



— БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ

Бизнес-план на одной странице: шаблон + пример

9 блоков вместо 40 страниц: рабочая версия плана за один вечер,
полностью посчитанный пример развлекательного центра и
стресс-тест перед разговором с банком или партнёром.

ДЛЯ КОГО ЭТОТ ДОКУМЕНТ

Открываете первый бизнес
и не хотите писать 40
страниц «для галочки»,
которые никто не прочтёт

Ищете деньги — банк,
партнёр, соцконтракт — и
нужен план, который
дочитают до конца

Уже посчитали проект «в
голове» и хотите
проверить цифры на
прочность до того, как
подписали аренду

01 Девять блоков: что писать и на чём валятся новички

ЗАЧЕМ ВСЁ ЭТО НА ОДНОЙ СТРАНИЦЕ

Инвестор и банк читают план три минуты. Одностраничник устроен так, что всё, что определяет успех, видно одним взглядом. Если какой-то блок не заполняется — это не недостаток формата, а дыра в проекте, найденная до того, как в неё провалились деньги. И главное: этот план живёт — его пересматривают ежемесячно по фактическим цифрам, а не пишут один раз в стол.

01 Девять блоков: что писать и на чём валятся новички — продолжение

Заполняйте по порядку — каждый блок опирается на предыдущий

- ☐ **Блок 1. Проблема и клиент — кому и что болит, кто платит**

Слабо: «всем нужен досуг». Сильно: «в городе на 200 тысяч семьям с детьми 4–12 лет некуда пойти вечером и в непогоду». Спрос проверяется за 10 минут в Вордстате (wordstat.yandex.ru): если запрос «куда сходить с ребёнком + ваш город» никто не вводит — проблему придумали вы, а не клиент.

фундамент плана
- ☐ **Блок 2. Решение — что именно открываете и чем лучше альтернатив**

Сравнивайте не с идеалом, а с тем, куда клиент ходит сейчас: кино, батуты, фудкорт ТЦ. Низкие оценки конкурентов и жалобы в отзывах на Яндекс Картах и 2ГИС («грязно», «нечем занять подростка») — готовый список ваших преимуществ. Если преимущество не формулируется одной фразой — его нет.

1 фраза
- ☐ **Блок 3. Деньги клиента — средний чек, частота визитов, цена привлечения**

Частоту визитов новички завышают вдвое: закладываете повторный визит раз в 1–2 месяца, а не «каждую неделю». У каждого канала в плане должна стоять цена заявки: стоимость клика по вашим запросам заранее и бесплатно прикидывается в «Прогнозе бюджета» Яндекс Директа.

3 цифры + САС
- ☐ **Блок 4. Инвестиции — полная смета запуска**

Оборудование, ремонт, депозит и аренда до открытия, маркетинг запуска и обязательно оборотный капитал. Мы не раз видели, как из-за забытой оборотки смета раздувается в полтора раза уже после старта.

+15–20% резерв
- ☐ **Блок 5. Юнит-экономика — сколько остаётся с каждого чека**

В переменные расходы входит всё, что растёт с каждым гостем: расходники, эквайринг (обычно 1,5–2,5% с чека), бонусная часть зарплат. Выручка с гостя минус переменные = маржа.

маржа с чека
- ☐ **Блок 6. Постоянные расходы — всё, что платится и при нулевой выручке**

Аренда, оклады, коммуналка — очевидны. Неочевидны подписки: CRM, кассовое ПО, легальная музыка (РАО/ВОИС), платное размещение в картах. Мелочи собираются в десятки тысяч рублей в месяц. И да: маркетинг — постоянный расход, а не «по остатку».

в месяц
- ☐ **Блок 7. Точка безубыточности — постоянные расходы ÷ маржа с клиента**

Обязательно переведите результат в «гостей в день»: «1 100 гостей в месяц» звучит абстрактно, «37 в день» — цифра, которую можно сверить с реальным трафиком локации. Как именно — в мини-кейсе на следующей странице.

главная цифра
- ☐ **Блок 8. Окупаемость — инвестиции ÷ средний чистый поток месяца**

Если получилось меньше 12 месяцев — по нашему опыту, это почти всегда значит, что в смете что-то забыто или трафик завышен. Перепроверьте, прежде чем радоваться.

в месяцах
- ☐ **Блок 9. Риски и план Б — три главных угрозы и действие по каждой**

«Будем работать усерднее» — не план Б. План Б — это конкретика: «рядом откроется конкурент → запускаем абонементы и собираем базу до его открытия».

3 риска = 3 действия

02 Заполненный пример: семейный развлекательный центр

Пример: крытый активити-центр площадью 400 м² в городе на 200 тысяч жителей. Цифры округлены и усреднены для формата — это не смета конкретного объекта, а образец, как должны стыковаться блоки. Подставьте свои значения и проверьте, что математика сходится так же.

