**Бизнес план клининговой компании**

1. Краткий инвестиционный меморандум

Клининг — профессиональная услуга по уборке различных помещений и поддержке чистоты.

Даже в Европе и США с их сложившимся рынком клининговых услуг (около 80% всей коммерческой недвижимости обслуживается клининговыми компаниями) данная сфера отличается быстрыми темпами развития. В топ-500 франшиз по версии американского делового издания Entrepreneur входит 17 клининговых компаний — все они показывают быстрый рост.

В России лишь пятая часть всей коммерческой недвижимости обслуживается профессиональными уборщиками. Но если на рынке уборки нежилых помещений в России есть крупные игроки, работающие с крупными ТЦ, бизнес-центрами, государственными учреждениями, то рынок клининга жилых помещений не консолидирован. Он представлен мелкими локальными компаниями, работающими в пределах одного города, а также отдельными уборщиками, постоянно работающими у нескольких клиентов. Поэтому порог вхождения на этот рынок не такой высокий.

*Целью настоящего проекта является создание клининговой компании, специализирующейся на уборке жилых помещений (квартир, домов, коттеджей) в городе-миллионнике.*

Основные факторы успеха данного бизнеса:

* **Низкая конкуренция.** Даже в больших городах на этом рынке нет крупных игроков, он занят малым бизнесом или «частниками», с которыми можно успешно конкурировать. В городах с населением менее 500 тыс.человек, вполне возможно, рынок будет свободен.
* **Востребованность.**В любом городе есть платежеспособная аудитория, не желающая или не имеющая возможности убираться дома самостоятельно. Даже те, кто убирается дома самостоятельно, заказывают дополнительные услуги, такие как химчистка матрасов и ковров.
* **Высокое значение MRR** (monthly recurring revenue). Уборка нужна человеку постоянно, раз в 1-2 недели. Если качественно оказывать услуги, клиент будет заказывать ее вновь и вновь, что вкупе с высоким средним чеком приведет к росту MRR. А высокий MRR — это не только стабильный ежемесячный доход, но и возможность прогнозировать и отслеживать доходность предприятия наперед.

Сумма первоначальных инвестиций — 325000 рублей.

Точка безубыточности на 4 месяц.

Срок окупаемости — 9 месяцев.

Среднемесячная прибыль — 118 790 рублей.

2. Описание бизнеса, продукта или услуги

**Перечень предоставляемых услуг:**

* Регулярная уборка — это сухая и влажная уборка всего помещения. Она необходима раз в 1-2 недели и включает обеспыливание и влажную очистку всех поверхностей в квартире или доме.
* Генеральная уборка — это комплексная уборка квартиры, включая мойку окон и балконов и кухонной техники изнутри. Генеральная уборка требуется помещению 1 раз в месяц.
* Послестроительная уборка — единоразовая услуга,необходимая после ремонта квратиры или дома. Она направлена на избавление от следов строительных смесей, клея, известкового налета со всей поверхностей в квартире.
* Химчистка мягкой мебели. Услуга по профессиональной чистке мебели (матрасов, стульев, диванов, кресел) с использованием специального пылесоса. Производится 1-2 раза в год.
* Глажка белья — производится дома у заказчика с использованием оборудования и гладильной доски компании. Оплата почасовая.
* Доставка ключей заказчику. Если заказчик не дома в момент приезда уборщиц и окончания уборки, он может заказать доставку ключей от него и до него за отдельную плату.
* Отдельные услуги, входящие в генеральную уборку. Например, мойка окон. Могут быть заказаны отдельно или с сумме с регулярной уборкой.

*График работы — с 7:00 до 22:00. Все услуги оказываются в помещении клиента.*

3. Описание рынка сбыта

В 2014-15 году рынок клининга коммерческой недвижимости, до этого занимавший более 90% рынка клининга, перешел в стадию стагнации, связанную с демпингом цен на фоне оптимизации затрат крупных компаний и бизнес-центров. В свою очередь, рынок клининга жилых помещений начал расти, за счет того, что услуги домработниц стали менее доступны среднему классу. На данный момент этот рост продолжается.

