



## 10 шагов к открытию собственной студии

*Я рада, что ты читаешь мой гайд! Здесь собраны основные моменты, на которые бы я, имея 10ти летний опыт в этом бизнесе, обратила внимание сейчас, открывая его с нуля. Уверена, что советы окажутся для тебя полезными и сэкономят кучу времени. Более того, их можно приметить не только для открытия школы иностранных языков, но так же любого направления в сфере дополнительного образования: детский развивающий центр, частный детский сад и пр. Конечно, бизнес процессы более сложные и всеобъемлющие, чем я описала их здесь, однако, дорогу осилит идущий, моя задача - показать направление и описать основные моменты. Начни с этих 10ти шагов и пусть твой бизнес будет успешным!*

*Елена Немова*

## ШАГ 1. ОПРЕДЕЛЯЕМ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ

Для кого будут интересны Ваши услуги: дети, школьники, взрослые?

Попробуйте «нарисовать портрет клиента»: уровень дохода, увлечения, зачем он будет изучать иностранный язык, какие у него приоритеты. От этого во многом зависит, какие требования у него будут к качеству услуг/образовательной программе, уровню сервиса и пр. То есть, исходя из этого шага, Вы будете определять свою стратегию развития, маркетинг и даже выбор помещения!

И самое главное: какую потребность потенциальных клиентов будет закрывать Ваша услуга? Ведь английский можно учить по-разному, с разной целью: для хороших оценок в школе, для путешествий, для поступления в топовый вуз, для миграции и т.п. Вариантов Масса, предложите клиенту тот вариант, который закроет его конкретную «боль».

## ШАГ 2. ФОРМИРУЕМ УТП

Как только вы определились с целевой аудиторией, самое время выбрать программу и сформировать УТП (уникальное торговое предложение).

Для этого ответьте на вопрос: **почему потенциальный клиент должен выбрать именно вас?**

Возможные варианты (выберете те, что Вам откликаются):

- Удобное расположение (особенно это актуально для детей, что бы родители после работы не мотались с ребенком через половину города или ребенок после школы мог ходить на занятия сам. В этом случае, рекомендую выбирать спальные районы в близи школ, либо аренду в самой школе!).
- Уникальное предложение/программа. Например, возможность получить международный сертификат по окончании обучения. Это актуально для тех, кто хочет переехать в другую страну, нужно подтверждение знаний для работы, или ребенок собирается поступать в университет на специальность, связанную с языком. И если таких школ в вашем городе не много, есть вероятность, что клиенты будут ездить к вам из разных районов.
- Низкие цены (хотя это маловероятно, потому что высоки накладные расходы, и для хорошего результата не имеет смысл раздувать большие группы, однако при «заходе на рынок» демпинговые цены в сочетании с масштабным промо могут дать хороший приток клиентов)
- Педагог. Конечно, стоять бизнес вокруг конкретного педагога (если это не Вы сами) не имеет большего смысла, поскольку все мы живые люди и ситуации бывают разные - переезд, уход педагога в самостоятельное плавание и пр. этом случае, в долгосрочной перспективе, Вы рискуете остаться и без педагога и без клиентов! Однако, на этапе открытия проекта, опытный педагог с хорошими отзывами, поможет привлечь к Вам дополнительных клиентов и сделать «рекламу» вашему курсам.

- Качество обучения – хорошие результаты. См. предыдущий пункт, поскольку хороший педагог и определяется качеством знаний детей. НО! даже если Вы внедрите систему оценки качества и на начальном этапе Вы сделаете это своей маркетинговой фишкой, для привлечения клиентов, этот показатель играет в долгую, то есть реальное качество клиенты смогут оценить лишь спустя время, что в дальнейшем сможет повысить лояльность действующих и привлекать новых.
- Инновационный проект. Вы открыли для себя «голубой океан» и Ваше предложение не имеет конкурентов на рынке. Это очень круто, но все же, в этом случае, Вам нужно будет еще показать клиентам, что им это реально нужно, это то, чего они хотят. Возвращаемся к шагу 1 – кто Ваш клиент и зачем ему это?
- Ваш вариант.

На основе выбранных Вариантов сформируйте конкретное предложение, поскольку нельзя продавать продукт/услугу, не зная, кто твой клиент и зачем она ему нужна, какие потребности закрывает. Закончите фразу:

*Мой продукт (услуга, школа) уникальна тем, что .....*

Получилось? – Отлично. Вы на правильном пути.

