

FOOTBALL. COMMUNITY. SPORT.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

МАКСИМ КРАСАВИН

АЛИСА ДРОЖЖИНОВА

«ФУТБОЛ — ЭТО ИГРА ДЖЕНТЛЬМЕНОВ,
В КОТОРУЮ ИГРАЮТ ХУЛИГАНЫ»

СЭР РОБЕРТ МУР

РЫНОК И ТРЕНДЫ

РЫНОЧНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ

- В Санкт-Петербурге не хватает качественных крытых любительских игровых комплексов;
- Из всех игровых видов спорта, самым популярным является футбол;
- Мы открываем футбольный спортхолл (стартово – на 2 футбольных поля с травяным покрытием), где индивидуалы – любители, дети и футбольные команды могут не только играть в футбол, но и объединяться в команды, встречаться и общаться.

70 000 человек

Потенциальная
ёмкость рынка СПб

ЁМКОСТЬ РЫНКА. ВЗРОСЛЫЕ

Сколько всего?

- На июль 2020г в СПб официально проживает [5,383 млн человек](#);
- Из них 1,260 млн мужчин в возрасте от 20 до 45 лет;
- 10% от этого числа потенциально интересуются физкультурой и спортом — [122 000 человек](#);
- Из них порядка 33% интересуются футболом.

40 260 человек

10 000 человек
в поисках нового пространства

Уже играют:

- В Санкт-Петербурге функционирует порядка 40 комплексов;
- В каждом комплексе занимаются порядка 500 постоянных клиентов;
- Некоторые играют на частных полях, открытых стадионах, дворовых площадках.

20 000 человек

10 000 человек

Потенциально
15+ комплексов

ЁМКОСТЬ РЫНКА. ДЕТИ

Сколько всего?

- На июль 2020г в СПб официально проживает 5,383 млн человек
- Из них 303 000 мальчики в возрасте от 5 до 18 лет

30 300 человек

Уже играют:

- В Санкт-Петербурге функционирует очень большое количество зарегистрированных и незарегистрированных футбольных школ;
- Тем не менее, открытие футбольных школ называют [бизнес идеей 2020](#).

ПРОДУКТ И КОНЦЕПЦИЯ

ФУТБОЛЬНЫЙ СПОРТХОЛЛ

- Спортхолл — открытое пространство, в рамках современных open space тенденций, создает эффект единения;
- 2 поля с травяным покрытием для комфортной игры;
- Lounge-зона для общения и ожидания;
- Клубная система позволяет выстраивать с аудиторией крепкие, долгосрочные отношения с момента запуска проекта.

Травяное покрытие более популярно, более комфортно в игре, щадяще по отношению к суставам

Рациональные выгоды	Эмоциональные выгоды
<ul style="list-style-type: none">● Средняя цена за аренду поля;● Высокий уровень сервиса;● Возможность играть бесплатно;● Современные инструменты оплаты и бронирования;● Скидочные пакетные предложения;● Поля с травяным покрытием и резиновой подложкой, сертификатами FIFA и РФС;	<ul style="list-style-type: none">● Возможность заниматься любимым видом спорта;● Возможность играть с членами клуба, расширять сеть контактов;● Высокий уровень комфорта, за приемлемую цену;● Удобство и камерность локальных площадок;● Атомосфера мужского клуба, комьюнити;

ПОТОКИ ПОСТУПЛЕНИЯ ДОХОДОВ

- Аренда поля для физических лиц;
- Аренда поля для корпоративных клиентов;
- Членство клуба;
- Детская футбольная академия;
- Проведение коммерческих спартакиад;
- Детские дни рождения.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОЕКТА

- Рентабельность выше 30% (со второго года);
- Уникальность позиционирования;
- Система взаимодействия и объединение комьюнити в одно целое из раздробленных микросистем;
- Финансовое планирование и сквозная аналитика со старта проекта;
- Возможность масштабирования;
- Низкий объем стартовых инвестиций;
- Сильная команда на старте;
- Низкие операционные расходы;
- Маленький штат сотрудников;
- Клиентоориентированная модель бизнеса (Конкуренты работающие по аналогичному принципу, без исключения, успешнее; большинство конкурентов работают по принципу «итак придут»).

ДЛЯ КОГО?

Возраст: 27-35 лет, мужчина, чаще женат или состоит в отношениях, чаще есть дети;

Средний доход: от 30 000 до 100 000р на члена семьи;

Типаж: «Движущийся в сторону интеллигентности рабочий класс»

Поведенческие особенности:

- Средний класс России: менеджер/рабочий, реже управленец;
- Работает 40 часов в неделю;
- Свободное время проводит с семьей, друзьями;
- Иногда посещает спортзал, чаще всего есть какие-то увлечения спорт/игры;
- Отдыхает в России или на курортах low-class;
- Нравится проводить время в компании, но не всегда нравится их собирать;
- Устает от рутинности и бытовых особенностей жизни, стремится к получению эмоциональной компенсации, переключению;
- Важно доказывать свою маскулинность;
- Как правило, в футбол играет с детства.



ЭКОНОМИКА ПРОЕКТА

P&L 15 месяцев	
Статьи бюджета	TOTAL
ДОХОДЫ	25 976 546 Р
РАСХОДЫ	
	АРЕНДА И КУ
	9 225 000 Р
	ЗАТРАТЫ НА ТЕХНИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ КЛУБА
	525 000 Р
	АДМИНИСТРАТИВНО-ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ
	796 804 Р
	ЗАТРАТЫ ФОТ
	7 228 800 Р
	ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМУ
	3 275 000 Р
	НАЛОГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА
	510 600 Р
ИТОГОВАЯ СУММА 15 МЕСЯЦЕВ	17 581 204 Р
Операционная прибыль	8 395 342 Р
Рентабельность	32%

Размер стартовых инвестиций: 13 000 000р

Доход GROSS со 2 года: 23 000 000р

Операционные расходы GROSS со 2 года:
15 000 000р

Чистая прибыль 2-5 год:
7 500 000р – 9 500 000р

ROI проекта (по чистой прибыли):
32% — 1ый год
35% — 2ой год и далее

Срок окупаемости: 21 месяц

ИДЕНТИФИКАЦИЯ

АТТРИБУТЫ БРЕНДА

Рабочее название:

GAFFER — Британское, разговорное обозначение футбольного менеджера, тренера, босса. Сокращение от GodFather (“Крёстный отец”)

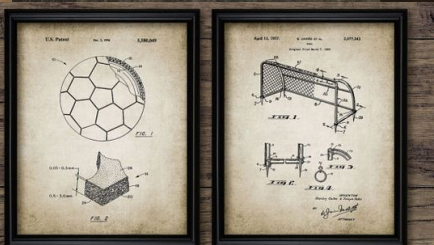
Большая идея бренда:

Мы — наставник, организатор, опытный менеджер с пониманием эстетики и красивой игры, с тягой к общению и сообществу.

Мы поддерживаем английские традиции футбола и создаем не обычное стадионное пространство, а атмосферное место, где каждый любитель футбола сможет отвлечься от суровой реальности, прикоснуться к футбольным традициями и найти друзей по интересам.

GAFFER

FOOTBALL. COMMUNITY. SPORT.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

МАКСИМ КРАСАВИН

+7 (921) 977-2730
averi1590@gmail.com

АЛИСА ДРОЖЖИНОВА

+7 (911) 707-6011
drogginova@gmail.com