

# Построение филиальной сети учебных центров

на примере школы иностранных языков

**Владимир Рогозин**

директор сети школ  
иностранннх языков «Анеспа  
студио»

в г. Санкт-Петербурге.

Vladimir.r@anespa.ru

- Цели, предпосылки, преимущества и недостатки построения сети.
- Намечаем план действий. Последовательность, основные ошибки, оценка результата.
- Организационная структура компании. Происходящие изменения, новые должности и основные должностные обязанности сотрудников

# Эффект масштаба

«Объем выпуска продукции увеличивается в большей степени, чем затраты ресурсов»

## 3 формы развития компании

- «выращивание единственной точки»
- построение филиальной сети
- франчайзинг

# Цели

- Увеличить количество учеников с которых мы будем получать прибыль
- Увеличить маржу с каждого ученика за счет эффекта от масштаба

# Предпосылки

- Территориальный фактор
- Готовность компании к расширению
- Готовность клиентов платить

# Преимущества (в сравнении с 1 крупной точкой)

- 1) Территориальная близость к большому количеству потенциальных учеников
- 2) Территориальная близость к большому количеству потенциальных сотрудников
- 3) Возможность перехода сотрудников и учеников из филиала в филиал при переезде
- 4) Распределение рисков

## Преимущества (в сравнении с 1 крупной точкой) (2)

- 5) Создание имиджа крупной компании. Много филиалов, больше доверия
- 6) Возможность общегородской рекламной кампании: метро, радио. Иначе это стрельба из пушки по воробьям



# Недостатки

- 1) Нерациональное распределение пространства за счет дублирования общих зон (60 кв.м это 2 кабинета, 100 кв. м. это 4 кабинета)
- 2) Более дорогая аренда из расчета на кв.м. ( Чем больше берешь, тем дешевле выходит)

## Недостатки (2)

3) Дублирование оборудования и части затрат (ресепшен, часть орг. Техники, вывеска, сигнализация)

4) Орг вопросы (реклама, персонал, техническо-бытовые сложности)

## План действий

1) Определяем какое количество филиалов мы хотим и можем открыть в этом учебном году

(Лучшее время август, возможное время январь)

2) Определяем возможные районы размещения и формат площадки

3) Ремонт

4) Реклама и персонал

# Важно!!!

Теперь у вас несколько помещений  
и больше сотрудников.

Надо четко понимать что с этим делать летом

# Основные ошибки

- 1) Открыть слишком много без подготовленной инфраструктуры и опыта
- 2) Не успеть открыться к сезону
- 3) Открывать филиалы слишком далеко друг от друга
- 4) Оптимистичность в прогнозах

## Основные ошибки (2)

5) Нежелание зафиксировать убытки и уйти если совсем «не идет»

6) Нанять сразу слишком много лишних людей

# Оценка результата

- 1) Хорошим можно считать результат если у вас операционный «0» в конце первого учебного года
- 2) Не снизились ли результаты базового центра?
- 3) Считаем результаты каждого центра в отдельности. Не валим все в одну кучу.

# Организационная структура компании

1) линейная

2) функциональная

3) дивизиональная



# Основные отделы

1) Методический

2) Административный

3) Отдел продаж

# Старший администратор

1) Набор , обучение, помощь, контроль администраторов

2) Решение конфликтных ситуаций с клиентами

# Старший администратор (2)

3) Решение конфликтных ситуаций между администраторами и сотрудниками других отделов

4) Замещение администратора в случае болезни

# Академический директор

- 1) Набор , обучение, помощь, контроль преподавателей и методистов
- 2) Составление программ обучения и учебного расписания
- 3) Контроль качества обучения

# Академический директор (2)

4) Анализ конкурентов

5) Анализ материалов и взаимосвязь с издательствами

# Старые и новые обязанности собственника (генерального директора)

Руководство непосредственно каждым сотрудником и решение всех операционных вопросов связанных с текущей деятельностью.

Контроль за деятельностью руководителей отделов,  
реклама

**Благодарю за  
внимание!!!**