Блоки 1–3: клиент и его деньги

1 • Проблема и клиент

Семьи с детьми 4–12 лет: вечером и в непогоду в городе некуда пойти, кроме ТЦ и кино. Платит родитель, но решение о повторном визите принимает ребёнок.

2 • Решение

Крытый центр с активными аттракционами и зоной дней рождения. Против кино и батуты — эмоция, ради которой возвращаются, и готовый повод для праздника.

3 • Деньги клиента

Чек 1 200 руб на гостя, повторный визит раз в 1–2 месяца, день рождения — чек от 15 000 руб.

Каналы: карточки в Яндекс Картах и 2ГИС, Директ по «праздничным» запросам, VK-паблики города и сарафан от праздников.

02 Заполненный пример: семейный развлекательный центр — продолжение

Блоки 4–9: вся экономика проекта

Блок	Цифры примера	Как посчитано
4. Инвестиции	12 млн руб	оборудование 7 млн · ремонт 2,5 млн · депозит и аренда до открытия 1 млн · маркетинг запуска 0,5 млн · оборотный капитал 1 млн
5. Юнит-экономика	маржа 900 руб с гостя	чек 1 200 руб – переменные 300 руб (расходники, эквайринг, бонусы персонала)
6. Постоянные расходы	1 000 000 руб/мес	аренда 280 тыс · ФОТ 450 тыс · коммуналка и подписки 120 тыс · маркетинг 150 тыс
7. Точка безубыточности	≈1 100 гостей/мес	$1\,000\,000 \div 900 \approx 37$ гостей в день
8. Окупаемость	≈18 месяцев	при 2 000 гостях/мес: маржа 1,8 млн – постоянные 1 млн – налог УСН ≈ 650 тыс руб чистыми; $12\,млн \div 650\,тыс \approx 18$
9. Риски и план Б	3 риска → 3 действия	трафик ниже плана → пакеты для школ и детсадов в будни · индексация аренды → фиксация в договоре · простой оборудования → сервисный контракт и резервный фонд

МИНИ-КЕЙС: КАК МЫ ПРОВЕРЯЕМ СПРОС ДО ПОДПИСАНИЯ АРЕНДЫ

На нашей практике проверка локации занимает несколько дней и не стоит почти ничего. Шаг 1 — Вордстат: история запросов «куда сходить с ребёнком [город]» и «день рождения ребёнка [город]» за два года покажет и объём спроса, и сезонные провалы, которые потом лягут в стресс-тест. Шаг 2 — карты: открываем карточки всех детских развлечений в радиусе 3 км в Яндекс Картах и 2ГИС — темп появления новых отзывов косвенно показывает реальную посещаемость конкурентов. Шаг 3 — ноги: суббота у входа с блокнотом, лично считаем проходимость. Если после трёх проверок 37 гостей в день (это 5–6 семей в будний вечер и заполненный зал в выходные) выглядят фантастикой — меняйте локацию, а не цифры в плане.

03 Стресс-тест: план обязан выдержать три удара

Пересчитайте план в трёх сценариях

01 Удар 1: выручка -30% запас от 3 мес

Так выглядит обычный сентябрь или конец января в развлекательном бизнесе — сезонные ямы вы уже видели в Вордстате на этапе проверки спроса. Маржа падает, постоянные расходы — нет. Считаете: на сколько месяцев такой просадки хватит оборотного капитала?

02 Удар 2: аренда +20% до подписания

Пересчитайте точку безубыточности с новой арендой и переведите в гостей в день. Если новая цифра нереальна для локации — это ваш аргумент в переговорах с арендодателем ещё до подписания договора.

03 Удар 3: запуск сдвинулся на 2 месяца +2 мес расходов

Ремонт и согласования почти всегда дольше плана, а аренда и часть зарплат капают без выручки. Прибавьте к смете два месяца постоянных расходов — хватает ли денег до открытия?

04 Вердикт go / no-go

Выдержал все три удара — план готов к разговору с банком и партнёром. Не выдержал — меняйте смету и модель сейчас: на бумаге это бесплатно, после подписания аренды — нет.

03 Стресс-тест: план обязан выдержать три удара — продолжение

Что первым смотрит инвестор и кредитный комитет

☐ Реалистичность точки безубыточности

Первый вопрос всегда один: «а бывает ли столько клиентов в этой локации?» Ответ должен быть в плане, а не «сейчас посчитаю».

☐ Полнота инвестиций

Смета без оборотного капитала для опытного инвестора — сигнал, что за вторым траншем придут через полгода. Многие закрывают документ на этом месте.

☐ Происхождение цифр выручки

Данные работающих объектов в сопоставимых городах, динамика запросов в Вордстате, замеры проходимости и заполненность конкурентов — против «по ощущениям». Это и есть разница между планом и мечтой.

☐ Доля собственных денег

Банк заметно охотнее кредитует, когда 20–30% вложений — ваши. Это сигнал, что вы разделяете риск.

20–30% своих

☐ План Б по каждому риску

Не «приложим усилия», а конкретное действие с ответственным. Это читается за секунды и отличает подготовленного основателя.

