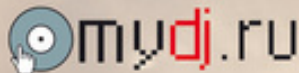




# СуперКлуб: PRE-PARTY



Составитель Роман Масленников

**Александр Минаев**  
**Ася Чепурина**  
**СуперКлуб: pre-party**

*Текст предоставлен правообладателем*  
*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=2819205](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=2819205)*  
*СуперКлуб: pre-party: Авторские; Москва; 2012*

**Аннотация**

Книга адресована всем, кто профессионально имеет дело с клубной жизнью – всем, кому ночной клуб - Дом Родной:

- инвесторам;
- владельцам;
- директорам и управляющим – настоящим и будущим;
- промоутерам и промоутерским группам, DJ-букинг-агентствам;

«СуперКлуб» также будет полезен диджеям, электронным музыкантам и даже клубберам.

Книга издана в формате PRE-PARTY. Продолжение - зависит от Вас! Используйте уникальный шанс попасть в Клубную Историю России.

# Содержание

Вступительное слово	5
Предисловие генерального партнера издания	7
Для кого эта книга?	8
Клуб	14
Создание концепции будущего клуба	14
Еще не открыты двери...	25
Анализ клубной конкуренции	27
Идея	27
Финансово – экономическое обоснование	27
Риски	28
Создание концепции будущего клуба	29
Зачем нужна концепция?	29
Что входит в концепцию?	29
Концепция есть, что дальше?	30
Исследование рынка	32
Исследование потребителя	33
Проектирование клуба	34
Что входит в проектирование?	34
Дизайн интерьера	37
Цена дизайн – проекта	38
Сроки выполнения дизайн – проекта	38
Состав дизайн – проекта	39
Для чего нужен дизайн – проект?	40

Комплектация проекта	41
Строительство	43
Строительство и реконструкция	43
Стройка с нуля	44
Если вы реконструируете помещение	45
Оборудование и материалы	47
Стартап клуба	49
Концепции развлекательных заведений	51
Event restaurant (Событийный ресторан)	51
Event arena (площадка для мероприятий)	52
Конец ознакомительного фрагмента.	53

# Ася Чепурина, Александр Минаев СуперКлуб: pre-party

## Вступительное слово

Это не учебник. Это скорее навигационная карта. Карта, по тому, как открывать или как совершенствовать уже открытый ночной клуб. Открытый недавно или год назад – неважно: всегда есть идеи, о которых вы не знаете. И один из источников идей – данная книга.

Данная книга издается в уникальном формате – формате, скажем так, pre-party. Цель данного издания выступить в качестве разогревочного аперитива к труду более объемному – полному руководству по открытию и раскрутке ночного клуба. Но состоится ли оно – зависит только от вас! Как это?

А вот так! В книге специально оставлено множество белых пятен специально для того, чтобы опытные специалисты: управляющие ночными клубами, директора и собственники, промоутеры, диджеи, администраторы, бармены и охранники – поделились своими историями из практики! Как только наберется достаточный материал – мы издаем «СуперКлуб». А пока так – «СуперКлуб: PRE-PARTY». И

– вам слово!

Все истории, предложения, рассказы и целые главы можете слать по адресу PR@MyDj. ru. Телефон вы можете найти на сайте Группы компаний www. MyDj. ru.

Заканчивается данная «методичка» типологией клубных заведений с примерами и стенограммами интервью с великими клубными деятелями России. Отдельное спасибо компании Art People Group и ClubConcept, и лично ее владельцу Александру Минаеву и Асе Чепуриной, материалы которых и составили данную книгу.

### ***Роман Масленников***

*PR – директор диджейских агентств MyDj. ru, XXDj. ru и Personal-Dj. ru*

# Предисловие генерального партнера издания

Анализируя современную клубную деятельность в нашей стране, мы столкнулись с проблемой информационного голода нынешних клубных промоутеров и инвесторов. И особенно остро это чувствуется в регионах России и странах СНГ.

Попытки рассказать людям как правильно создать успешный клубный проект и кто есть кто в клубном бизнесе, привели нас к открытию информационно – консалтингового проекта clubconcept. ru.

Двигаясь в этом направлении – мы пришли к этой первой книге.

Надеюсь, информация, которую мы предлагаем на страницах нашей книги, будет не только полезна, но и даст вам заряд к новому качественному скачку вперед и в нашей стране появиться еще несколько десятков ярких клубных БРЭНДОВ.

*Александр Минаев*

*Владелец Art People Group и ClubConcept. ru*

## Для кого эта книга?

В эпоху удачного капитализма 90–х и 2000–х многие задумывались о собственном бизнесе. Небольшое предприятие, открытое на сущие копейки, рано или поздно готово обернуться для вас целой уймой денег – только принеси в индустрию хорошую идею.

И если случилось так, что вы любите бывать в ночных клубах, то наверняка вас хоть раз посещала крамольная мысль: «А вот если бы клуб был мой, я сделал бы все совершенно по – другому!»

Идея эта, правда, обычно в пух и прах разбивается о заявления скептиков: рынок перенасыщен, это будет стоить много денег, никто никогда не будет спонсировать ночной клуб... Отговорок можно найти сколько угодно – есть ли в них правда? Лишь отчасти.

