

— БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ

Запуск бизнеса за 2–4 месяца: план по неделям

Пять этапов от договора и финмодели до первых гостей: дедлайны по неделям, контрольные точки каждого этапа и чек-лист готовности к открытию из 15 пунктов — маршрут, по которому запущены 15 действующих центров сети.

ДЛЯ КОГО ЭТОТ ДОКУМЕНТ

Тем, кто решил открыть развлекательный центр и хочет понять реальный календарь: что происходит на неделе 1, 6 и в месяце 3

Тем, кто уже ищет помещение и буксует: план покажет, в каком порядке идут локация, проект, стройка и наём

Тем, кто сравнивает запуск своими силами и с командой — и хочет увидеть, где именно одиночки теряют месяцы и миллионы

01 Почему 2–4 месяца, а не год

Сам по себе развлекательный центр строится быстро: ремонт, монтаж оборудования и обучение команды укладываются в 2–4 месяца. Год и больше съедают не работы, а ожидания и переделки: поиск помещения вслепую без требований к трафику и техусловиям, проект, который дважды переделывается под СанПиН и пожарные нормы, наём «по объявлению» без профилей должностей — и повторный наём через месяц. Ниже — те же этапы глазами одиночки и команды, которая прошла их пятнадцать раз.

Где теряется время: этап за этапом

Этап	Сам, с нуля	С командой запуска
Финмодель	цифры «по ощущениям» из чужих видео — план не сходится с реальностью после открытия	модель на данных действующих центров, под ваш город и формат — недели 1–2
Помещение	3–6 месяцев просмотров без критериев: красивое, но без мощности или трафика	отбор по списку требований к площади, потолкам, электрике и трафику — недели 2–6
Проект и стройка	переделки проекта под нормы уже по ходу ремонта, простой подрядчика	типовой дизайн-проект с защитными нормами + авторский надзор — месяцы 1–3
Команда	наём без профилей ролей, обучение «как получится», текучка в первый месяц	готовые профили 5–7 ролей и программа обучения по стандартам сети — месяцы 2–4
Маркетинг	тесты рекламных гипотез на свои деньги после открытия, пустой первый месяц	предпродажи до открытия по связкам, отработанным на 15 центрах — месяцы 3–4

ЦЕНА САМОСТОЯТЕЛЬНОГО МАРШРУТА

По оценке сети, запуск в одиночку обходится до 17 млн руб лишних затрат и 2000+ рабочих часов — это регламенты, дизайн-проект, маркетинг, сайт, автоматизация и главная статья: стоимость собственных ошибок. Дальше в документе — план, который эти потери убирает.

02 Этапы 1–2: договор, финмодель, локация — недели 1–6

Календарь первых шести недель

01 Зафиксировать условия и посчитать финмодель недели 1–2

Формат под город: от 400 м² для городов 50–300 тыс., 600–1000 м² для 300–700 тыс., от 1000 м² для городов-семисоттысячников и выше. Финмодель считается до поиска помещения — иначе вы не знаете, какую аренду вообще можете себе позволить.

02 Составить требования к локации и собрать шорт-лист площадок недели 2–3

Письменный список: площадь, высота потолков, электрическая мощность, вентиляция, трафик, соседи. С ним вы отсеиваете 8 из 10 вариантов по телефону, не тратя недели на просмотры.

03 Просмотры и переговоры с торговыми центрами недели 3–5

На осмотр — с техническим специалистом, на переговоры — с пакетом цифр о трафике и времени пребывания гостя. Параллельно ведите 2–3 площадки: единственный вариант — слабая переговорная позиция.

04 Договор аренды: каникулы на стройку и бронь площадки недели 5–6

Арендные каникулы на период ремонта — норма рынка для якорного формата, а не одолжение. До подписания — проверка техусловий по электрике и вентиляции: их дешевле проверить сейчас, чем переделывать в стройку.

Чек-пойнт недели 6: что должно быть готово

☐ Финмодель под ваш город утверждена

Выручка, загрузка по месяцам, точка безубыточности — на данных действующих центров, а не на средних по интернету.

☐ Договор аренды подписан, каникулы на стройку зафиксированы

Срок каникул привязан к графику работ, а не «по договорённости».

☐ Техусловия помещения подтверждены документально

Мощность, вентиляция, нагрузка на пол — письмами УК, не словами менеджера по аренде.

☐ График стройки и монтажа согласован с подрядчиком

С этапными оплатами по актам — это ваша страховка от простоя.

