

Шаг 1

# Придумываем детский клуб



Купить книгу на сайте [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

# Глава 1

## Концепция детского клуба. Как отстроиться от конкурентов? Как найти свою «изюминку»?

Чем же мы будем заниматься в нашем детском клубе?  
Можно рассмотреть такие направления деятельности:

- Занятия с «бебиками» от года до трех лет;
- Комплексное развитие детей в возрасте трех-пяти лет;
- Иностранные языки для детей от трех до десяти лет;
- Подготовка к школе;
- Шахматы, конструирование;
- Творческие студии: музыка, рисование, театр, лепка;
- Индивидуальные консультации психолога и логопеда;
- Школа для беременных;
- Магазин развивающих игр и игрушек.

Меня часто спрашивают: как придумать интересную концепцию для детского клуба, где найти свою «изюминку»,



Купить книгу на сайте [kniga.biz.ua](http://kniga.biz.ua) >>>

как отстроиться от конкурентов? Одна из моих будущих коллег хотела бы ограничиться только занятиями для старших дошкольников и школой для беременных. Вторая планирует сосредоточиться на «бебиках» до трех лет, третья — на праздниках.

На мой взгляд, первоочередная задача — обеспечить оптимальную наполняемость клуба в течение дня, недели, года. Это сделает бизнес сбалансированным и устойчивым.

Рассмотрим работу клуба в течение дня. С утра до обеда — хорошее время, чтобы заниматься с малышами до трех лет, которые еще не ходят в детский сад. Вечером родители с удовольствием приводят в клуб детсадовских детей — на подготовку к школе, языки, музыку, танцы, рисование. В середине дня, когда первые и вторые спят, — удобное время для занятий языками и творчеством со старшими дошкольниками или учениками младших классов.

Если мы оставим только старших — некому предлагать свои услуги с утра. Если ограничимся малышами, кто будет приходить к нам днем? Да и вообще, обидно отдавать детей другому клубу, когда им исполнится три года.

Теперь рассмотрим посещаемость в течение года. Дети от пяти лет — очень приятные клиенты. В представлении своих родителей они уже почти школьники. Поэтому их, как взрослых, приводят на занятия в начале сентября, они



дисциплинированно учатся. И, кстати, болеют гораздо реже малышей. Зато в конце мая большинство из них как ветром сдувает — каникулы все-таки.

По сравнению с ними малыши чаще пропускают занятия. Но, во-первых, их ряды всегда многочисленнее. Думаю, это связано с тем, что для детей постарше есть много кружков и секций, в том числе государственных, поэтому они «распыляются». А «бебиков» родители целенаправленно приводят в детские клубы развития.

Во-вторых, малыши посещают клуб более равномерно в течение всего года. Родители ориентируются не на начало школьного учебного года, а на день рождения ребенка. Едва ему исполняется год — если родители, конечно, «в теме», — его сразу отдают на занятия по раннему развитию. Понятно, что при этом день рождения маленького человека может случиться в любой сезон, в том числе и летом — в сложный для детского клуба период.

Если рассматривать работу клуба в течение недели, то воскресенье — хорошее время для проведения дней рождения. Но как только мы сосредоточимся исключительно на праздниках — станет непонятно, чем заполнить будние дни. Откажемся — и тогда воскресенье у нас не будет загружено на полную катушку.

Если кто-то из вас окончательно запутался в этих тонкостях — не беда. В любой момент вы можете бесплатно



скачать шаблон гармонично составленного расписания на нашем сайте [www.BestBabyClub.ru](http://www.BestBabyClub.ru).

Максимально большой спектр услуг — это вопрос эффективной организации бизнеса. Вы тратите деньги на рекламу, чтобы привлечь в свой клуб поток детей. Вы много работаете, чтобы клуб заслужил отличную репутацию.

К вам приходят малыши, у которых есть старшие братья и сестры. Почему бы не предложить что-то стоящее им? Или, к примеру, дети дошкольного возраста приходят в вашу студию по рисованию. Было бы крайне нерационально не предложить им английский и подготовку к школе. Ведь они пойдут искать эти услуги в другом месте. Как ни цинично прозвучит, нужно выжать из этого потока все.

Более того, все, что не предложите им вы, рано или поздно предложит другой клуб — и в этом случае вы сильно рискуете, поскольку они могут уйти от вас насовсем. Согласитесь, нечасто встретишь магазин, в котором продают молоко, но не имеют в ассортименте хлеба. Все знают: человек пойдет за хлебом в другой магазин — и там же купит молоко.

А концепция, «изюминка», отстройка от конкурентов — в нашем случае вопрос техники. Она создается двумя способами. Первый — по внешнему признаку. Когда-то я думала о клубе «Шарики», который будет постоянно



украшен воздушными шарами одного цвета, и этот цвет должен меняться каждые 2–3 недели. Была мысль сделать развивающий акваклуб с большими аквариумами, множеством фонтанчиков и массой «водных» опытов в учебной программе. Или геоклуб, где каждая комната будет декорирована в соответствии с мотивами разных стран и континентов. Или же просто клуб «Оранжевый», в оформление которого можно ввести много оранжевого цвета.

Однако, повторяю, это все внешние моменты. Не будем же мы преподавать только географию в геоклубе или только океанологию в аквацентре? Это именно та самая «изюминка», завлекалочка, которая почти не отражается на общей учебной программе и сетке занятий.

Другой, возможно, чуть более сложный путь — предложить весь набор дисциплин, но сделать акцент на каком-то одном направлении. Можно выдвинуть на первый план музыку, как, например, это сделал московский клуб «Моцарт-Эффект». Их «конек» — классическая музыка, но все остальные занятия в программе остаются — только через призму музыки. Можно создать клуб со спортивным уклоном, что и сделал московский центр «Фитбол», попутно введя такую услугу, как «фитнес-няня». И так далее — эстетическое развитие, иностранные языки — любое направление может стать отличной концепцией.