Действительно, для того, чтобы открыть собственный ночной клуб, нужны серьезные начальные инвестиции, да и окупаться заведение может не год и не два, зачастую на это уходит до нескольких лет. Однако при наличии действительно крепкой идеи и серьезного желания открыть по – настоящему стоящее место, можно свернуть горы. И, найдя подходящего спонсора (или даже, чем черт не шутит, вложив собственные средства), открыть собственный ночной клуб.

Только представьте: свет софитов, толпа людей у входа,

повсюду мелькают лазеры, в VIP – зоне укромно притулилась заезжая голливудская звезда, а за вертушками весело лабаает именно вашу любимую музыку тот самый ди – джей, чьего приезда в ваш город вы ждали столько лет. И он приехал именно к вам, и именно у вас ставит на уши переполненный танцпол, пока остальные клубы завистливо кусают локти. А ваши бармены лишь успевают принимать заказы – касса трещит ежесекундно, обеспечивая вам очередную поездку на Ибицу. – «Надо же посмотреть, что происходит в главной ночной столице мира». Возможно, почерпнуть пару – тройку толковых идей для вашего клуба. Ну и познакомиться с новыми ди – джеями, которые уже вот – вот будут здесь на этом же танцполе, зажигать такой же переполненный зал, принося вам очередные сверхприбыли.

Вкусная картинка, не правда ли? Тут снова должен включиться, как в древнегреческих комедиях, хор унылых скептиков: «Дорого! Невозможно! Не получится! Рынок не позволит!». Но давайте все-таки смотреть правде в глаза. – «У кого-то же получается?»



Есть у меня один любимый фильм, «Студия 54». В нем приведен пример одного совершенно уникального проекта – клуба, который на сегодняшний день уже стал легендарным. Открытый на сущие копейки, всего за пару лет он смог превратиться в популярнейшее место, куда приезжали не только голливудские знаменитости, но даже королевские персоны специально брали свои джеты и летели в Нью – Йорк, чтобы провести всего одну ночь в самом популярном клубе планеты, а затем снова в жутком похмелье вползти в свой самолет – и домой...

Посмотрите или пересмотрите этот фильм. Если отбросить в сторону фальшивые сопли о неразделенной любви,

лейтмотивом проходящие через все кино, то можно подметить множество интереснейших деталей, такие как: владелец клуба Стив Рубелл по два – три раза за ночь снимал каску, вынося из бара целые мешки с наличностью; в клуб проходили только самые богатые и знаменитые люди мира (порой клуб даже пустовал вовсе, когда богатых и знаменитых не набиралось достаточно, но планку не опускал ни при каких обстоятельствах – очередь стояла постоянно)<sup>1</sup>. Впрочем, фильм, как и реальная история, заканчивается трагически – налоговая служба достаточно быстро прикрыла популярное местечко. Однако что мешает открыть такое же заведение сегодня уже на более легальных основаниях?

Да даже если не замахиваться на клуб с мировой популярностью и славой» Студии 54». Возвращаясь к тому, что мы сказали в самом начале, каждого, кто ходит в ночные клубы, хоть раз посещала крамольная мысль: «А вот если бы клуб был мой, я сделал бы все совершенно по – другому!». А это значит только то, что клубов в этом мире недостаточно. И если вас действительно увлекает какая-то концепция, идея ночного заведения вашей мечты, наверняка она найдет отклик в сердцах сотни – другой клабберов. И они потянутся стройными рядами именно в ваш уникальный, самый лучший ночной клуб.

Для того, чтобы его построить, нужно приложить всего

---

<sup>1</sup> Статья о «Студии 54» в Википедии – [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%8F\\_54](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%8F_54)

чуть – чуть усилий. А если вы прочтете эту книгу, множество вопросов отпадут сами собой. Ну что, помечтаем вместе о том, как бы мы открывали СуперКлуб?

*Ася Чепурина*

*главный редактор портала ClubConcept*



ClubConcept<sup>2</sup> – профессиональное медиа – пространство, объединяющее самую актуальную информацию рынка nightlife. Цель проекта Club Concept – познакомить будущих и нынешних владельцев ночных клубов, промоутеров, арт – директоров, управляющих и администраторов с новыми тенденциями на клубном рынке, поделиться опытом и рассказать о последних событиях в клубной индустрии. Также проект Club Concept занимается полным спектром работ по открытию клубов в России и за рубежом. Мы можем не только помочь создать уникальный и прибыльный проект, но и оценить деятельность уже существующего клуба и помочь владельцу сделать проект рентабельным или же увеличить обо-

---

<sup>2</sup> <http://mag.clubconcept.ru/about/>

роты. Специалисты Club Concept помогут разобраться в основах клубного бизнеса и окажут всестороннюю поддержку в открытии новых клубных проектов. Проект Club Concept предлагает не только профессиональные консультации с выездом на объекты в России и за ее пределами, но и полный комплекс работ по открытию клуба: от создания и детальной проработки уникальной концепции клуба до стартапа (запуска проекта в коммерческую эксплуатацию).

