Бизнес-план клининговой компании

Краткое резюме

С 2014 по 2016 год на рынке клининговых услуг наблюдался экономический спад. В 2017 году бизнес стал постепенно становится на ноги и расширяться. Особенно прогресс заметен в городах с населением более 500 тысяч человек. При грамотно разработанном бизнес-плане клинингового агентства закрепиться на этом рынке абсолютно реально.

В качестве проекта для расчета взята фирма по уборке квартир, коттеджей и домов в Екатеринбурге.

Краткий обзор инвестпроекта:

- Первоначальные затраты (без учета заработной платы и налогов) — 379 980 рублей;
- Выход на точку безубыточности произойдет на пятый месяц работы;
- Окупится бизнес на 12-й месяц;
- Прибыль в среднем в месяц — 546 250 рублей.

В бизнес-плане клининговой компании с расчетами используются данные, которые можно адаптировать под свои финансовые возможности.

Описание проекта

Фирма может оказывать следующие услуги:

- Разовую и регулярную экспресс-уборку. Это сухая уборка пылесосом, затем влажная. Чистка сантехники, вынос мусора с заменой пакетов. Протирание пыли и полировка поверхностей. Требуется минимум 1 раз в неделю на регулярной основе;
- Генеральную уборку. Клинеры убирают и моют всю квартиру, включая потолки, двери, батареи, плинтуса и все навесные предметы интерьера. Мытье окон, балконов, люстры, бытовой техники изнутри — это дополнительные опции, которые оплачиваются отдельно;
- Уборка помещения после строительных работ — разовая услуга. Помещение полностью очищается от строительной пыли, грязи, краски и цемента + вынос строительного мусора. Как правило, используются два тарифа — с мойкой окон и без;
- Уборка после форс-мажорных обстоятельств (пожар, затопление). В работе используется специальное профессиональное оборудование и чистящие средства для удаления копоти, запаха горения и т. д.;
- Мытье окон и балконов. Стоимость зависит от размера окна;
- Чистка кожаной мебели, бильярдных столов;
- Глажка белья.

В услуги можно включить все, что касается жилого дома или квартиры. Если ориентироваться на премиум-сегмент целевой аудитории, то в свой прайс можно включить чистку бассейна, сауны или бани. Главное, все эти затраты внести в бизнес-план клининговой компании.

Оптимальный график работы — с 8.00 до 23.00 или с 07.00 до 22.00.

Ниша на рынке

Рассмотрим рынок клининговых компаний на примере Екатеринбурга с населением 1,5 млн человек. Здесь за 2016-2017 гг. было достроено и введено в эксплуатацию 1,02 млн кв.м. жилья, построено 4 торговых центра. На 2018 год запланировано построить еще 1 млн кв.м. жилья и начать строительство 3-х масштабных офисных зданий. И это, не считая складских помещений или каких-то малогабаритных строительств нежилого плана.

Все эти объекты — потенциальные заказчики клининговых услуг. Офисные здания чаще всего нанимают сторонние организации, чтобы убраться. Завершение строительства также требует генеральной уборки. Жители многоквартирных домов все чаще прибегают к помощи клинеров, потому что времени у человека в мегаполисе все меньше, а чек за уборку квартиры не так уж и велик.

Всего в этой нише на 2018 год около 270 клининговых фирм разной величины и спектра оказываемых услуг. Кто-то из них уже давно на рынке, а кто-то только вышел и нет никакой гарантии, что через месяц этого конкурента не будет. Ведь никто не знает, насколько качественно проработан бизнес-план клинингового агентства.

Маркетинговая стратегия

Грамотно выстроенная стратегия продвижения — это постоянный поток клиентов, формирование на рынке своего бренда и узнаваемости.

Продвигать компанию потребуется среди нескольких сегментов целевой аудитории. Каждый из них имеет свои вопросы и задачи, на которые нужно ответить и которые необходимо решить.

Целевую аудиторию можно условно разделить на следующие блоки:

1. Люди, которые убираются сами, но не против делегировать задачу. В этом случае фирма должна рассказать о плюсах уборки, об ее качестве. Выгодно представить своих квалифицированных сотрудников и разъяснить правила и стандарты качественной уборки дома;
2. Люди, которые ни разу не слышали о такой услуге. Для этой аудитории нужно рассказать о клининге в целом, о компании. Какие средства используете, сколько человек заказало услугу и остались довольны;
3. Недоверчивые люди. Они боятся пускать в свое жилье чужих людей. Им кажется, что обязательно что-то украдут или расскажут другим людям об их имуществе, что опять же спровоцирует кражу. Нужно обязательно закрыть это возражение. Объяснить, что сейчас не так-то просто что-то украсть, чтобы об этом никто не узнал. Малейшая ошибка или недовольство клиента тут же оказывается на просторах интернета;
4. Клиенты, которые уже заказывают услуги у конкурентов. В этом случае необходимо создать УТП (уникальное торговое предложение). Сделать его можно только, отталкиваясь от анализа работы конкурентов. Закажите уборку и проанализируйте их действия, условия. Подумайте, что улучшить в своем деле. Если грамотно подойти к решению вопроса, можно выгодно отстроиться от конкурентов и переманить их клиентов.

