

Резюме:

Батутный бизнес — перспективное направление для вложения капитала.

1. У него широкая целевая аудитория: прыгать любят взрослые и дети.
2. Индустрия развлечений всегда пользуется спросом. Можно создать центр с широким спектром деятельности: мини-кафе, организация мероприятий и ежедневных тренировок. Самоокупаемость проекта достигается за несколько лет.

В Дудинке отсутствуют подобные развлекательные центры, поэтому это может вызвать спрос у жителей города.

Преимущества Батутного центра

- Постоянный спрос на услуги спортивных развлекательных центров
- большой выбор каналов продаж
- индивидуальный подход к запросам клиентов по ассортименту и объему оказываемых услуг

Недостатки Батутного центра

- Нарушение правил поведения в батутном центре
- Возможна некачественная работа персонала

Возможности проекта

- Увеличения ассортимента услуг
- Возможность работы с корпоративными клиентами, общественными, государственными и муниципальными организациями социальной направленности
- Возможность создания сопутствующих видов бизнеса, организация спортивных соревнований, работа со спортивными командами в качестве базы

Угрозы проекта

- Сезонность
- Повышение цен на обслуживание оборудования центра
- Снижение покупательной способности

Описание бизнеса

Батутный центр будет размещен в собственном здании размерами в 200м²

Посетители будут покупать один билет на пол рабочего дня в независимости от того, сколько он проведёт в зале.

В такой центр будут больше всего летом, когда нет необходимости переодеваться в другую одежду.

Рабочий день:

С 10:00 до 14:00

Обед С 14:00 до 15:00

С 15:00 до 21:00

Без выходных

Анализ рынка

После тщательного изучения всех доступных развлечений в Дудинка и количество людей, занимающихся спортом, можно сделать вывод, что идея с Батутным центром будет хорошо воспринята людьми.

Описание рынка сбыта

Первые батутные центры в России появились в 2012 году.

Рассмотрим рынок спортивных развлечений, в том числе и батутных игровых площадок, по параметрам:

- Объем рынка. Объем рынка спортивных развлечений в России составляет не более 100 млрд. Рублей в год. В Америке объем рынка услуг в сфере спортивных развлечений равен 1,7 трлн долларов в год. Аналитики считают, что объем спроса на активные развлечения увеличится на 300-500%
- Динамика рынка. С 2014 года темпы роста индустрии спортивных развлечений составляют не менее 20 % в год. Эксперты считают, что динамика сохранится и в будущем

Продажи и маркетинг

Целевая аудитория.

Батутный центр относится к спортивно-развлекательному сегменту индустрии развлечений. Основные категории клиентов:

- Родители с детьми. С уровнем заработка, который позволяет им поддерживать спортивную форму и вести здоровый образ жизни. Это 80% от всего числа посетителей Юноши и девушки, которые занимаются спортивной подготовкой Государственные или муниципальные учреждения, детские дома, воспитанники школьных лагерей отдыха, спортивные клубы и ассоциации

Рекламные методы

- Распространение печатных буклетов и визиток в местах отдыха горожан;
работа в социальных сетях;
наружная реклама в торговом центре, в спальнях районах, в школах и университетах.
Участие в муниципальных или региональных соревнованиях, семейно-тематических играх.

Каждый месяц на рекламные цели предполагается расходовать 50 тысяч рублей.

Факторы риска

- Конкуренция со стороны многопрофильных спортивных комплексов;
Угроза травмирования клиентов, даже при соответствии всем современным стандартам безопасности;
Общее снижение спроса на услуги центра по причинам экономического или социального характера;
Ужесточение требований к безопасности оборудования батутного центра со стороны государственных или муниципальных регулирующих органов, что может привести к значительному увеличению издержек и нагрузки на бюджет предприятия.