# Клуб

## Создание концепции будущего клуба

Возвращаясь к тому, что мы сказали в самом начале, клуб начинается с идеи. Как и любой стартап, клубный бизнес достаточно быстро выживает новичков, которые приходят на рынок с целью лишь скопировать какую-либо уже прижившуюся схему. Приведем пример:

*В городе N открывается клуб» Второй по отличности клуб», очень похожий на клуб» Самый лучший клуб». Он возит тех же ди – джеев, предлагает то же самое скромное коктейльное меню и даже в интерьере использует те же приемы, использованные» Самым лучшим клубом». Да и рассчитывает на ту же самую аудиторию, что и» Самый лучший клуб» – возможно, на тех несчастных клубберов, которых» Самый лучший» не пускает из-за весьма скромной площади помещения.*

*Однако публика все равно продолжает стоять перед закрытыми дверями» Самого лучшего», несмотря на то, что промоутеры активно лоббируют новую площадку. Владельцы» Второго клуба» не учли одного фактора – у» Самого лучшего клуба» есть серьезное преимущество – он уже узна-*

ваем, да и клабберы к нему привыкли, и им легче отстоять невообразимую очередь, нежели свернуть за угол и зайти во» Второй», который может оказаться сущей издевкой. Да и знакомых лиц там наверняка будет немного – клабберы об этом тоже подозревают.

При прочих равных у» Самого лучшего» есть серьезное конкурентное преимущество – узнаваемость бренда и наработанная собственная аудитория, которая также привлекает дополнительных гостей. В данном случае куда более эффективной тактикой будет открытие второго клуба того же бренда либо по франшизе, либо просто путем расширения бизнеса его действующими владельцами.

Данная схема работает лишь в том случае, если копировать вы собрались какой-либо уже признанный во всем мире образец. Однако и в данном случае банальный сорураст вряд ли сработает. Открывая клуб уровня Space Ibiza в Москве, всегда стоит понимать, что даже на 100 % скопировав интерьер, меню и расписание ди – джеев, у вас вряд ли получится завоевать такую же популярность.

Дело в том, что запросы публики на Ибисе и в Москве не просто разнятся, но порой даже диаметрально противоположны друг другу. Когда на Ибисе отдыхающему хочется мирно расслабиться на after-party под тихий лаунж и шум волн, московская публика от after-party ждет совершенно другого. Тот же Space, веранда которого выходит на взлетно

– посадочную полосу местного аэропорта и заставляет приятно вздрагивать при каждом приземлении самолета, вряд ли будет удачно смотреться в» Домодедово».

Добротная идея для ночного клуба складывается из целой совокупности факторов. Для того, чтобы правильно спланировать будущее заведение, (а на самом деле это самое важное), следует учитывать не только запросы аудитории на той местности, где вы собираетесь открывать клуб, но и ее возможности и потребности. То есть, даже предполагая, что аудитория в деревне Зюзино уже много лет безуспешно ждет крупных привозов уровня Armin van Buuren и Tiesto, стоит понимать, что ждать-то они могут их сколько угодно. Современные российские реалии таковы, что у всех этих отчаявшихся клубберов просто не хватает денег на то, чтобы оккупить даже единичный крупный привоз.

Впрочем, раз вы взялись за эту книгу, наверняка у вас уже есть та идея, которая может поглотить вас целиком и полностью и потянуть за вами не только сотню ваших френдов на Фейсбуке, но и добрую половину города. Теперь стоит заняться проработкой детальной концепции будущего клуба.

В отличие от идеи, смею вас заверить, процесс проработки концепции менее творческий. Однако не менее увлекательный.

Концепция клуба – это первое, на что владельцу следует обратить внимание при проведении любых работ: как строительства ночного клуба с нуля, так и легкой реконструк-

ции помещения или даже ребрендинга уже готового клуба. Именно от концепции будет зависеть доходность вашего будущего клуба: в этом документе важно сразу прописать то, каким образом вы собираетесь получать доходы от вашего будущего заведения – например, с наценок в баре или же с платы за вход.

Разберемся по порядку. Что должно присутствовать в концепции СуперКлуба?

**1. Описание идеи клуба.** В концепции клуба идея должна из абстрактной мысли превратиться в законченную и оформленную стройную идею, которой вы будете руководствоваться в дальнейшем при планировании и строительстве вашего СуперКлуба. Поэтому идея не может занимать две строки примерно такого содержания: «Хочу построить клуб и возить туда диджеев из первой десятки Top 100 Dj». Это не идея. Идея включает в себя помимо того новаторского решения, которое вы привнесете на клубную сцену города, еще и описание наиболее выгодной ценовой и музыкальной политики, целевой аудитории и даже интерьерных решений будущего заведения. Не исключено, что для описания идеи вам может потребоваться дополнительная помощь и даже проведение специальных маркетинговых исследований рынка, которые помогут определить наиболее выгодные решения для будущего клуба.