Все свои выводы, наблюдения и вопросы обязательно заносите в бизнес-план клининговой компании.

Для продвижения фирмы используйте разные рекламные каналы. Продвигать следует онлайн и офлайн. Обязательно сделайте сайт с приятным дизайном и интуитивно понятным интерфейсом. Клиент должен в течение 3-5 секунд понять, где он находится и что здесь предлагают.

Помимо сайта, заявите о себе в социальных сетях, создав группы. Используйте для этого Facebook, Instagram, VK, Одноклассники. Предварительно проведите анализ, чтобы понимать, где наибольшее количество ЦА. Группы регулярно наполняйте качественным контентом. Это создаст социальное доказательство, что вы работаете и вкладываете в бизнес.

Посты выкладывайте разнообразные. Не акцентируйте внимание только на продающих текстах. Однообразие с призывом к покупке никого не интересует. Разбавляйте посты полезными советами, смешными историями, вовлекайте публику.

Используйте таргетированную рекламу, рекламу в группах со смежной тематикой. Закажите рекламу в Яндекс. Директ. Грамотно настроенная рекламная кампания приведет «горячих» клиентов.

В офлайн среде используйте яркие листовки с условиями акции, закажите расклейку объявлений. Можно заказать объявление в газету.

В бизнесе существует масса методов продвижения. Выберите для себя 2-3 основных и тестируйте. Только практика выявит эффективность каждого. Не забудьте заложить рекламный бюджет в бизнес-план клинингового агентства.

Цены в среднем по рынку в Екатеринбурге на регулярную или разовую экспресс-уборку (руб.):

Площадь	Цена разовой уборки	Цена регулярной уборки (1 раз в неделю)
1-комнатная квартира (до 35 кв.м.)	2 000 р.	1 500 р.
2-комнатная квартира (от 36 до 60 кв.м.)	2 500 р.	2 000 р.
3-комнатная квартира (от 60 до 80 кв.м.)	3 000 р.	2 500 р.
4, 5, 6-комнатная квартира (до 150 кв.м)	от 50 до 60 р. за кв.м.	от 40 до 50 р. за кв.м.

Коттедж, загородный дом	от 30 до 60 р.	от 20 до 50 р.

Цены в среднем по рынку в Екатеринбурге на генеральную уборку (руб.):

Площадь	Примерное время уборки	Цена
1-комнатная квартира (до 35 кв.м.)	от 4 до 6 часов	4 500 р.
2-комнатная квартира (от 36 до 60 кв.м.)	от 6 до 8 часов	5 500 р.
3-комнатная квартира (от 60 до 80 кв.м.)	в течение 1 дня	8 000 р.
4, 5, 6-комнатная квартира (до 150 кв.м)	1-2 дня	от 80 до 120 р.
Коттедж, загородный дом	Индивидуально	от 60 до 100 р.

Расценки на дополнительные услуги (руб.):

Дополнительные услуги	
Протирка внутренних поверхностей мебели	200 руб./ед.
Мойка люстр	350 руб./ ед.
Мойка большой люстры (диаметр от 51 см)	От 800 – 2500 руб. / шт.
Вынос мусора (не более 10 кг.)	100 руб./ мешок
Вывоз строительного мусора (газель)	2 500 руб.
Мойка зеркал (более 5 м²)	130 руб./ кв.м.

В среднем чек за уборку в пределах 3000 руб. Эту цифру берем для расчета бизнес-плана клинингового агентства.

Производственный план: пошаговая инструкция

План состоит из нескольких шагов.

Шаг 1. Регистрация предприятия

Зарегистрируйте ИП, для налогообложения выберите ЕНВД. Из ОКВЭД выберите код 81.21.1 «Деятельность по уборке квартир и частных домов». Госпошлина обойдется в 800 руб.

Закажите печать, откройте расчетный счет. Некоторые банки предоставляют льготный период на пользование расчетным счетом первые 2-3 месяца.

Шаг 2. Выбор помещения

Выбирайте недорогое помещение на 30-35 кв.м. с двумя комнатами и хорошей вентиляцией. Потому что здесь будут хранится все моющие и чистящие средства. Персонал будет за ними заезжать. Обязательно наличие санузла.

Выбирайте офис с хорошей транспортной развязкой и парковочными местами. Аренда помещения обойдется 25 000 руб. в месяц.