ПРОГОНИТЕ ПЛАН ЧЕРЕЗ НИИ ДО ПОКАЗА ЖИВОМУ ИНВЕСТОРУ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Вот мой одностраничный бизнес-план: [вставьте все 9 блоков]. Выступи в роли скептического инвестора с опытом в развлекательных центрах. Найди 5 самых слабых мест плана, задай 10 неудобных вопросов, которые мне зададут на встрече, и пересчитай точку безубыточности при выручке на 30% ниже плановой.

04 От плана к запуску: юридический минимум и маркетинг до открытия

Юридический минимум — неделя, почти всё бесплатно

☐ Зарегистрируйте ИП или ООО онлайн — без пошлины и визита в налоговую

0 руб · 1–3 раб. дня

Сервис ФНС «Государственная онлайн-регистрация бизнеса» или бесплатная регистрация через банки (Т-Банк, Точка, Сбер): выпустят электронную подпись и сразу откроют расчётный счёт. При электронной подаче госпошлины нет.

☐ Подайте уведомление о переходе на УСН — и проверьте налоговые каникулы

30 дней с регистрации

Пропустите срок — до конца года проработаете на общей системе с НДС. Сравните УСН с патентом в калькуляторе «Выбор режима налогообложения» на сайте ФНС; в ряде регионов новые ИП платят налог по ставке 0% первые два налоговых периода — проверьте региональный закон.

☐ Поставьте онлайн-кассу до первого принятого рубля

штраф от 10 000 руб

Приём оплаты без ККТ — штраф для ИП 25–50% выручки мимо кассы, минимум 10 000 руб, для организаций — больше. Касса, фискальный накопитель и договор с ОФД — порядка 25–45 тыс руб, актуальные цены уточните у операторов.

☐ Проверьте, нужно ли уведомление Роспотребнадзора о начале деятельности

до открытия ·
бесплатно

Для ряда услуг населению уведомление подаётся до первого клиента — бесплатно через Госуслуги. Сверьте свои коды ОКВЭД с актуальным перечнем: за работу без уведомления предусмотрен штраф.

☐ Зайдите на мсп.рф через Госуслуги и получите список мер поддержки

бесплатно

Портал соберёт программы под ваш регион и профиль. Там же — запись в центр «Мой бизнес»: бесплатные консультации юриста и бухгалтера для начинающих.

☐ Договор аренды подписывайте только после юриста

3 пункта договора

Три пункта, которые дешевле обсудить заранее: потолок индексации (разумно просить не выше 5–7% в год), арендные каникулы на время ремонта (1–2 месяца — нормальная практика, если попросить), условия расторжения. Час юриста стоит меньше одного месяца лишней аренды.

04 От плана к запуску: юридический минимум и маркетинг до открытия — продолжение

Маркетинг запуска: что делать, пока идёт ремонт

☐ В день подписания аренды заведите карточки в Яндекс Бизнесе и 2ГИС

неделя 1 • бесплатно

Категории, фото, режим работы, статус «скоро открытие». Карточка набирает вес неделями — чем раньше заведёте, тем выше будете в выдаче карт к дню открытия. Маршруты и звонки потом видны в статистике кабинета — это ваш бесплатный счётчик спроса.

☐ Создайте VK-сообщество и сделайте посевы в городских пабликах

за месяц до открытия

Розыгрыш первого дня рождения или семейного билета в «Подслушано» и «Афише» города — цель не лайки, а база телефонов и предзаписи на праздники. На наших запусках первые дни рождения бронируют ещё до открытия: база, собранная за время ремонта, загружает выходные с первой недели.

☐ Запустите Яндекс Директ за 2 недели до открытия — только по горячим запросам

за 2 недели

Стартуйте с «день рождения ребёнка [город]» и «куда сходить с ребёнком [город]»: у этих запросов есть готовность платить. Так маркетинговый бюджет запуска из блока 4 не размазывается на охватные кампании, которые на старте не окупаются.

☐ Откройтесь с механикой сбора отзывов

с первого дня

QR-код на выходе со ссылкой на карточку в картах, администратор просит отзыв после каждого праздника. Рейтинг 4,7+ и свежие отзывы двигают карточку в локальной выдаче сильнее, чем рекламный бюджет.

ЧТО ДАЛЬШЕ: ПЛАН НА ФАКТИЧЕСКИХ ДАННЫХ, А НЕ НА ГИПОТЕЗАХ

Самое слабое место любого первого плана — цифры выручки «по ощущениям». Мы запускаем развлекательные центры под ключ и можем заменить гипотезы фактами: на нашей практике — 15 действующих центров и 0 закрытий, инвестиции 5–23 млн руб, окупаемость от 12 месяцев, запуск за 2–4 месяца. Напишите, какой у вас город, — пришлём финансовую модель с месячной выручкой сопоставимых центров, и ваш одностраничник заполнится реальными цифрами за один разговор. team-business.ru • +7 977 715-71-18