкетное меню для 30Ж

Ресторан без адреса





# Средний чек

**Банкет = 72000 ₺/мероп**

**Аренда зала = 1200 ₺/час**

**Доп услуги = 37 000 ₺/мероп**

**Аренда пространства = 30000 ₺/день**



# Критический

- ✓ **40** товарооборот  
чел./мероприятие
- ✓ **14** мероприятий/мес
- ✓ **60** час. аренды залов
- ✓ **2** аренды пространства /мес



# Финансы

- ❑ Прибыль = 749 500 Р/мес
- ❑ Срок окупаемости: 9 месяцев



# Расчеты

**Пессимист**

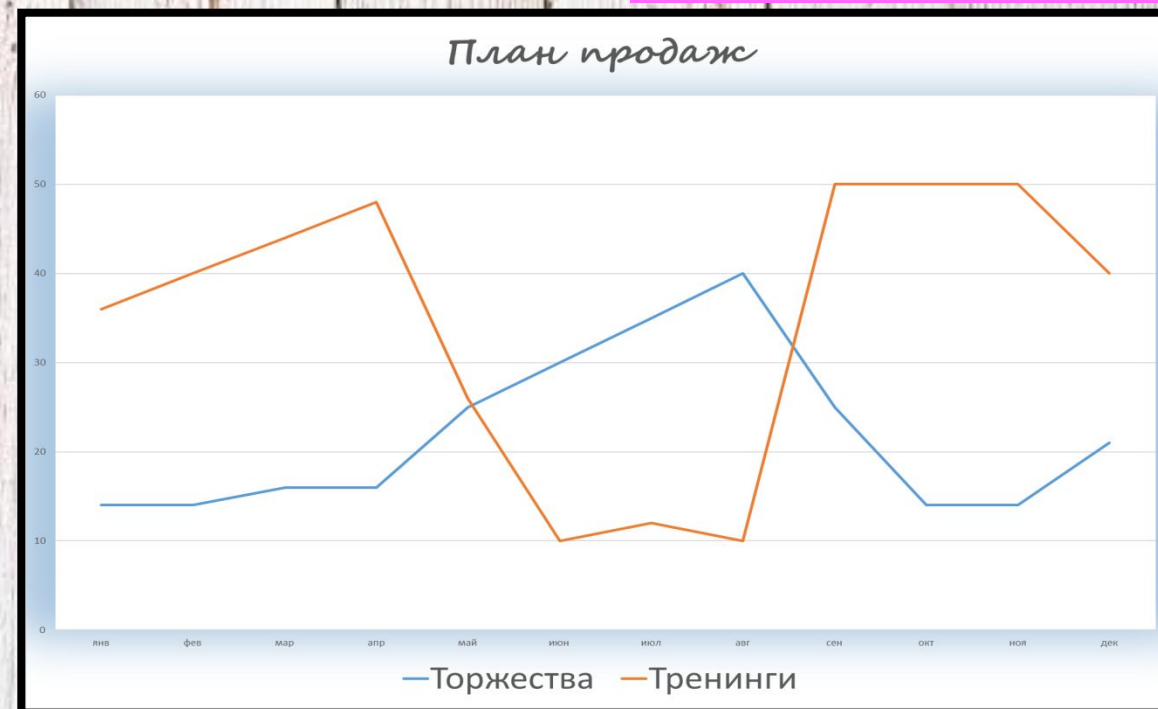
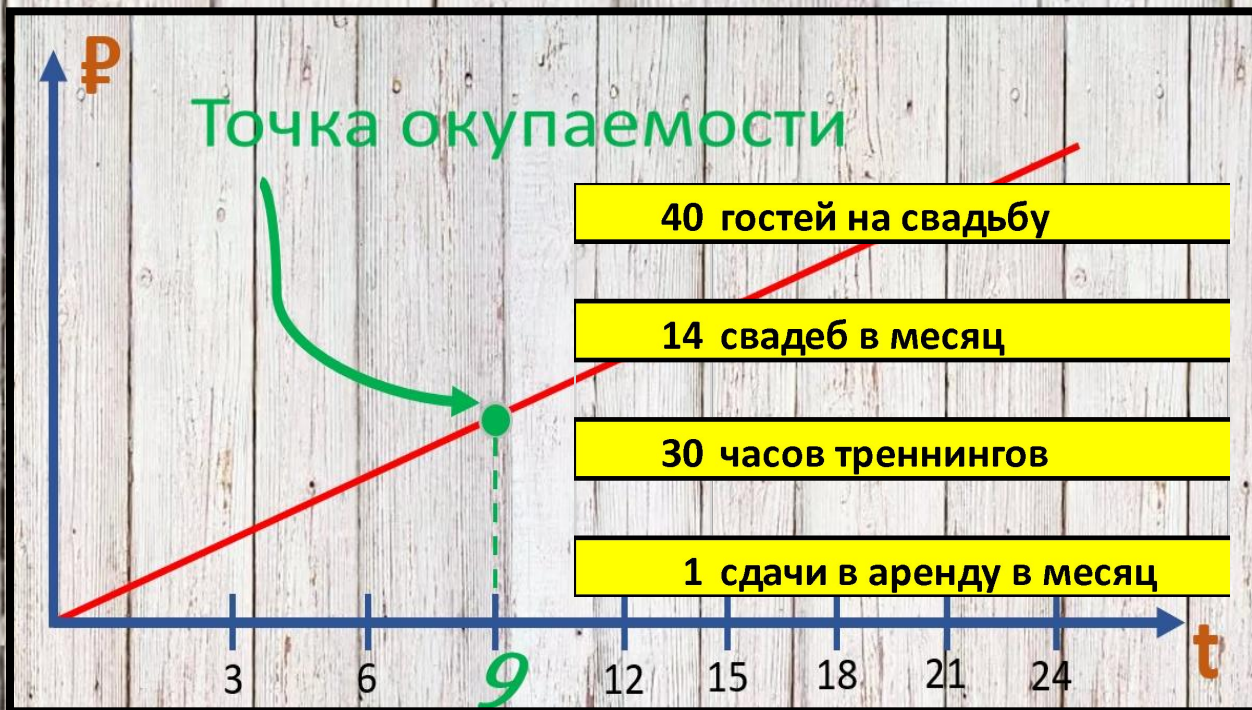
**Реалист**

**Оптимист**

**0**

**417 000**

**1 860 000**



**S**

Специальное меню

- Несколько залов
- Локация
- Организация детской комнаты
- Команда
- Небольшой штат

**W**

Сезонность

- Большой стартовый капитал
- «Молодой» бренд

**O**

ХАССП

- Партнерские отношения
- Сезонность

**T**

Конкуренты

- Ужесточение законодательства
- Ослабление эк ситуации
- Изменение поведения ЦА в силу трендов

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**