На самом деле, для того, чтобы самостоятельно сплани-

ровать заведение, нужно обладать определенным опытом в клубной сфере и хотя бы чуть – чуть понимать клубную индустрию изнутри – как она работает, чего на самом деле ждет публика и какие решения оказываются наиболее выигрышными. Зачастую бывает так, что ваши потенциальные клиенты в один голос твердят, что городу просто необходим клуб с так называемой «интеллектуальной», сложной и многообразной музыкой, которую можно было бы слушать, неспешно потягивая коктейли и наслаждаясь ей, как академической. Открывая такое заведение и приглашая туда глубоко андеграундных замысловатых исполнителей и живые коллективы, вы удивитесь, насколько оно будет непопулярным, оставляя длинные очереди более попсовым клубам с банальным приевшимся хаусом.

«Как же так?» – вззоете вы, памятуя о том, что все эти люди, которые сейчас толпятся у входа в плохонький малобюджетный клуб, еще несколько месяцев назад говорили о том, как им не хватает интеллектуальных изысков и сложносочиненных коктейлей. Все дело в том, что людям свойственно себя приукрашивать. На вопрос «чего вам не хватает на клубном рынке?» – они отвечают так, чтобы показаться лучше, чем они есть на самом деле. И представляясь вам эдаким снобом, на самом деле они могут быть совершенно не готовы к тому материалу, который вы уже сейчас можете им предоставить. А возможно, они просто заискивали перед вами, чтобы в перспективе получить клубную карту. Ну, или

просто вы – красивая девушка с ногами от ушей. Тут уж любой разобьется в пух и прах, чтобы показаться вам утонченным интеллектуалом.

Поэтому даже предварительную работу по исследованию аудитории следует проводить с умом, всегда делая скидку на то, что людям свойственно приукрашивать и себя, и собственные ожидания.

## **2. Описание целевой аудитории и класса заведения.**

Описание потенциального клиента, который будет посещать ваш клуб – это, на наш взгляд, самая основная часть концепции, к которой следует подойти с максимальной ответственностью. Ведь именно гости вашего клуба будут приносить вам доход и наращивать популярность площадки. Поэтому на этапе разработки концепции клуба следует максимально точно обрисовать портрет будущего клиента.

Чем полнее вы его опишете, тем больше у вас вероятность угадать именно с тем форматом, который принесет вам успех.

Подумайте, как выглядит ваш потенциальный клиент? Чем он живет? Какую музыку слушает? Закончил ли он вуз или только собирается поступать туда? Где он работает? Как обедает? Сколько раз в неделю ходит в ночной клуб? Зачем он туда ходит? Таких вопросов следует набросать как можно больше, причем не бойтесь ставить даже самые, казалось бы, не связанные с клубной индустрией.

Зная, сколько часов в день ваш прямой клиент проводит

в интернете, вы сможете не только спланировать рекламную кампанию, но и понять, чего он ждет от ночного клуба. Человек, который от силы полчаса в день проводит в сети, априори будет менее требователен, чем тот, который по несколько часов в день проводит на профильных сайтах и изучает клубы всего мира. Даже из информации о том, какую зубную пасту предпочитает ваш будущий посетитель, можно почерпнуть немало важного для себя. И помните, что вся ваша концепция будет в дальнейшем базироваться именно на этом исследовании потребителя. Поэтому подходите к нему со всей внимательностью и аккуратностью.

Особенно точно определите доход вашего потенциального клиента – помните, что часть его денег в конечном итоге должна оказаться у вас в кармане. Исходя из информации о том, сколько получает ваш клиент и сколько он готов тратить денег на развлечения, определяйтесь и с классом будущего заведения: люксовый, средний, бюджетный или какой-либо еще? Здесь уже стоит примерно прикинуть и цены, которые будут установлены в клубе.

**3. Планировочные решения.** Какой бы идеальной ни была изначальная идея, предложенная для вашего СуперКлуба, помещение все же играет далеко не последнюю роль. Качество работы клуба во многом будет зависеть от того, каким образом вы распланируете зоны вашего будущего помещения. И речь даже не столько о танцполе, чилл – ауте и VIP – зоне, сколько о технических зонах, которые вам по-

надобятся для расположения кухни, зоны для официантов и зоны отдыха персонала. Для того, чтобы спланировать эти помещения максимально эффективно, стоит разработать не один, а сразу несколько вариантов распределения пространства, продумать степень функциональности помещений, затем проанализировать все возможные решения и на основании этого анализа выбрать оптимальный вариант.

Поскольку разработка детального плана требует определенного понимания того, как работает ночной клуб, для этой работы все же лучше привлечь профессионалов. В исключительных случаях сами владельцы клубов пытаются самостоятельно разобраться в работе официантов и барменов, чтобы наиболее удачно спланировать помещение и организовать работу в нем.

*Предприниматель Давид Ян, например, перед тем, как открыть собственное F. A. Q. – Cafe, обучался работе бармена, а впоследствии и работал в этом качестве в клубе. И это при том, что к моменту открытия заведения он уже был состоявшимся бизнесменом с весьма успешным проектом, а клуб он открывал фактически для друзей.*

*«Просто в моей квартире перестало хватать места для наших тусовок», – пояснял он в эфире передачи «Правда о...». Пример показателен: клуб Яна оказался настолько успешен, что уже вскоре он разросся до сети кофеен по Москве, а сам Ян начал заниматься оптимизацией ресто-*

*ранов, создав одну из самых успешных на этом рынке компаний iiko.*

**4. Описание стилистической концепции оформления интерьеров.** Интерьер – очень важная составляющая любого клуба. Когда гость заходит в новое для себя заведение, интерьер – это первое, на что он обращает внимание. И это его первое впечатление, из которого впоследствии будет строиться представление о клубе.

