



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

приоритет2030⁺
лидерами становятся

Офлайн школа для парикмахеров “Ножницы”

Выполнил: Пермяков Антон Алексеевич
Научный руководитель: Лаптева Елена Владимировна

Студент / 4 курс, Направленность (профиль)
программы «Цифровой маркетинг»

Цель и задачи стартап-проекта

Целью проекта является создание эффективной образовательной платформы для подготовки квалифицированных специалистов парикмахерского искусства посредством организации офлайн школы для парикмахеров «Ножницы» в городе Оренбург.

Объектом исследования выступает рынок образовательных услуг в индустрии красоты.

Предметом исследования является процесс организации и ведения офлайн школы для парикмахеров.

Для достижения поставленной цели, были решены следующие **задачи**:

- проведён анализ рынка образовательных услуг в сфере парикмахерского искусства;
- определены основные требования и ожидания целевой аудитории (будущих парикмахеров);
- разработана структурированная учебная программа, сочетая теоретические и практические занятия;
- подготовлен производственный (операционный) план по организации учебного процесса и оснащению школы необходимым оборудованием;
- сформирован маркетинговый план по привлечению учащихся и продвижению бренда школы «Ножницы»;
- разработан финансовый план, учитывающий затраты и прогнозируемую доходность проекта;
- проведён анализ возможных рисков и определены пути их минимизации.

Актуальность

Актуальность подобного образовательного учреждения подтверждается постоянным увеличением числа новых салонов и продолжающимся ростом спроса на специалистов высокого класса, причём потребность в подобном обучении выражена не только в мегаполисах, но и в небольших городах, где особенно остро ощущается недостаток профессиональных кадров. Поэтому, было принято решение о реализации данного стартап-проекта в г. Оренбург.

Юридические вопросы

В компании будет применяться упрощенная система налогообложения (УСН), то есть 6% от дохода. Право на применение УСН имеют организации без филиалов со среднегодовой численностью до 100 человек и доходом за 9 месяцев менее 45 млн руб. При регистрации можно использовать вид деятельности по ОКВЭД 85.30 «Обучение профессиональное».

Целевая Аудитория

- женщины в возрасте примерно от 18 до 45 лет;
- мужчины, желающие работать в барбершопах, обычно в возрасте от 18 до 30 лет;
- люди с уровнем достатка не выше среднего, так как те, кто зарабатывает много, обычно не стремятся к получению новых знаний;
- опытные мастера, которые уже зарабатывают выше среднего и желают ещё дальше продвинуться по карьерной лестнице.

Продукт

Парикмахер-универсал. Стоимость – 4,5 тыс. руб. в месяц.

Мастер барбершопа. Стоимость – 3,9 тыс. руб. в месяц.

Парикмахер. Стоимость – 3,6 тыс. руб. в месяц.

Парикмахер-стилист. Стоимость – 4,4 тыс. руб. в месяц.

Стилист по причёске. Стоимость – 5,0 тыс. руб. в месяц.

Колорист. Стоимость – 4,3 тыс. руб. в месяц.

Женский парикмахер. Стоимость – 3,7 тыс. руб. в месяц.

Мастер наращивания волос. Стоимость – 4,6 тыс. руб. в месяц.

Специалист технологий индустрии красоты. Стоимость – 7,6 тыс. руб. в месяц.

Общая характеристика стартап-проекта

Настоящий стартап-проект предполагает открытие офлайн школы для парикмахеров “Ножницы” в городе Оренбург

Необходимый стартовый капитал: 1 153 780

Окупаемость: 2 года.

Планируемый объем выручки в первый год реализации составит: 10643,8 тыс. руб.

В результате открытия данной школы будут решены следующие проблемы:

1. Закрыт кадровый голод квалифицированных специалистов
2. Увеличен уровень качества оказываемых услуг
3. Закрыта потребность в самореализации большого количества молодой аудитории.

