**Бизнес-план**

**Разноформатная языковая школа**

Готовый план открытия предлагает анализ актуальности и основных конкурентов. В нем содержится примерный перечень языков, которые необходимо преподавать в языковом центре, чтобы он был конкурентоспособным.

**Востребованность**

Для того, чтобы школа была конкурентноспособной, перечень её языков должен покрывать большинство запросов клиентов. Так как клиентами могут быть люди не русскоговорящие, то обучение русскому языку также необходимо включить.

Степень востребованности разных языков со временем меняется, на данный момент перечень самых востребованных такой:

- английский

- китайский

- испанский

- японский

- французский

- немецкий

- русский

**Форматы обучения**

- оффлайн/онлайн

- групповые/индивидуальные

**Аудитория проекта**

- дети-школьники (5-15 лет);

- поступающие в ВУЗы (15-17 лет);

- работники крупных корпораций, логистических компаний(те, кому нужен язык по работе)

- работники IT-сферы

- путешественники

Для каждой группы должна быть разработана отдельная программа курса

**Анализ конкурентов**

Выборка конкурентов на данном рынке, для сравнения с ними разных показателей планируемой школы и последующего улучшения.

- Underground Language Club

- Streamline

- Skyeng

**Расходы на открытие**

- получение необходимых лицензий

- аренда помещений

- мебель, оборудование

- зарплата учителям и остальным работникам

- рекламная кампания

- прочие ранее незапланированные расходы

**Риски**

- Повышения налоговой нагрузки из-за изменения законодательства. Риск нивелируется повышением стоимости курсов.

- Малого потока клиентов. Предприниматель обращает внимание на подбор помещения. Основные принципы подбора раскрываются в соответствующей статье примерного плана.

- Увеличения платы за аренду. Бизнесмен составляет договор на длительный срок с фиксацией арендной платы на комфортном для предпринимателя уровне.

- Формирования узкого ассортимента услуг. На этапе запуска школы иностранных языков проводится анализ конкурентов. Сравнивается стоимость, перечень и программы курсов. Клиентам предлагаются оригинальные форматы проведения занятий.

- Использования небольшого количества инструментов продвижения. Сюда же относится применение неэффективных способов. Предприниматель анализирует результаты конкретного инструмента маркетинга, исключает не приносящие необходимого эффекта.

- Низкой квалификации персонала и грубого отношения к ученикам. Бизнесмен запрашивает документы об образовании. Проводятся опросы среди обучающихся о качестве посещаемых уроков.

**Типовые ошибки (для их недопущения)**

- Неудачный выбор помещения. При размещении языковой школы принимается в расчет удобство для клиентов (остановки, парковка), проходимость человекопотока. Предприятие, находящееся далеко от центра, не принесет большой выручки.

- Узкий ассортимент услуг. Выражается в малом количестве языков, программ преподавания.

- Отсутствие бонусов постоянным клиентам и новичкам. Предлагается бесплатное тестирование для выявления уровня знаний ученика.

- Использование небольшого числа мероприятий по продвижению. Применяется комплексный подход по применению инструментов маркетинга. После обретения популярности предприниматель вправе исключить часть способов продвижения.

- Ошибка при выборе организационно-правовой формы. Зарегистрировавшись в качестве ИП, бизнесмен не вправе выдавать сертификаты о прохождении курсов.

**Заключение**

Открытие лингвистической школы — интересная тема для начинающего предпринимателя. Ее характеризует невысокий объем расходов на запуск проекта и быстрая окупаемость. Достоинство языкового центра — возможность разрабатывать оригинальные методики обучения, предлагать к изучению широкий спектр языков, понятная позитивная миссия бизнеса, направленная на обучение людей.

Основная часть успеха школы зависит от того, насколько подробно предприниматель сможет составить план деятельности.

По статистике, менее чем через год такой бизнес переходит на полную самоокупаемость. Расширяться можно путем открытия новых офисов, увеличения числа преподаваемых языков и штата в арендуемом помещении.