

Ночные клубы — это особое место, куда приходят веселые и позитивные люди, чтобы показать себя, да и на других посмотреть. Это место для тех, кто обладает хорошим чувством стиля. Здесь можно расслабиться с друзьями, послушать модного ди-джея или просто отдохнуть от повседневности. Открытие ночного клуба — интересное и в то же время сложное предприятие.

Вложения в клубный бизнес потребуются достаточно большие, не менее 20 млн. руб. Окупаемость может прийти и через несколько лет, а может и вовсе обделит своим вниманием. Все будет зависеть от того, насколько удастся почувствовать настроение публики на момент открытия клуба. Более дешевые клубы могут окупиться быстрее, так как клиентов, которые могут позволить себе недорогой клуб, значительно больше, чем «золотой» молодежи.

Можно предположить, что клуб высокого уровня будет оправдываться дольше, но зато потом принесет приличную прибыль. Но тут может случиться непредвиденное — клиенты перейдут в новый клуб. По словам эксперта, пожелавшего остаться неизвестным, жизнь у некоторых ночных развлекательных центров может измеряться годами, а у других десятилетиями. Публику надо удивлять, но всегда наступает такой момент, когда в рамках выбранной концепции поразить людей все сложнее. В таком случае клубы обновляются, меняются, переезжают или окончательно закрываются. Учитывая это, стоит сразу задуматься о том, что совершать ошибки и потом исправлять их времени нет. Здесь, как ни в каком другом бизнесе, время — деньги.

Клубный рынок в Нижнем Новгороде развивается в сторону более дешевых и доступных, потому что в Нижнем не так много людей, которые смогут себе позволить лакшери-клуб. С другой стороны, есть множество студентов и другой небогатой молодежи, которые будут рады «потусить» под хорошую музыку. Для них можно открыть недорогое заведение. Но учитывая материальный уровень клиентов, цены будут минимальными, а значит, и заработки тоже.

Где и какой?

Место расположения клуба — немаловажная составляющая. Конечно, многое зависит от того, есть ли у организатора возможность это самое место выбрать, ведь, как известно, многое зависит от платежеспособности конкретного предпринимателя. Самые лакомые места для организации практически любого бизнеса — центр города либо места «скопления» увеселительных и питейных заведений. В Нижнем Новгороде таких мест не так уж много, поэтому пресловутый выбор невелик. Однако он важен для нижегородцев, которые хотят отдохнуть — им удобнее приехать туда, где для них есть сразу несколько вариантов мест для развлечений. Для крупного раскрученного клуба соседство мелких заведений только на руку — они служат «приманкой» и в то же время не являются серьезными конкурентами.

Критериев у самого помещения значительно больше. Во-первых, необходима большая площадь для общего зала — от 300 кв. м. Во-вторых, в помещении должны быть высокие потолки, не менее 4 метров. Это важно для установки светового и звукового оборудования. И тут нельзя не сказать об акустике зала. Она зависит не только от размера зала и его персональных особенностей, но и от отделки. Мягкие материалы (кресла, ковры) поглощают звук, а, например, зеркала имеют свойство отражать звук. И только при правильном соотношении всех материалов отделки можно будет говорить о хорошем звучании. Кроме того, нужно понимать, что никакие звукоизоляционные попытки не помогут решить проблему шума для соседей клуба. Поэтому крайне важно выбирать нежилое здание.



Но, что плохо для соседей, то хорошо для гостей. У любого человека клуб ассоциируется с громкой музыкой. Но громко — это не всегда качественно и приятно для посетителей. Поэтому к оснащению ночного клуба стоит отнестись со всей серьезностью. Выбора между отечественным и зарубежным производителем быть не может. По одной простой причине — в России просто не существует такого оборудования.

Некоторые владельцы ночных клубов считают, что тратиться на дорогую обстановку нелепо — внутри, как правило, темно. Однако клуб высокого класса просто не имеет права быть не «люкс», ведь туда идут те, кто побывал и в европейских заведениях (в московских уж точно). Эксперты сходятся во мнении, что обстановка должна поддерживаться правильным освещением. Вот на что точно нужно потратиться — это барная стойка. Именно она будет бросаться в глаза, а трещины на потолке станут объектом арт-дизайна.

Все зависит от человека

Многие клубы предпочитают устраивать тематические дни: сегодня организовать ночь в стиле дискотеки 80-х, а следующее темное время суток отдыхать с любителями R'n'B. Но для более дорогих заведений выбор давно уже остановился на музыке в стиле хаус. Хотя это не новое направление, оно остается популярным у сменяющейся молодежи. Основные посетители клубов — это люди 20-28 лет. Соотношение девушек и молодых людей в клубах составляет приблизительно 60:40, в пользу девушек. В клубном бизнесе около 70% выручки дают постоянные клиенты. А создать хорошую клиентскую базу можно только при наличии квалифицированного персонала. В первую очередь, арт-директора и пиар-директора. Но не стоит списывать со счетов работу обслуживающего персонала. От качества работы бармена и официантов может зависеть 50% продаж.

Кроме этого, важна и система охраны. Чтобы отдых обошелся без происшествий с

участием милиции, секьюрити должны тщательно следить за тем, кто и в каком состоянии приходит в клуб. Кроме того, охрана должна отслеживать и настроение посетителей, агрессивно настроенным гражданам не место в развлекательном заведении. Еще одна обязанность профессиональных охранников — не допускать скандалов и драк на глазах гостей заведения.

Входной билет

Прибыль ночных клубов складывается по-разному. Кто-то взимает плату за вход и таким образом повышает уровень заведения, отсеивая посетителей с небольшим доходом. В таком случае, стоимость входного билета может приносить до 50% прибыли клуба. Еще 40% — продажа еды и напитков, 10% - прочие доходы. Однако слишком дорогой билет может сузить круг клиентов до нерентабельного минимума.

Чтобы привлечь посетителей, некоторые клубы и вовсе отказываются от платного входа. И здесь возможны свои проблемы. В «бесплатное» заведение хлынет малообеспеченная публика, которая уже надышалась алкогольными парами за стенами клуба по более демократичным ценам, и, как вывод, ничего не приобретающая в баре. Когда концепция ясна, музыкальное направление выбрано, персонал нанят, остается еще один вопрос — график работы. В будни работать нерентабельно. Так, например, четверг принесет владельцу не более 50 тыс. руб. прибыли. Лучшее время — ночи с пятницы на субботу и с субботы на воскресенье. Чтобы бизнес стал окупаемым, за ночь клуб должен зарабатывать от 100 тыс. руб., если приглашены ди-джеи или артисты европейского уровня, эта сумма увеличивается до 300 тыс. руб.

Успех клубного заведения зависит и от денег, вложенных в него, и от месторасположения, но самое главное — это его атмосфера. Ведь именно хорошее настроение, которое создается атмосферой, и продают ночные клубы.