Анализ рынка и конкурентов

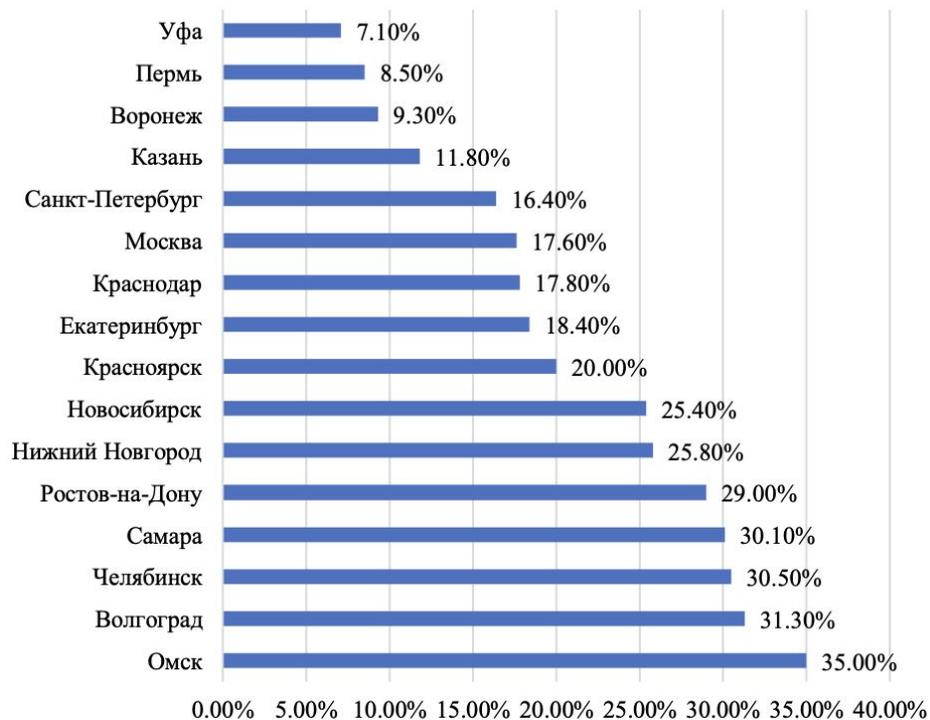


Рисунок 1 – Динамика ежегодного прироста онлайн школ парикмахеров в городах-миллионниках

Таблица 10 – Анализ конкурентов офлайн-школы для парикмахеров

Показатели	Офлайн-школа «Долорес»	Офлайн-школа «Персона»
1. Ценовая политика	10	8
2. Местоположение	4	8
3. Сервис	5	8
4. Отдаленность	7	9
5. Наличие парковки	1	1
6. Ассортимент услуг	5	10
7. Интерьер	5	8
8. Квалифицирован- ность персонала	6	10
9. Наличие рекламы	1	1
Итого:	44	63

Ключевые факторы успешного маркетинг-продвижения

1. Целевая аудитория.

- От того, насколько правильно подобрана целевая аудитория, зависит больше половины успеха рекламной кампании.

2. Конкуренты.

- Прежде чем запускать рекламу, стоит проверить, какие рекламные объявления показывают конкуренты и насколько эффективно они работают.

3. Текст и креатив.

- Под каждый сегмент целевой аудитории, нужно написать продающий текст и креатив. Текст должен начинаться так, чтобы аудитории его захотелось дочитать до конца. Можно предложить дополнительные бонусы. Креативы должны быть качественными, с соблюдением фирменного стиля компании.

Таблица 19 – Задачи программы по повышению узнаваемости и лояльности к бренду офлайн школы для парикмахеров

№	Задача	Содержание задачи
1	Развитие и поддержание отношений с аудиторией	Стратегии по взаимодействию с целевой аудиторией, учётом их потребностей и предпочтений
2	Продвижение бренда через различные каналы коммуникации	Использование различных маркетинговых каналов, таких как социальные сети, электронная почта, SMS, Телеграмм, WhatsApp и другие, для продвижения бренда и установления контакта с аудиторией.

№	Задача	Содержание задачи
3	Управление репутацией бренда	Программа может включать в себя меры по контролю и управлению репутацией бренда, включая реагирование на отзывы и комментарии в сети, а также участие в формировании общественного мнения о бренде
4	Измерение и анализ эффективности коммуникаций	Это включает в себя оценку результатов программы, анализ вовлеченности аудитории, измерение уровня узнаваемости и восприятия бренда, а также корректировку стратегии в соответствии с полученными данными.