03 Этап 3: проект и стройка — месяцы 1–3

Контрольные точки авторского надзора

- 01 Дизайн-проект утверждён до старта работ** месяц 1
В проект с первого дня защиты требования СанПиН, пожарной безопасности и зонирование под аттракционы — переделка на бумаге стоит часы, на объекте — недели.
- 02 Черновые работы и инженерия приняты по акту** месяцы 1–2
Электрика, вентиляция, полы под нагрузку от оборудования. Точка невозврата: после чистовой отделки исправление инженерных ошибок означает вскрытие готовых поверхностей.
- 03 Оборудование заказано до конца черновых работ** месяц 2
Производство и доставка аттракционов идут параллельно стройке, а не после неё — это главный резерв времени во всём плане.
- 04 Чистовая отделка, монтаж и тестовый прогон аттракционов** месяцы 2–3
Каждый аттракцион прогоняется под нагрузкой до открытия. Приёмка — по чек-листу, с фиксацией недоделок и сроков их устранения.

Типовые срывы сроков и как от них страхуются

Что срывается	Почему	Страховка
Подрядчик «уехал» на другой объект	оплата вперёд, договор без ответственности за сроки	этапные оплаты по актам + неустойка за просрочку в договоре подряда
Мощности не хватает под оборудование	техусловия не проверили до аренды	подтверждение мощности до подписания договора, запас в проекте
Оборудование едет дольше обещанного	заказ после окончания ремонта, «когда будет видно помещение»	заказ параллельно черновым работам, проверенные поставщики сети
Переделки под нормы после проверки	проект рисовали «для красоты», нормы вспомнили потом	СанПиН и пожарные требования защиты в проект с первого эскиза

04 Этап 4: команда — месяцы 2–4

Центру нужна команда 5–7 человек — и наём стартует за 4–6 недель до открытия, а не после монтажа последнего аттракциона. Ниже — профили ролей и программа обучения по неделям: к дню открытия каждый сотрудник уже отработал свой сценарий, а не читает инструкцию перед первым гостем.

Профили ролей: кого нанимаем

Управляющий — 1

Операционка, отчётность, P&L. Ключевой наём: ищем человека с ответственностью за деньги, а не «старшего администратора». Обучается на действующей точке сети.

нанять первым

Администраторы — 2–3

Приём гостей, продажи, кросс-сейл, работа с CRM и бронями. Смотрим на доброжелательность и скорость — техническим навыкам учим сами.

Операторы аттракционов — 2–3

Запуск оборудования, инструктаж гостей, безопасность. Обязателен отработанный сценарий действий при сбое каждого аттракциона.

Технический специалист — 1

Обслуживание оборудования: штатно или на аутсорсе с фиксированным временем реакции — для формата от 400 м² аутсорса обычно достаточно.

штат или аутсорс

04 Этап 4: команда — месяцы 2–4 — продолжение

Обучение: четыре недели до открытия

- 01 Стандарты, регламенты, техника безопасности** неделя 1
Каждый сотрудник знает регламент своей роли и общие правила: от встречи гостя до действий при нештатной ситуации.
- 02 Стажировка управляющего на действующем центре** неделя 2
Реальные смены на работающей точке сети: живые гости, живая касса, живые конфликты — до того, как это станет его центром.
- 03 Сервис и продажи: отработка сценариев на месте** неделя 3
Скрипты броней и допродаж, сценарии дней рождения, работа с очередью в пиковые часы — репетиции в собственном зале.
- 04 Генеральная репетиция: техническое открытие для своих** неделя 4
Друзья, семьи, первые гости по приглашениям. Полный прогон смены с реальной нагрузкой — ошибки находятся здесь, а не в день открытия.

05 Этап 5: маркетинг и открытие — месяцы 3–4

Предпродажи: город прогревается до открытия

- 01 **За 4 недели: карточки на картах и соцсети** 0 руб бюджета
Яндекс Карты, 2ГИС, VK-сообщество — с датой открытия и формой предзаписи. Модерация карточек занимает до недели, поэтому стартуем заранее.
- 02 **За 3 недели: лендинг с бронью и аналитика**
Цели «заявка», «звонок», «бронь» настроены до первого рубля рекламы — иначе после открытия вы не узнаете, какой канал привёл гостей.
- 03 **За 2 недели: розыгрыш и предпродажа сертификатов**
Розыгрыш к открытию собирает базу подписчиков, предпродажа сертификатов и броней на дни рождения даёт первую выручку до первого рабочего дня.
- 04 **За 1 неделю: платная реклама на подогретый город** тестовый бюджет
Яндекс Директ и VK Реклама включаются, когда база уже собрана: реклама догоняет тех, кто про вас слышал, — так заявка стоит дешевле.
- 05 **День открытия: работаем с загрузкой, а не с тишиной**
Лист броней на первый день заполнен до открытия дверей. Праздник открытия — это контент для соцсетей и первые отзывы на картах.