### **ШАГ 3. ВЫБИРАЕМ ПОМЕЩЕНИЕ**

Выбор помещения – важный момент. Оно должно быть транспортно удобно: то есть к вам можно будет легко добраться на общественном транспорте, есть парковка для автомобилей клиентов, отдельный вход, удаленностью от баров и магазинов, где продают алкогольную продукцию (предусмотрено законодательно). Будет ли это большой спальный район (выбирайте преимущественно новую застройку, поскольку как раз там, в основном покупают квартиры молодые семьи с детьми), близость к школе.

На самом деле требований к помещениям организаций дополнительного образования довольно много, но это отдельная тема.

Начните с небольшого помещения и расширяйтесь по мере роста. Нет смысла делать ремонт, пусть даже косметический, в большом помещении, если Вы не уверены, что оно полностью будет работать и вы заполните все кабинеты. Однако, возможность расширения, без смены адреса (например, в том же бизнес-центре) стоит предусмотреть на будущее, ведь клиенты будут ходить к вам 1-3 раз в неделю, и переезд вашей школы в другое место – стресс для клиентов, которые просто могут потом отказаться ходить.

Самый бюджетный способ – аренда в школах. Здесь уже частично готовая клиентская база, оборудованный класс, сэкономите и на продвижении и на ремонте и покупке оборудования. Самый большой минус: ограниченное время пользования (нужно согласовать с администрацией школы дни и время), то есть в первой половине дня школы сами проводят уроки и Вам заниматься ни кто не даст. Так же школы оказывают свои дополнительные платные образовательные услуги, поэтому Вам нужно будет убедить директора позволить Вам работать на их базе.

*Возможный вариант. Если Ваш клиент - это школьник, то его потребностью может быть - хорошие оценки в школе по английскому, а потребность его родителей – не тратить собственное время на выполнение ДЗ с ребенком, по предмету, который они и сами не очень помнят со школы. Сразу вырисовывается концепция – репетиторский центр, где программа обучения очень близка к школьной, место: рядом со школой и/или жилой массив, что бы ребенку удобно было приходить к Вам после школы. Группы, где цена занятия ниже, чем у репетитора, что бы родители видели в этом еще и финансовую выгоду.*

#### **ШАГ 4. ВЫБИРАЕМ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВУЮ ФОРМУ И РЕГИСТРИРУЕМ ПРЕДПРИЯТИЕ**

Вы можете выбрать любую форму: ООО (общество с ограниченной ответственностью), ИП (индивидуальный предприниматель), НКО (некоммерческая организация). Лично я, на начальном этапе, рекомендую оформлять ИП.

Индивидуальный предприниматель: 1) простота регистрации, даже банки сейчас бесплатно готовят документы в налоговую при открытии счета, нет бумажной волокиты;

2) вы можете работать как самостоятельно, не нанимая сотрудников, так и с наемными сотрудниками, при необходимости.

3) простые понятные формы налогообложения, можно не привлекать бухгалтера;

4) индивидуальный предприниматель, может самостоятельно единолично осуществлять образовательную деятельность без получения лицензии – на начальном этапе, это сэкономит Вам массу сил и нервов.

Вид деятельности (ОКВЭД): 85.41.9 Образование дополнительное детей и взрослых прочее, не включенное в другие группировки

С этим ОКВЭД Вы можете нанимать любых сотрудников, кроме педагогов без оформления образовательной лицензии

Если Вы не готовы сразу оформлять образовательную лицензию: ОКВЭД 88.91 – «Предоставление услуг по дневному уходу за детьми»

ОКВЭД 90.04.3 – «Деятельность учреждений клубного типа».

5) для регистрации ИП юридический адрес – Ваш фактический адрес, то есть вы можете его зарегистрировать еще не определившись с помещением.

6) в случае каких либо нарушений, штрафы на ИП ниже, чем на ООО (искренне желаю Вам с ними не столкнуться)).

Так же не забудьте открыть расчетный счет и/или приобрести и зарегистрировать онлайн кассу, в зависимости от того как вы планируете принимать деньги – наличными или на счет.

## ШАГ 5. ЗАКУПАЕМ ОБОРУДОВАНИЕ И УМК

Вы определились с помещением, с программой, возможно даже сделали в помещении косметический ремонт. Теперь необходимо закупить оборудование (столы, парты, доски, стулья, компьютеры и пр), оно рассчитывается исходя из возрастной группы (дети, школьники, взрослые), количества кабинетов для занятий и предполагаемого количества детей в группах.

Так же не забудьте организовать место работы администратора, зону ожидания для клиентов (стулья, диваны, телевизор – можно запустить собственный видео ролик), раздевалку (шкаф для верхней одежды), питьевой режим (кулер с водой).

