

Я поверил в стартап своего друга и уволился с престижной работы в банке. Рассказываю, что из этого вышло

Арендовали залы в детских садах и работали в убыток: с чего начиналась история франшизы №1 в списке Forbes

Как мы создали детскую футбольную школу с 700 филиалами

Десять лет назад мой друг открывал футбольные секции, чтобы его дети могли заниматься спортом. Мне так понравилась его идея, что я согласился стать партнером проекта. В итоге я работал бесплатно, помогал организовывать занятия, а первую зарплату получил только спустя год. Зато теперь я руковожу франшизой с партнерами в 120 городах России.



Привет! Меня зовут Руслан Баширов, я один из основателей [Чемпионики](#) — сети футбольных школ для детей от 3 лет. Рассказываю, что я узнал и чему научился пока создавал франшизу с филиалами в пяти странах мира.

Я уволился с престижной работы в банке, чтобы учить детей футболу

В 2013 году мой друг Евгений Кудрявцев, которого я знал еще со времен учебы в МГУ, вернулся в Россию после выпуска из Гарвардской школы бизнеса. На тот момент у него было двое маленьких детей, которых нечем было занять. Жене пришла идея открыть футбольные студии для детей от 3 до 7 лет и он сразу начал реализовывать эту затею — причем за собственные деньги.

Проект тогда назывался FutboStars (ФутбоСтарз). В его основу легла американская методика занятий спортом со школьниками. Ее суть заключается в позитивном подходе к тренировкам — тренер не кричит и не ругается, если у ребенка не получается.

Футбольным правилам, основным ударам и владению мячом тренеры обучали через игры. Например, детям нравилась игра «Ограбление банка». Для нее мячи складывали в центр зала, дети делились на команды, а побеждали те, кто соберет больше «мешков с деньгами» на своей стороне поля. Это было интереснее, чем бесцельно бегать по полю как на обычных занятиях.

**ФУТБОСТАРЗ СОТРУДНИЧАЕТ С СОЗДАТЕЛЯМИ
УСПЕШНЫХ ФРАНШИЗ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ 	РОССИЙСКИЙ ОПЫТ 
 Программа по футболу для детей от 2 до 8 лет в США и Канаде • 150 франчайзи • 500,000 клиентов всего, из них 120,000 клиентов в 2014 году • Партнер Soccer Shots входит в Международный Экспертный Совет Футбостарз	 • 25 фитнес-клубов по франшизе в России и СНГ  • 140 детских клубов в России и СНГ по франшизе  • Опыт запуска франшизы образовательных услуг , в т.ч. для дошкольников, по всей России  • Франшиза услуги по обучению бегу в 6 городах России

За основу взяли российские и зарубежные франшизы, занимающиеся спортом и образованием

Когда Женя предложил мне стать бизнес-партнером, я уже два года работал аналитиком в банке. В МГУ я изучал инвестиции, но мне не хотелось связывать свою жизнь с чужими вложениями в добычу нефти или угля — такие вещи меня не вдохновляли. А вот футболом я увлекался с детства, поэтому поверил в бизнесовый потенциал проекта. После премии я уволился из компании и с головой окунулся в новое дело.

Арендовали залы под проект в детских садах— получалось не всегда и не везде

Наш план заключался в том, что мы не будем тратить на строительство площадок для занятий, а арендуем их у государственных и частных детсадов. От сада нам требовалось только помещение — хватало и 25 м², что чуть больше домашней гостиной. За группой трехлеток даже проще уследить в маленьком пространстве.

Мы сами нанимали тренера и использовали собственный инвентарь. В тренажах недостатка не было — мы привлекали выпускников спортшкол. Они рады были работать с детьми, ведь для всех остальных альтернатива была — работать консультантом в Адидасе.

Для занятий у нас были специальные мягкие детские ворота и мячи, а потом появилась яркая желтая униформа. Инвентарь между занятиями мы оставляли в саду или на складе, если занятия проходили на улице.