Календарно-производственный план

Наименование этапа	Месяц												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Исследование рынка и разработка концепции	■												
2. Разработка бизнес-плана		■	■										
3. Поиск сотрудников				■									
4. Разработка технологического процесса					■	■	■						

ФОТ

Таблица 13 – Расчет фонда заработной платы

Должность	Количество штатных единиц, шт.	Зарботная плата одного работника в месяц, руб.	Зарботная плата всех сотрудников, руб.	Уральский коэффициент (15%), руб.	Страховые взносы (30%), руб.	ФЗП в месяц, руб.
Администратор	2	30 000	60 000	9 000	18 000	87 000
Парикмахер-преподаватель	8	60 000	480 000	72 000	144 000	696 000
Итого в месяц						783 000
Итого в год						9 396 000

Риски проекта

Таблица 20 – Предполагаемые риски и их оценка по удельному весу для офлайн-школы парикмахеров «Ножницы»

Риски	Удельный вес
Недостаточное количество записавшихся на обучение (провал первого этапа)	0,3
Увеличение сроков запуска и реализации учебных программ	0,25
Недостаток обучающих материалов и оборудования	0,25
Нехватка денежных средств	0,12
Отказ преподавателей участвовать в проекте или нехватка квалифицированных кадров	0,8

Таблица 21 – Оценка уровня риска (экспертная оценка)

Риски	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Среднее значение (X)	Вероятность возникновения риска (Pi)
Недостаточное количество записавшихся на обучение	20	15	10	15,0	4,5
Увеличение сроков запуска и реализации учебных программ	20	25	10	18,3	4,6
Недостаток обучающих материалов и оборудования	40	10	30	26,7	6,7
Нехватка денежных средств	10	25	20	18,3	2,2
Отказ преподавателей участвовать в проекте или нехватка квалифицированных кадров	10	25	30	21,7	17,36

Риски и их оценка

Таблица 22 – Оценка рисков проекта и рекомендации

Наименование риска	Причины риска	Рекомендуемые методы компенсации
Недостаточное количество записавшихся на обучение	Низкая информированность о школе, неконкурентная программа, высокий ценник на курсы	Активное продвижение, организация пробных бесплатных мастер-классов, скидки
Увеличение сроков запуска и реализации учебных программ	Недостаточная подготовленность, задержки в ремонте и оснащении, сложность согласований	Привлечение опытных подрядчиков, резерв времени на форс-мажоры
Недостаток обучающих материалов и оборудования	Ошибки в расчетах, рост цен, логистические сбои	Заключение договоров с несколькими поставщиками, формирование складского запаса
Нехватка денежных средств	Перерасход на запуске, непредвиденные затраты, снижение спроса	Оптимизация расходов, создание финансового резерва, проработка инвестиций
Отказ преподавателей участвовать или нехватка квалифицированных кадров	Недостаточно мотивации, высокий спрос на опытных мастеров, неудачный подбор сотрудников	Разработка системы бонусов, обучение собственных кадров, кадровый резерв

План по выручке

Таблица 17 – Планируемый объем выручки за год в детализации по курсам и месяцам

Курс	Месяц												ИТО ГО
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Парикмахер-универсал	31, 5	36	45	54	63	76, 5	90	90	108	130 ,5	130 ,5	157 ,5	1012 ,5
Мастер барбершопа	35, 1	42, 9	50, 7	62, 4	74, 1	89, 7	10 9,2	10 9,2	132 ,6	159 ,9	159 ,9	191 ,1	1216 ,8
Парикмахер	28, 8	36	43, 2	50, 4	61, 2	72	86, 4	86, 4	104 ,4	126	126	151 ,2	972
Парикмахер-стилист	39, 6	48, 4	57, 2	70, 4	83, 6	10 1,2	12 3,2	12 3,2	149 ,6	180 ,4	180 ,4	215 ,6	1372 ,8
Стилист по прическе	20	25	30	35	40	50	60	60	70	85	85	100	660
Колорист	38, 7	47, 3	55, 9	68, 8	81, 7	98, 9	12 0,4	12 0,4	146 ,2	176 ,3	176 ,3	210 ,7	1341 ,6
Женский парикмахер	18, 5	22, 2	25, 9	29, 6	37	44, 4	51, 8	51, 8	62, 9	74	74	88, 8	580, 9
Мастер наращивания волос	41, 4	50, 6	59, 8	73, 6	87, 4	10 5,8	12 8,8	12 8,8	156 ,4	188 ,6	188 ,6	225 ,4	1435 ,2
Специалист технологий индустрии красоты	60, 8	76	91, 2	10 6,4	12 9,2	15 2	18 2,4	18 2,4	220 ,4	266	266	319 ,2	2052
ИТОГО	31 4,4	38 4,4	45 8,9	55 0,6	65 7,2	79 0,5	95 2,2	95 2,2	115 0,5	138 6,7	138 6,7	165 9,5	1064 3,8

Спасибо за внимание!