В городах-миллионниках есть около 10% платежеспособного населения, готового заказывать уборку своего дома или квартиры. В среднем на жилище в России приходится 2,5 жителя. Оценим потенциальный и фактический объем рынка за месяц для разных городов, при условии, что клиент дважды в месяц заказывает уборку по 2000 рублей:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Население города | 50 тыс.чел | 250 тыс.чел | 500 тыс.чел | 1 млн чел |
| Потенциальный объем рынка | 80 млн руб. | 400 млн руб. | 800 млн руб. | 1,6 млрд руб. |
| Фактический объем рынка | 4 млн руб.\* | 28 млн руб.\* | 64 млн руб.\* | 160 млн руб. |

*\* расчет сделан с учетом меньшей доли платежеспособного населения в городах с населением менее 1 млн человек.*

4. Продажи и маркетинг

Продвижение клинингового предприятия — непростая задача. Вам одновременно придется работать с несколькими сегментами потенциальных клиентов, отвечать на их ключевые вопросы.

Выделим эти сегменты:

* Те, кто вообще не знает о бытовом клининге. Их вопрос — «А что, можно заказать уборку своего дома?» Им нужно просто подробно рассказать о компании. Таких людей много. Например, 70% наших постоянных клиентов впервые заказали уборку именно у нас.
* Те, кто привык убираться самостоятельно. «Зачем мне заказывать, если я могу сам?». Если это принципиальная позиция, вы ничего не поделаете, но остальным категориям необходимо донести преимущества профессиональной уборки, рассказать об обучении сотрудников и стандартах работы.
* Те, кто хочет заказать, но боится/сомневается. Их вопрос — «А вдруг это небезопасно/дорого/неудобно?» Ваша задача — опровергнуть эти предположения. Причем не только словом, но и делом. Сегодня, в век Интернета, любая опубликованная история о том, что ваша уборщица что-то украла, или что заявленный чек оказался ниже фактического, убьет репутацию вашего предприятия.
* Те, кто заказывает у «частников» или других компаний. Изучите работу этих категорий. Закажите уборку себе и продумайте, что можно сделать лучше. Этим вы будете выгодно отличаться, и это ляжет в основу позиционирования вашей компании.

Каналы продвижения можно использовать любые. Главное — наличие seo-оптимизированного сайта с возможностью принятия заказов через него и групп в социальных сетях (Вконтакте, Facebook, Instagram). Группы в соц.сетях необходимо вести активно, чтобы потенциальные клиенты видели, что компания работает, и знали, что на их заявку придет быстрый ответ. Но ставить только на онлайн-рекламу не стоит. Обязательно попробуйте оффлайн-форматы, например, раздаточные материалы. 50000 рублей в месяц на маркетинг будет достаточно.

В любом случае, постоянный активный маркетинг будет сводить на ноль прибыль вашего предприятия. Качественное выполнение услуги, высокая доля возврата клиентов — вот чего необходимо добиться в первую очередь.

**Расценки на уборку квартир (руб):**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип уборки/кол-во комнат | 1 | 2 | 3 | 4 | 5+ |
| Регулярная | 1500 | 2000 | 2500 | 3500 | 4000 |
| Генеральная | 5000 | 6000 | 6500 | 8000 | 10000 |
| Послестроительная | 7000 | 8000 | 10000 | 15000 | 18000 |

**Расценки на уборку домов (руб):**

|  |  |
| --- | --- |
| Тип уборки | За м2 |
| Регулярная | 50 |
| Генеральная | 100 |
| Послестроительная | 125 |

**Расценки на дополнительные услуги:**

|  |  |
| --- | --- |
| Услуга | Цена (единица) |
| Диван | 500 р. за место |
| Кресло | 500 р. за шт |
| Матрас | 1000 р. за место |
| Стул | 100 р. за шт |
| Мойка стандартного окна | 250 р. за шт |
| Мойка витражного окна | 500 р. за шт |
| Мойка стандартного балкона | 1500 р. за балкон |
| Мойка витражного балкона | 2500 р. за балкон |
| Глажка | 500 р. за час |
| Мойка духовки изнутри | 600 руб. за шт |
| Мойка холодильника изнутри | 600 руб. за шт |
| Мойка микроволновки изнутри | 600 руб. за шт |

*Средний чек составляет 3000 рублей.*

5. План производства

**Этап 1. Регистрация**

В первую очередь вам необходимо зарегистрировать ваше предприятие.