Интересное оформление непременно зацепит его взгляд, а детали могут заставить говорить именно о вашем месте, запуская среди друзей» вирусную рекламу». Такой деталью может стать, например, мультяшное порно, выложенное мозаикой на стене танцпола, раковины, установленные прямо в баре (все это можно найти в DenisSimachev Shop&Bar), огромная грибная мембрана над баром, которая переливается всеми цветами радуги (Imperia Lounge) или же позолоченные фигуры мифических животных (Рай).

Именно поэтому к оформлению ночных клубов стоит подходить с особенной ответственностью. Для того, чтобы грамотно спланировать интерьер заведения, вам потребуется та самая концепция, о которой мы уже писали выше. В первую очередь определите, какую аудиторию вы будете привлекать в клуб. Если, например, вам нужен гламур во всех его проявлениях, женщины в бриллиантах и мужчины в костюмах, то их всегда привлекают богатые и пышные интерьеры. Если,

наоборот, в будущем клубе будут тусоваться подростки, им дутовый пафос и хрустальные люстры ни к чему – даже если вы их сделаете, их наверняка разобьют на первой же вечеринке. Лучше оформите клуб просто, но аккуратно. Не забывайте также и о звуке – пустые помещения, например, будут создавать эхо, а обилие мягкой мебели будет поглощать звук, делая его более мягким.

И помните о том, что потратиться один раз на шикарную мебель и жить с этим удовольствием всю оставшуюся клубу жизнь просто не получится. Специфика ночного заведения заключается в том, что люди здесь пьют и курят. Поэтому бархатный диван прожгут (и не один раз!), дорогие светодиоды разобьют, а шикарные стулья сломают. Планируя интерьер рассчитывайте на то, что вы сможете оперативно поменять вышедший из строя элемент декора.

*Сергей Гулливер, экс – совладелец клуба «Дягилевъ», известный московский промоутер: «Половина клуба буквально всегда оставалась разбитой, прожуженной, отломанной, приходилось всю неделю все латать, восстанавливать и устанавливать. Это только кажется, что у нас такой высокодоходный бизнес. На самом деле очень много уходит на такие непредвиденные расходы. Вот есть у нас какой-то дорогой прибор, свет, а там, к примеру, лампочка ломается. А лампочка эта стоит \$500, приходится менять, переустанавливать все. И таких мелких поломок очень много –*

*это же клуб, постоянно дым, что-то летает, в эти лампы что-то попадает, они перегорают»<sup>3</sup>.*

**5. Варианты названия заведения.** Опыт показывает, что название обычно рождается еще на стадии зарождения идеи клуба. Однако никогда не стоит заикливаться на чем-то одном – подберите несколько оптимальных вариантов, оцените их и уже на основе этого анализа выбирайте подходящее.

Попробуйте подставить эти названия в словосочетания» Пойдем в...», «Я сегодня был в...«или» Клуб... – не такой уж отстой».

Подумайте, в каких еще предложениях будет использоваться название клуба, насколько оно легко произносится и запоминается. Если вы назовете клуб» Рождение трагедии из духа музыки», то это название легко может забыться, а клиент, подумав пару секунд, наберет в поисковике не его, а какое-либо другое. И будь это хоть тысячу раз ваше любимое произведение Ницше.

---

<sup>3</sup> Сергей Гулливер: «В клубе Dяgilev клиенты оставляли слишком много денег» – <http://mag.clubconcept.ru/person/gulliver/>

## **Еще не открыты двери...**

Прежде чем планировать собственный бизнес в сфере ночных развлечений, крепко задумайтесь – действительно ли вы готовы посвящать себя новому проекту целиком, до мелочей прорабатывая каждую деталь будущего заведения. Многим кажется, что начать бизнес в клубной индустрии – дело нехитрое, однако это совсем не так. Для того, чтобы сделать действительно качественный, интересный, модный и, главное, прибыльный ночной клуб, вам необходим тщательно проработанный план действий, уникальная концепция будущего заведения, продуманные музыкальные и интерьерные решения, четкое понимание того, для какой аудитории строится клуб и внимательное изучение своей аудитории. Другими словами, клубный стартап требует инвестиций не только финансовых, но и физических.

Детально проработанный бизнес – план не гарантирует 100 % успеха, но его наличие позволит сформировать целостное представление о проекте, спланировать и оптимизировать расходы. Разработкой подробного бизнес – плана часто занимаются профессионалы на основе исследования и анализа рынка. Содержание и структура бизнес – плана могут варьироваться в зависимости от целей составления документа.

Но обычно в нём содержатся следующие разделы:

### **Краткое описание (лаконично суммирующее основные моменты и идеи проекта)**

- Информация о проекте (резюме, концепция заведения, функциональная и организационная структура, эскизы интерьеров, название и логотип);
- Маркетинговые исследования (анализ рынка, конкуренция, сегмент рынка, ценовая политика);
- План по расходам и прибыли (предполагаемый объем доходов и расходов и то, каким образом это будет достигнуто. Техничко – экономическое обоснование проекта);
- Инвестиции (источники и детализированная смета расходов на реализацию проекта);
- План по ресурсам (список и сроки обеспечения необходимыми ресурсами);

Финансовый план (обобщающий все перечисленное в цифрах).

