

эксперты



Владислав Механцев директор event-агентства Центр Событий «EventKey»



Наталья Шарина директор event-агентства «My Best Day»

Что такое праздник, каждый знает с раннего детства. Это подарки, улыбки, веселье, счастливые воспоминания на много-много лет вперед. Планируя какое-либо мероприятие, все мы надеемся, что оно удастся на славу. И как велико бывает разочарование, если «веселье» нагоняет тоску. Это может произойти из-за отсутствия организаторских способностей или из-за «скучного» набора развлечений. А если человек может собрать всё и всех вовремя, придумать удивительные конкурсы, красивые поздравления и даже обычные танцы превратить в увлекательное событие, то, скорее всего, он не понаслышке знает об индустрии развлечений. Создание event-агентства даст возможность реализовать свои самые смелые креативные идеи и одновременно будет приносить хороший доход.

Сегодня праздник стараются организовать как фееричное представление, включающее забавные конкурсы, выступление приглашенных артистов, технические и пиротехнические шоу. Устроить такое торжество совсем непросто, поэтому многие прибегают к помощи специалистов. А начинающие предприниматели, зная все увеличивающуюся потребность россиян в профессионально организованных событиях, открывают агентства, создающие праздник.



«Первоначальные вложения здесь могут варьироваться от 100 тыс. до 1 млн. руб. — рассказывает Ирина Шабанова, — все будет зависеть от типа агентства. Различают три вида event-компаний. Первый вариант самый бюджетный — не нанимать штат сотрудников, а также не обзаводиться своей техникой и реквизитом, обходясь прокатом всех нужных вещей. Второй тип бизнеса - 50/50 — небольшой рабочий коллектив, состоящий из менеджеров по поиску клиентов и работе с заказчиками, плюс самое основное оборудование в собственности, а все остальное по найму и напрокат. В

третьем случае затраты будут самыми большими — все работники состоят в штате, а техника и реквизиты у вас свои».

В Нижнем Новгороде третий тип агентства встречается нечасто, потому что не так рентабелен. Постоянно держать в штате нескольких фотографов и ведущих, различных артистов — достаточно дорогостоящее удовольствие, так как средняя зарплата будет не меньше 20 тыс. руб. в месяц. Некоторые предприниматели начинают этот бизнес даже без офиса. «Аренда помещения площадью 30-40 кв. м. (а именно такой минимум понадобится для офиса) потребует не меньше 20 тыс. руб., — рассказывает Наталия Шарина, — на первых порах можно ничего не закупать, работать только с наемными работниками и все оборудование брать у более крупных компаний. Организаторские манипуляции вполне можно осуществлять из дома».

Однако рано или поздно офис все же придется найти, ведь нельзя постоянно встречаться с клиентами в кафе или на улице. Когда помещение будет найдено, его нужно оборудовать компьютером, телефоном, факсом, принтером и, конечно, мебелью. Экономить в этом бизнесе себе дороже. Как утверждает Владислав Механцев, чем меньше первоначальные вложения, тем сложнее агентству будет набирать силу. Так, вложенные 200 тыс. могут окупаться год, а вложенный миллион — 2-3 месяца. Этот парадокс объясняется тем, что значительная часть денег уйдет на рекламу, поэтому агентству может не хватить денег на реквизиты и костюмы. Крупные заказчики могут уйти к более раскрученным организациям.

## **Трудный выбор**

Праздник празднику рознь. Свадьба не похожа на детский день рождения, а корпоративные развлечения — на новогоднее веселье. Все эти события требуют разного подхода, различных ведущих, артистов и существенно отличаются по ценам. Открывая свое агентство праздников, каждый предприниматель решает, заняться организацией всех направлений или выбрать что-то одно.



Владислав Механцев рассказывает, что молодые агентства пытаются охватить все праздничное поле, но со временем приходят к узкоспециализированной работе. Каждый руководитель понимает, какие мероприятия идут лучше, в каком направлении клиентская база шире. И после этого становится интересней заниматься чем-то одним, а не распыляться на все. Конечно, корпоративы дороже, и прибыль от них более внушительная, чем от детского выпускного. Обычно компании, занимающиеся развлечением детей, выполняют от 30 и до 70 заказов в месяц, а специализирующиеся

на праздниках для трудовых коллективов организуют лишь 10-15 мероприятий. Доходность раскрученного и стабильного event-агентства составляет от 100 тыс. до нескольких миллионов рублей в месяц.

### **Зима — лето**

В праздничном бизнесе важную роль играет сезонность, делится Наталия Шарина. И для каждого события своя пора. Так, для детских праздников наибольший урожай заказов приходится на май, для свадеб — на июль-сентябрь. А вот Новый год — бесспорный лидер для каждого типа компаний. «Преддверие Нового года — это самое удачное время для открытия компании, — рассказывает Владислав Механцев. — Если подгадать начало работы за 2-3 месяца до заветного боя курантов, грамотно провести рекламную кампанию, то окупиться бизнес может сразу же». На праздновании Нового года люди, как правило, не экономят. Поэтому обычно заказывают мероприятие, состоящее из множества частей, например, выступления звезд эстрады, создания оригинальных «фишечек» и различных шоу, организации салюта. На украшение помещения также не скупятся.

«Сегодня индустрия развлечений может предложить самые невероятные вещи, на любой вкус, — делится Ирина Шабанова. — Весь вопрос в том, какую сумму готовы выложить клиенты за веселую программу. Цена для клиентов складывается из стоимости вещей и услуг, которые он выберет, плюс наценки в 10-25% в зависимости от сложности работы».

Однако зарабатывать в праздничном бизнесе можно не только на процентах от суммы, но и на своих конкурентах. Им всегда можно сдавать напрокат костюмы, реквизиты и техническое оборудование. Наталия Шарина сообщает, что в этом бизнесе конкуренты очень часто знают друг друга и дружат между собой. Хотя всех знать сложно, ведь в Нижнем Новгороде порядка 380 event-агентств. Из них можно выделить лишь десяток наиболее крупных, которые работают на нижегородском рынке праздников с начала 90-х гг.

Создавать людям праздник — это дело не только благодарное, но и прибыльное. Учитывая все нюансы и постоянно совершенствуясь, за 2-3 года можно получать стабильный доход в 500-700 тыс. руб. в месяц. Но нельзя сбрасывать со счетов неожиданные повороты, такие, как кризис. Например, сложная денежная ситуация в стране в 2008-2009 гг. заставила людей стать экономнее, что сказалось и на праздничном бизнесе. Сейчас рынок снова начинает расти, и прогнозы на будущее только радостные.