Зарегистрируйте ИП. Выберите ЕНВД в качестве системы налогообложения.

В классификации ОКВЭД-2 выберите пункт 81.21.1 «Деятельность по уборке квартир и частных домов». Он входит в класс «бытовые услуги» и попадает под ЕНВД.

Также вам необходимо будет изготовить и зарегистрировать печать и открыть банковский счет. Суммарно на регистрацию вы потратите около 4000 рублей.

**Этап 2. Помещение**

Ваша деятельность будет связана с хранением химических средств, инвентаря, постоянным приездом и отъездом сотрудников. Поэтому квартира в качестве помещения будет плохим вариантом. Снимите небольшое недорогое помещение свободного назначения. В нем должен быть санузел, две комнаты, хорошая вентиляция. Так как приезд клиентов не предполагается, ремонт помещению не требуется. Плюсом будет наличие свободной парковки рядом с офисом и доступность общественного транспорта. В городе-миллионнике такой офис можно снять за 25 тыс.рублей в месяц.

**Этап 3. Закупка инвентаря, формы и химических средств**

*Для начала работы вам понадобится:*

1. 20 комплектов уборщика (швабра, моп, ведро, сумка) — 40000 рублей.
2. 20 комплектов формы — 30000 рублей.
3. Профессиональный пылесос, который можно использовать на послестроительной уборке— 23000 рублей
4. Пылесос для химчистки мягкой мебели — 47000 рублей.

*Ежемесячные затраты:*

* Расходники (губки, тряпки, перчатки, чепчики и т.д.). Все это будет стоить около 500 рублей на уборщика
* Химические средства — около 1200 рублей в месяц на уборщика

**Итого: 140000 рублей изначальных затрат + ежемесячные.**

**Этап 4. Наем сотрудников**

В первую очередь, необходимо взять офис-менеджера. На эту должность не нужен человек с какими-то особыми компетенциями,он просто будет курировать уборщиков, принимать и отправлять их на заказы. Так как время работы компании явно больше 8 часов, скорее всего, придется брать двоих сотрудников в режиме 2/2. Заработная плата сотрудника — 25 тыс.рублей.

Главной вашей проблемой будет **наем уборщиков.** Уборка жилых помещений предполагает высокие требования к сотрудникам — по дисциплине, внешнему виду, готовности работать и повышать квалификацию. Но есть сложившееся представление об уборке как уделе низкоквалифицированного персонала либо людей, ищущих подработку. По нашему опыту, лишь 1 человек из 75 отозвавшихся, подходит.

Но нанять людей мало — их надо еще обучить. Вы можете самостоятельно изучать ГОСТы, материалы в Интернете, практиковаться с инвентарем, чтобы впоследствии обучать сотрудников. Можете на сдельной основе нанять технолога, который будет заниматься чисто обучением. В этом случае каждое обучение уборщиков будет обходиться вам минимум в 2000 рублей. Так или иначе, даже набор штата из 5 уборщиков займет у вас около 2-3 месяцев.

**Этап 5. Рекламная кампания открытия**

Рекламу стоит начинать только тогда, когда вы уверены в своих уборщиках, иначе низкое качество уборки сведет все маркетинговые усилия на нет. На создание сайта у вас уйдет минимум 50000 рублей, плюс заложите еще 50000 в месяц на другие маркетинговые каналы. Итого: 100000 рублей на второй месяц работы, далее — по 50000.

6. Организационная структура

**Структура компании проста:**

* Руководитель — 1
* Офис-менеджеры — 2
* Уборщики — 20

Естественно, 20 уборщиков вы наймете далеко не сразу, изначально будет достаточно и 5 человек. Но именно при 20 сотрудниках вы получите идеальное сочетание — высокий оборот при сохраняющейся простоте структуры коллектива. Увеличение штата приведет к необходимости создания дополнительной иерархии, а это — лишние сложности для вас.

Зарплата уборщиков — 60% от заказа. График: 2/2. Обязательно наличие медицинской книжки с анализами для работников бытовых услуг (например, салона красоты).