Разработка бизнес – плана – услуга дорогая и не всегда экономически целесообразная. Однако он необходим, когда требуется привлечение инвесторов или оформление банковского кредита.

Чтобы самостоятельно выработать наиболее интересную идею проекта и оценить её финансовый потенциал, нужно составить резюме бизнес – идеи. Эта модель позволяет систематизировать основные аспекты намеченного коммерческого проекта.

# Анализ клубной конкуренции

Необходимо оценить форматы, основные параметры конкуренции, ценообразование, услуги, популярность, посещаемость. Обратите внимание на сильные и слабые стороны своих основных конкурентов.

## Идея

Сформулируйте основную идею заведения, формат, идеологию, кухню, систему работы, желаемый имидж и нишу на рынке. Выделите уникальные особенности вашего проекта, которые будут выгодно выделять его на рынке. Если у вас есть помещение, идею нужно оптимизировать под него.

## Финансово – экономическое обоснование

Математические таблицы, показывающие основные финансовые механизмы. Как правило, составляют два варианта развития событий с минимальными и максимальными показателями. Основные моменты расчётов:

### • Показатели выручки

Продажа билетов (средняя посещаемость, по дням недели помноженная на стоимость входа), выручка бара и кух-

ни (средний чек на количество гостей в зависимости от дня недели).

- **Расходы**

Сумма текущих расходов: аренда, фонд заработной платы, закупка напитков и продуктов (примерно 20–35 % от выручки бара и кухни) коммунальные услуги техническое обеспечение, реклама, шоу – программа.

- **Прибыль**

От валовой выручки вычитайте сумму текущих расходов и налоги. **Копите деньги! Обычно инвестиции в успешные клубные проекты стартуют с \$1 000 000.**

## Риски

Максимально развернуто оцените риски, которые могут возникнуть при реализации проекта. Разбирайте каждый случай предметно, определите в риске: причины, воздействия, вероятность наступления, степень влияния, управление и минимизацию последствий.

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/27/>*

# Создание концепции будущего клуба

## Зачем нужна концепция?

**Во – первых**, вы должны понять, а главное увидеть и показать другим участникам проекта, что вы собираетесь строить.

**Во – вторых**, вы должны все просчитать: спланировать требуемые инвестиции в проект, рассчитать затраты на строительство, открытие и продвижение, определить ежемесячный бюджет расходов.

**В – третьих**, вы должны определить потенциал развития и популярности вашего клуба.

## Что входит в концепцию?

**Концепция ночного клуба** – история индивидуальная, поэтому при разработке всегда учитывается местонахождение, площадь и пр.

### **Примерный состав концепции ночного клуба:**

- выбор помещения;
- определение музыкального формата;
- зонирование;
- планировочные решения с учетом особенностей поме-

щения;

- распределение гостевых потоков при различных мероприятиях;
- схема движения персонала и описание концепции обслуживания;
- предварительная расстановка технологического оборудования;
- определение функционального назначения всех помещений;
- расстановка мебели и оборудования;
- эскизы интерьера;
- варианты названия и логотипа;
- эскизы формы персонала;
- концепция меню бара и кухни;

предварительная спецификация на отделочные материалы и оборудование.

Разработка концептуального проекта длится в среднем один – два месяца.

Материалы концептуального проекта являются техническим заданием на рабочее проектирование (архитектурно – строительная часть, инженерия, дизайн – проектирование).

## **Концепция есть, что дальше?**

После того как концепция утверждена заказчиком, можно приступить к другим необходимым проектам, в частности

к дизайн – проекту. Как правило параллельно необходимо начинать проектирование вентиляции и других инженерных сетей, разрабатывать проект инсталляции света, звука и видео.

Наличие утвержденного концептуального проекта позволит всем подрядчикам двигаться в одном направлении с четким пониманием итоговой задачи.

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/28/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Исследование рынка

Важно объективно понимать потенциал города, географию, численность, уровень жизни, социального и экономического благополучия населения.

Развитие развлекательной и клубной индустрии, менталитет и культурные традиции людей. Так, например, нецелесообразно строить в областном центре с населением меньше 1.5 млн. человек клуб *luxury* – сегмента.