Так же важно организовать место для педагогов, будет ли это отдельный кабинет (учительская) или шкаф с литературой, журналами и пр – зависит от Ваших возможностей. Однако, Вы должны обеспечить педагогов материалами для работы – учебники (книги для учителя), аудио диски, компьютеры, принтер, раздаточные материалы и т.п. Кстати, хорошая программа – половина успеха. Не ошибитесь в выборе!

## ШАГ 6. ЗАПУСКАЕМ ПРОДВИЖЕНИЕ

На старте важно, чтобы как можно больше людей узнали об открывающейся школе. В наш цифровой век многое мы узнаем из интернета и социальных сетей, поэтому очевидно, что нужно создать странички в социальных сетях и сайт. Не обязательно, тратить на сайт большие бюджеты, на начальном этапе подойдет лэндинг на конструкторах типа taplink или tilda, которые вы можете сделать самостоятельно. В дальнейшем можно подключить таргет как в социальных сетях, так и на поисковых страницах Яндекс и Гугл.

Разработайте маркетинговую стратегию/план: что вы продаете, кому, через какие каналы связи, на чем делаете акцент.

## ШАГ 7. ИЩЕМ И НАНИМАЕМ СОТРУДНИКОВ

Как отмечалось ранее, хороший педагог – это половина успеха. Он может как привести к вам клиентов за собой, так и сделать вашей школе хорошую «Рекламу».

Самый логичный и правильный формат оформления отношений с сотрудником - трудовой договор, где прописываются все условия работы. Он защитит Вас от множества возможных проблем – проверок, условий допуска сотрудников до личных данных клиентов и конфиденциальной информации предприятия, материальной ответственности и пр.

Кроме трудового договора рекомендую разработать:

- ✓ должностную инструкцию по категориям сотрудников;
- ✓ систему премирования и поощрений;
- ✓ соглашение о конфиденциальной информации;
- ✓ договор о материальной ответственности.

Не «раздувайте» штат сотрудников сразу, делегируйте полномочия по мере необходимости и ищите экспертов, профессионалов в каждой области: обслуживание, продажи, педагогика и пр.

## **ШАГ 8. РАЗРАБАТЫВАЕМ СТАНДАРТЫ И ОБУЧАЕМ СОТРУДНИКОВ**

Каждый сотрудник – эксперт в своей области. Однако, бизнес будет работать эффективно, когда все они работают как команда. Соответственно все должны понимать и преследовать общие цели и задачи, стандарты оказания услуг, которые Вам нужно разработать и познакомить с ними сотрудников.

Как администратор должен отвечать на телефонные звонки? С чего он должен начинать рабочий день? Как должна выглядеть зона ресепшн? Как педагог должен взаимодействовать с детьми и их родителями? Должен ли педагог продавать услуги? Ответ на эти и другие вопросы, а так же корпоративная этика и даже внешний вид – все это **должно** быть прописано в стандартах работы, которые сотрудники должны соблюдать.

Если Вы не можете разработать подобные стандарты – обратитесь к специалистам. И помните, встречают всегда по одежке! Комфорт, вежливое общение с клиентами, внимание к каждому – станут вашей визитной карточкой и огромным преимуществом в долгосрочной перспективе.

## **ШАГ 9. РАССЧИТЫВАЕМ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СОСТАВЛЯЮЩУЮ**

Слышали когда-нибудь фразу: «торговали – веселились, проторговались – плакали»? Что бы у вас так не получилось, любой бизнес проект должен быть хорошо просчитан, и каждая цифра должна иметь под собой основу.

Что нужно посчитать: постоянные расходы (затраты вне зависимости от количества клиентов), переменные расходы (на каждого клиента), точку окупаемости, стоимость часа.

Исходя из этого, разрабатываем систему оплаты для сотрудников. Важно помнить, что хороший педагог – ценит свое время и что бы привлечь его, оплата должна быть конкурентно способной. В то же время, педагог должен, как и вы, быть заинтересован в количестве учеников в его группах, так же как и в качестве своих занятий. Поэтому предлагаю рассмотреть сдельно-премиальную форму оплаты.

То же самое касается и клиентов, кому то важна низкая цена, а чей-то ребенок часто болеет, поэтому им важна возможность перерасчета пропущенных занятий. В этом случае, рекомендую предусмотреть несколько тарифов для каждой группы клиентов, но опять же опирайтесь на экономическую целесообразность и расчетные данные.

## **ШАГ 10. ДЕЛАЕМ КРАСИВОЕ ПРАЗДНИЧНОЕ ОТКРЫТИЕ**

Сделайте красивое официальное открытие, с шарами, концертом, гостями бесплатными мастер классами и продажей абонементов со скидками. Потому что это уникальная возможность привлечь клиентов, познакомить с вашими условиями, «Прогреть» их и заключить сделку на продажу абонемента!