Первая неделя работы: ежедневный контур

- ☐ **Утренняя планёрка 15 минут: вчерашние цифры и сбои**
Выручка, брони, отказы оборудования, жалобы. Проблема, разобранный на второй день, не превращается в привычку персонала.
- ☐ **Ответы на каждый отзыв в день публикации**
Первые отзывы на картах читает весь город — рейтинг первой недели работает потом годами.
- ☐ **Контроль воронки: от заявки до брони и визита**
Смотрим стоимость брони по каналам, а не клики. Кампании без броней отключаем без жалости.
- ☐ **Сбор контактов каждого гостя в CRM**
30–40% гостей возвращаются ежемесячно — но только если у вас есть куда и кому написать.

06 Чек-лист готовности к открытию: 15 пунктов

Открываемся, только когда отмечены все 15

- ☐ **Касса зарегистрирована, тестовый чек пробит**
ККТ из реестра ФНС, договор с ОФД, оплата по QR через СБП подключена. документы
- ☐ **Эквайринг работает на всех точках оплаты**
Проверено картой, телефоном и по QR — в день открытия очередь не прощает «терминал завис».
- ☐ **СанПиН-папка собрана**
Медкнижки персонала, программа производственного контроля, договоры на дезинфекцию и вывоз отходов — в одной папке у администратора. документы
- ☐ **Пожарная безопасность закрыта**
Сигнализация принята, огнетушители по плану, эвакуационные выходы свободны, персонал прошёл инструктаж под подпись.
- ☐ **Уголок потребителя оформлен**
Правила посещения центра и возрастные ограничения аттракционов — на видном месте.
- ☐ **Каждый аттракцион прошёл тестовый прогон под нагрузкой**
Акт прогона по каждой единице, недоделки устранены до открытия, а не «по ходу».
- ☐ **Сценарий действий при сбое оборудования отработан**
Оператор знает: как остановить, что сказать гостю, чем заменить впечатление — без паузы и паники.
- ☐ **CRM, телефония и модуль броней связаны**
Тестовая заявка с сайта дошла до администратора и попала в CRM — проверено вручную.
- ☐ **Карточки на Яндекс Картах и в 2ГИС заполнены на 100%**
Категория, режим, телефон, 10+ живых фото — карточка ловит запросы «куда сходить» с первого дня.
- ☐ **База предзаписи собрана, брони первого дня подтверждены**
Обзвон или рассылка накануне: подтверждённая бронь — это гость, неподтверждённая — пустой слот.
- ☐ **График смен первой недели закрыт с резервом**
На пиковые дни — усиленный состав плюс сотрудник на подмене: первая неделя всегда тяжелее прогноза.
- ☐ **Сценарий первого дня расписан по часам**
Кто открывает, кто встречает, кто снимает контент, кто разруливает очередь — по именам, а не «разберёмся».
- ☐ **Запас расходников на две недели**
От упаковки и посуды до батареек и запчастей первой необходимости — закуплено до открытия.
- ☐ **Договоры на клининг и техобслуживание подписаны**
С фиксированным временем реакции — «позвоним, когда сломается» не считается.
- ☐ **Финмодель первого месяца перед глазами управляющего**
План выручки по неделям и точка тревоги: при отклонении вниз меры принимаются на неделе 2, а не в конце месяца.

06 Чек-лист готовности к открытию: 15 пунктов — продолжение

КАК ПРОЙТИ ЭТОТ ПЛАН НЕ В ОДИНОЧКУ

Всё, что вы прочитали, — рабочий маршрут команды TEAM-BUSINESS: 15 действующих центров, 0 закрытий, запуск за 2–4 месяца, инвестиции 5–23 млн руб под ключ. Самые дорогие этапы — локацию и переговоры с торговым центром — можем взять на себя: подберём помещение под трафик и формат и договоримся об условиях. План запуска под ваш город — на team-business.ru или по телефону +7 977 715-71-18.