7. Финансовый план

Финансовый план рассчитывается из среднего чека за уборку 3000 рублей и нормы 18 уборок на уборщика в месяц.

| **Затраты/месяц работы** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Регистрация | 4000 |  |  |  |  |  |
| Закупка пылесосов | 70000 |  |  |  |  |  |
| Расходники | 0 | 1500 | 2500 | 3000 | 4000 | 5000 |
| Комплект уборщика | 40000 |  |  |  |  |  |
| Химические средства | 0 | 3600 | 6000 | 7200 | 9600 | 12000 |
| Форма | 30000 |  |  |  |  |  |
| ФЗП уборщиков | 75000 | 75000 | 125000 | 150000 | 200000 | 250000 |
| ФЗП офиса | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 |
| Мебель, оргтехника | 136500 |  |  |  |  |  |
| Аренда офиса | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 |
| Маркетинг |  | 100000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 |
| Прочие расходы | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 |
| ЕНВД | 3375 | 6750 | 9000 | 10125 | 12375 | 14625 |
| **Итого расходов** | **453875** | **281850** | **287500** | **315325** | **370975** | **426625** |
| **Доходы** | **0** | **162000** | **270000** | **324000** | **432000** | **540000** |
| Прибыль | -453875 | -119850 | -17500 | 8675 | 61025 | 113375 |
| Наращенный Cash Flow | -453875 | -573725 | -591225 | -582550 | -521525 | -408150 |

| **Затраты/месяц работы** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Регистрация |  |  |  |  |  |  |
| Закупка пылесосов |  |  |  |  |  |  |
| Расходники | 5500 | 6500 | 7500 | 8500 | 9000 | 10000 |
| Комплект уборщика |  |  |  |  |  |  |
| Химические средства | 13200 | 15600 | 18000 | 20400 | 21600 | 24000 |
| Форма |  |  |  |  |  |  |
| ФЗП уборщиков | 275000 | 325000 | 375000 | 425000 | 450000 | 500000 |
| ФЗП офиса | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 |
| Мебель, оргтехника |  |  |  |  |  |  |
| Аренда офиса | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 |
| Маркетинг | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 |
| Прочие расходы | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 |
| ЕНВД | 15750 | 18000 | 20250 | 22500 | 23625 | 25875 |
| **Итого расходов** | **454450** | **510100** | **565750** | **621400** | **649225** | **704875** |
| **Доходы** | **594000** | **702000** | **810000** | **918000** | **972000** | **1080000** |
| Прибыль | 139550 | 191900 | 244250 | 296600 | 322775 | 375125 |
| Наращенный Cash Flow | -268600 | -76700 | 167550 | 464150 | 786925 | 1162050 |

*Таким образом, мы отмечаем, что предприятие становится безубыточным на 4 месяц работы, а окупается на 9-ый.*

8. Факторы риска

**К ключевым факторам риска можно отнести:**

* *Трудности с наймом персонала.* Как мы уже говорили, нанять и обучить хорошего уборщика очень сложно, это около месяца ежедневной работы. Вышеуказанный финансовый план был сделан при условии, что ваш штат уборщиков (обученных, готовых к работе на заказах) прирастает ежемесячно на 1-2 человека и к 12 месяцу достигает 20 человек. Если этого роста не будет хотя бы пару месяцев, финансовая ситуация в вашей компании станет критической.
* *Отсутствие системы контроля.* Если вы не будете контролировать действия ваших сотрудников, это приведет к падению вашей репутации. Например, непринятый менеджером звонок. Или недостаточно высокое качество уборки, которое клиент заметил, но не стал жаловаться, а просто начал искать другую компанию. Эти процессы будут незаметны для вас и будут копиться как снежный ком.
* *Порча оборудования или имущества клиента.* Например, поломка пылесоса для химчистки — это и затраты и невозможность оказывать услугу некоторое время. Порча имущества — это еще больший удар по репутации компании и, в некоторых случаях, очень серьезные расходы (например, порча дорогого дивана или ламината).
* *Конкуренция с другими компаниями и частными уборщиками.* Перечень услуг у всех компаний примерно одинаковый, цены на грани рентабельности, поэтому очень важно продумать, чем будет ваша компания отличаться от других.