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/27/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Исследование потребителя

**Определите, кто будет являться вашей аудиторией. Здесь в первую очередь важны их возрастная группа, доход и социальный статус. Какой они ведут образ жизни, их интересы и предпочтения. Какая у них мотивация для посещения вашего заведения. Достаточно ли такой публики в вашем городе.**

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/27/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Проектирование клуба



**Проектирование** – архитектурно – конструктивный и инженерно – технический план постройки или реконструкции здания.

## Что входит в проектирование?

- Архитектурные решения с проектом фасада, разрезами и кладочным планом здания;
- Конструктивные решения стен, перегородок, полов, лестниц, кровли;
- Планировочные решения с экспликацией помещений;

- Перепланировка здания (если клуб создается в уже существующем здании), план демонтируемых и возводимых стен и перегородок, устройство проёмов;
- Проект оформления интерьеров (дизайн – проект интерьеров);
- Проект инженерных сетей (канализация, водоснабжение, вентиляция, кондиционирование, отопление);
- Технологический проект кухни и баров (расстановка оборудования с привязками и точками подключения);
- Проект инсталляции шоу – оборудования (проект размещения и подключения акустических приборов, световых приборов, систем видеотрансляции, специального шоу – оборудования);
- Проект рекламного оформления интерьеров (определение мест размещения рекламных вывесок, инсталляций, афиш, баннеров и т. п.);
- Проект пожаротушения и противопожарной сигнализации;
- Проект электрических сетей;
- Проект слаботочных сетей;
- Проект видеонаблюдения и доступа.

**Список проектных работ может быть расширен в зависимости от сложности проекта и поставленных задач.**

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/29/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Дизайн интерьера



**Дизайн интерьера** – авторское произведение, требующее авторского надзора при выполнении отделочных работ.

**Разработка дизайн – проекта** осуществляется по утвержденному концептуальному проекту при наличии инженерных и архитектурно – строительных проектов.

Все работы, связанные с дизайном интерьеров, выполняются в рамках выделенного бюджета. Бюджет проекта зависит от конкретной задачи. Если в одном случае можно обойтись яркими декоративными элементами и предметами мебели, то в другом необходимо прорабатывать каждую деталь интерьера, многие из которых будут являться авторскими.

В любом случае ценовой диапазон стоит определить еще до начала работ. При определении бюджета проекта помните, что не стоит стремиться сделать заведение самым дорогим в городе, необходимо просто сделать его работающим и рентабельным.

Вложения в интерьер – тема особая, требующая индивидуального обсуждения. Для консультации приглашайте наших специалистов.

## **Цена дизайн – проекта**

Стоимость дизайн – проекта обычно зависит от площади клуба, статуса и музыкальной политики.

Для объектов от 300 до 1000 кв. метров стоимость составляет от 1300 руб./кв. м

Для объектов от 1000 до 2000 кв. метров стоимость составляет от 1000 руб./кв. м

Для объектов площадью менее 300 и более 2000 кв. метров стоимость определяется индивидуально.

## **Сроки выполнения дизайн – проекта**

Срок выполнения дизайн – проекта составляет в среднем 1,5–2 месяца. Многое зависит принятой концепции и ее сложности.

# Состав дизайн – проекта

- Обмерный план М 1:50;
- План Объекта (по утвержденному заказчиком варианту)

М 1:50;

- Перспективные виды интерьеров;
- План демонтируемых и возводимых перегородок;
- Отметки высот потолков и привязки;
- План расстановки мебели и сантехоборудования с привязками;
- План типов полов с указанием раскладки;
- План типов потолков с сечением по потолкам;
- План размещения осветительных приборов по группам с расстановкой выключателей;
- План расстановки электрических розеток (силовых, слабых, телевизионных и компьютерных);
- Ведомость дверных проемов;
- План расположения и открывания дверей;
- Развертка стен;
- Ведомость отделки стен;
- Колористическая карта;
- Необходимые развертки, узлы и разрезы, без мебели М 1:25;
- Спецификация сантехнического оборудования;
- Спецификация светильников;

- Спецификация напольных покрытий;
- Спецификация розеток и выключателей;
- Спецификация предметов мебели;
- Спецификация заполнения оконных и дверных проемов;
- Эскизный проект декоративных элементов;
- Эскизный проект нестандартной мебели;
- Подбор и разработка эскизного проекта барных стоек.

## **Для чего нужен дизайн – проект?**

**Дизайн – проект** – это альбом – руководство для строителей, занимающихся чистовой отделкой помещения.

Помните, что внесение изменений на стадии дизайн – проекта приводит к удорожанию проекта и увеличению сроков проектирования. Вся» красота» делается на стадии разработки концепции.

Авторский надзор за выполнением работ по дизайн – проекту выполняется и оплачивается отдельно.

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/30/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Комплектация проекта



Комплектация клуба – это процесс комплексного обеспечения строящегося объекта материалами, конструкциями, предметами интерьера, мебелью и элементов декора в строгой привязке с дизайн – проектом и технологической последовательностью выполнения работ.

В процессе комплектации объекта нужно продумать огромное количество деталей – это кухонная и барная мебель, столы, шкафы, полки, столешницы, барные стойки, стулья, строительные материалы, включающие в себя материалы для полов и стен, электрику, коммуникации и герметизацию, а также предметы интерьера и декора: светильники,

ки, картины, ковры, вазы и многое другое.

***Источник: <http://info.clubconcept.ru/31/>***

А теперь...

Вам – слово!

Ваш комментарий, предложение, история!

# Строительство



## Строительство и реконструкция

Начиная строительство или реконструкцию клуба, будьте уверены, что:

- Сил и средств достаточно для того, чтобы закончить стройку (особенно если впереди ждут ежемесячные платежи по аренде);
- Есть грамотный профессиональный проект (от этого зависит темп стройки);

**Вы нашли профессиональных строителей, с кото-**

**рым есть взаимопонимание.**

## **Стройка с нуля**

С нулевого цикла рекомендуется возводить объекты с наполняемостью от 2000 до 3000 человек. Оптимальные форматы: развлекательные центры, торгово – развлекательные центры или крупные клубы площадью от 2500 кв. метров.