Шаг 3. Приобретение оборудования и расходных материалов

Для старта понадобится:

- поломоечная машина GHIBLI FRECCIA 15 E 38 — 122 400;
- фен для сушки паласов TRUVOX HYBRIDBLOWER — 21 000;
- моющий пылесос для химчистки мягкой мебели GBP 20 LAVORPRO — 19 900;
- промышленный пылесос MESSER DE 25 —33 807;
- профессиональная тележка REVOLUTION 13 573,60;
- 5 комплектов инвентаря для уборки (ведра, швабры, сумки, мешки и т. д.) - 8000;
- форма на 5-х уборщиков (жакет и брюки) - 7000

Ежемесячно для работы нужны:

- Расходники (тряпки, перчатки, губки) — 600 рублей на уборщика

- Чистящие и моющие средства на одного уборщика 1100 рублей.

Итого: 225 680 разовых затрат на начальном этапе + 1700 ежемесячных.

Шаг 4. Персонал

На начальном этапе в организационной структуре достаточно иметь 8 сотрудников:

- 2 офис-менеджера. Их задача принимать заказы, распределять между уборщиками и курировать их. Заработок 1 сотрудника — 25 000;
- 5 клинеров. На начальном этапе их будет достаточно, затем нужно расширять штат;
- Руководитель (организатор бизнеса).

Если для офис-менеджера не требуется каких-либо специальных знаний, то клинеров необходимо обучить. Они должны уметь обращаться с инвентарем, разбираться в чистящих средствах, знать правила обработки поверхностей. Параллельно иметь опрятный вид, дисциплинированность и быть коммуникабельными.

Обучить персонал можете вы сами. Если это не ваша компетенция, то придется нанять технолога, который за 2-3 тыс. за каждого сотрудника, обучит всем тонкостям работы.

Финансовый план

Рассмотрим бизнес-план клининговой компании с расчетами с учетом того, что через 3 месяца работы штат уборщиков будет увеличиваться на два человека каждый месяц. К концу года в штате планируется не менее 23 уборщиков.

Средний чек за клининговую услугу составляет 3000 рублей. Оплата уборщика — 60% от суммы чека. График работы 2/2. Количество смен за месяц на одного человека —15. Всего на начальном этапе 5 уборщиков. В первый месяц работы было оказано 10 услуг.

Бизнес план клининговой компании с расчетами помесячно на год

Затраты (в руб.)	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Регистрация ИП	800					
Оборудование	210 681					
Инвентарь	8000			3200	3200	3200
Форма	7000	2800	2800	2800	2800	2800
Расходники и моющие средства	8500	8500	8500	11 900	15 300	18 700
ФЗП уборщиков	135 000	135 000	135 000	189 000	243 000	297 000
ФЗП офиса	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Мебель, оргтехника	100 000					
Аренда офиса	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Маркетинг		100 000	25 000	25 000	20 000	20 000
Прочие расходы	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Налоги в рамках ЕНВД	16 812	16 812	16 812	21 015	25 218	29 421
Итого расходов	**581 793**	**358 112**	**283 112**	**347 915**	**404 518**	**466 121**
Доходы	**30 000**	**225 000**	**225 000**	**315 000**	**405 000**	**495 000**
Прибыль	**-551 793**	**-133 112**	**-58 112**	**-32 915**	**482**	**28 879**
Финансовая обеспеченность компании нарастающим итогом	**-551 793**	**-684 905**	**-743 017**	**-775 932**	**-775 450**	**-746 571**
Затраты (руб.)	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Регистрация						
Оборудование						
Инвентарь	3200	3200	3200	3200	3200	3200
Форма	2800	2800	2800	2800	2800	2800
Расходники и моющие средства	22 100	25 500	28 900	32 300	35 700	39 100

ФЗП уборщиков	351 000	405 000	459 000	513 000	567 000	621 000
ФЗП офиса	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Мебель, оргтехника						
Аренда офиса	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Маркетинг	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Прочие расходы	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
ЕНВД	33 624	37 827	42 030	46 233	50 436	54 639
Итого расходов	**527 724**	**589 327**	**650 930**	**712 533**	**774 136**	**835 739**
Доходы	**585 000**	**675 000**	**765 000**	**855 000**	**945 000**	**1 035 000**
Прибыль	**57 276**	**85 673**	**114 070**	**142 467**	**170 864**	**199 261**
Финансовая обеспеченность компании нарастающим итогом	**-689 298**	**-603 625**	**-489 555**	**-347 088**	**-176 224**	**23 037**

Риск-менеджмент

Среди факторов риска открытия фирмы по уборке квартир и жилых домов можно выделить:

- Плохая система контроля. Пропущенный звонок офис-менеджером, опоздание клинера без предупреждения клиента или некачественная уборка — все это будет медленно топить компанию, если постоянно не регулировать процесс взаимодействия агентства и клиента;
- Поломка оборудования. Выход рабочих инструментов из строя чреват простоем в работе и потерей денег;
- Порча оборудования клиента. Наверное, самое неприятное, что может случиться. В результате — дополнительные затраты и испорченная репутация + потеря клиента;
- Нехватка квалифицированного персонала. Штат должен постоянно расти, в бизнесе не должно быть стагнации. Постоянно растущий штат и качественно выполненная работа быстрее выведут проект на самоокупаемость;
- Более сильные игроки на рынке. Очень важно продумать хорошее УТП.