При меньших площадях соотношение расходов (стоимости проектных работ, разрешений на строительство и подключение сетей, прочие расходы, связанные с организацией строительства) и будущей отдачей предприятия может оказаться не в пользу владельцев.

При строительстве развлекательного центра необходимо обратить внимание на выбор места строительства. Для строительства ночного клуба желательно подыскать земельный участок, расположенный близко к центру города, в заметном месте с хорошим автомобильным трафиком. Нежелательно соседство с жилыми домами. Это ещё один аргумент в сторону центра, где обычно большинство домов занимают офисно – торговые площади. Обычно в каждом городе есть свой «тусовочный центр» – место, насиженное не одним поколением. Приглядитесь к этому месту внимательнее. Если нет возможности строительства в центре, подумайте, как соблюсти следующие условия:

- Возможность организации большой парковки;

- Возможность легко добраться общественным транспортом или недорого на такси;
- Отсутствие соседства с очевидными конкурентами.

## **Если вы реконструируете помещение**

Если говорить именно о строительстве ночного клуба, то лучше, если вы будете создавать клуб не с нуля, а займёте здание бывшего кинотеатра, театра или кафе. В таких зданиях может быть интересная планировка – это значит, что вам не нужно много работать над созданием внешнего вида. Будущим гостям не так важно, что было в здании до открытия клуба, главное, что вы сможете с этим зданием сделать. Если же попадетсЯ место с историей, её можно развить и применить в клубной концепции.

При реконструкции помещения обратите внимание на состояние инженерных сетей и коммуникаций. Тут вас могут ждать сюрпризы. Либо вам достанется все в идеальном (после замены) состоянии, либо необходимо будет все прокладывать заново.

Обратите внимание на строительные материалы, из которых построено здание. Стены и потолки должны быть капитальными, никаких легких конструкций (гипсокартон – враг клуба номер один).

Большое значение уделите звукоизоляции стен и перекрытий.

Постарайтесь по возможности опираться на продуманный проект.

Наши советы:

- Продумайте конструкцию подвеса аппаратуры до начала отделочных работ;
- Предусмотрите функциональность сцены и её элементов;
- Используйте профессиональные износостойкие покрытия;
- Не монтируйте раньше времени аппаратуру, не расставляйте мебель и прочие предметы интерьера;
- Используйте светодиодную интерьерную подсветку – это экономия на энергии;
- Прокладывай проводку до отделки;

Делайте открытую вентиляцию

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/32/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Оборудование и материалы



Оборудование – это совокупность приборов и приспособлений, выполняющих технические функции в клубе. К оборудованию относятся: кофемашины, ледогенераторы, шейкеры, миксеры, плиты, холодильники, духовые шкафы, световое и звуковое оборудование, плазменные и диодные панели, проекционные и световые приборы, спецэффекты, системы видеонаблюдения и пр.

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/33/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Стартап клуба



Стартап клуба – это программа мер по подготовке к открытию и продвижению заведения на рынке, основная задача которых заключается в том, чтобы выстроить основные бизнес – процессы и довести проект до уровня штатного функционирования. К процессу подготовки клуба к запуску в коммерческую эксплуатацию относятся:

- разработка и проработка меню бара и кухни;
- постановка работы арт – группы;
- подбор и обучение персонала;
- изготовление меню, формы, корпоративной и имиджевой продукции.

**Комплексный план стартапа проекта и его пошаговая реализация является одним из ключевых факторов успешного развития клуба.**

*Источник: <http://info.clubconcept.ru/34/>*

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

# Концепции развлекательных заведений

## Event restaurant (Событийный ресторан)

Большой ресторан с традиционной кухней, в дневное время работает в формате городского кафе, вечером и ночью заведение трансформируется в универсальную площадку для проведения концертов, танцевальных мероприятий и прочих событий. *Event restaurant* – это симбиоз ресторана, клуба, концертного зала с акцентом на кухне.

**Детали:** сцена, обзор которой возможен с большей части посадочных мест, универсальный танцпол 80–120 кв. м. днём заставленный столиками, особое место в работе занимают корпоративные мероприятия.

**Реализация:** в городах с населением от 800 000 чел.

**Режим работы:** Ресторан работает ежедневно с 11.00 до 24.00, вечерние и ночные мероприятия проходят по выходным.

**Площадь:** 500–800 кв. м.

**Вместимость:** 200–350 посадочных мест в режиме ресторана, ночные мероприятия 400–600 чел.

**Музыкальный формат:** от живых концертов до выступлений известных ди – джеев. Как правило это танцевальная

коммерческая музыка.

**Позиционирование:** Ресторан, в котором танцуют.

**Примеры:** Ресторан Тинькофф (Новосибирск), У. Е.  
(Москва)

**А теперь...**

**Вам – слово!**

**Ваш комментарий, предложение, история!**

**Event arena (площадка для мероприятий)**

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.