За посещение занятий выдаем наклейки, которые можно вклеить в специальный дневник

С посещаемостью проблем не было — родители с удовольствием приводили детей на наши занятия. Но договориться об аренде с государственными садами оказалось не так просто. Охранник мог просто не пустить меня на территорию детсада и тогда переговоры с директором заканчивались так и не начавшись. Кроме этого, сады часто закрывались на карантин из-за ветрянок и других детских болезней. Мы не могли сразу найти альтернативу и теряли прибыль.

Все это мешало развиваться проекту так быстро, как мне бы хотелось. Вдобавок, весь первый год зарплату мы платили только тренерам, а я работал бесплатно.

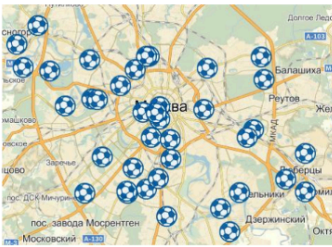
Привлекли инвестиции на создание франшизы и потратили их на набивание шишек

Я целыми днями катался по Москве, чтобы договариваться об аренде помещений. Это отнимало время и силы, но совсем не окупалось. Мы больше не хотели зависеть от детских садов и поэтому начали привлекать инвесторов. Нам нужны были деньги для двух основных целей:

- аренда точек в спорткомплексах и фитнес-клубах,
- создание франшизы.

Со времен учебы у меня и Жени осталось много знакомых из мира инвестиций. Свои поиски мы начали с них. Мы создали презентацию, в которой рассказали о достижениях компании, успехе схожих франшиз за рубежом и составили стратегию будущего развития. Мы показали презентацию 60 потенциальным инвесторам и четверо согласились вложить деньги на общую сумму в несколько миллионов.

**СЕГОДНЯ ФУТБОСТАРЗ ЗНАКОМИТ ДОШКОЛЬНИКОВ
СО СПОРТОМ ПРОСТО И БЕЗ УСИЛИЙ!**

ЭФФЕКТИВНО!	УДОБНО!	ВМЕСТЕ!
- Уникальная футбольная методика специально для дошкольников - Положительные эмоции – ключевой компонент игры - Яркая форма, мультяшный дневник, подарки	- Не нужно стоять в пробках – занятия проходят в течение дня в саду, куда ходит малыш - Рядом с домом – 45+ центров по всей Москве	- Активное сообщество мам и пап - Совместные мероприятия для детей и родителей - Знакомство малышей со спортом с ранних лет
		

Для привлечения инвесторов мы создали презентацию о создании и развитии франшизы. Вот слайд тех времен

Однако убедить потенциальных инвесторов вложиться в проект, о котором они никогда не слышали, оказалось непросто. Сложности окончательно убедили меня в необходимости создания узнаваемой франшизы.

Я стал много общаться с управляющими уже существующих компаний, таких как [WorldClass](#) и [Бэби-клуб](#). Я хотел перенять их опыт руководства и найти для нашего проекта людей, которые уже работали во франшизах. В своих поисках я не ограничился спортивной и образовательной сферой, некоторые из наших новых сотрудников были из сферы туризма. В 2014 году из-за политической обстановки в стране многие работники туристических фирм остались без работы, но мне это было на руку — они знали принципы работы во франшизе.

Собрав команду, мы начали тратить деньги инвесторов на дорогие и сложные в производстве продукты для наших франчайзи:

- **Создали IT систему для франчайзи.** С ее помощью можно было отслеживать количество клиентов, статусы оплаты и работу персонала.
- **Разработали методичку для занятий.** Подробно описали как проводить занятия первые три года.
- **Создали гайд как собеседовать и обучать тренеров.** В гайд вошли вопросы, которые нужно задать на собеседовании и как правильно проводить тренировку.

Но выяснилось, что наши потенциальные покупатели новички в бизнесе и им куда важнее знать как нанимать персонал, арендовать помещение и где искать первых клиентов.

Потраченные деньги было уже не вернуть и чтобы сгладить последствия своих ошибок, мы сделали обучение тренеров своим главным конкурентным преимуществом.

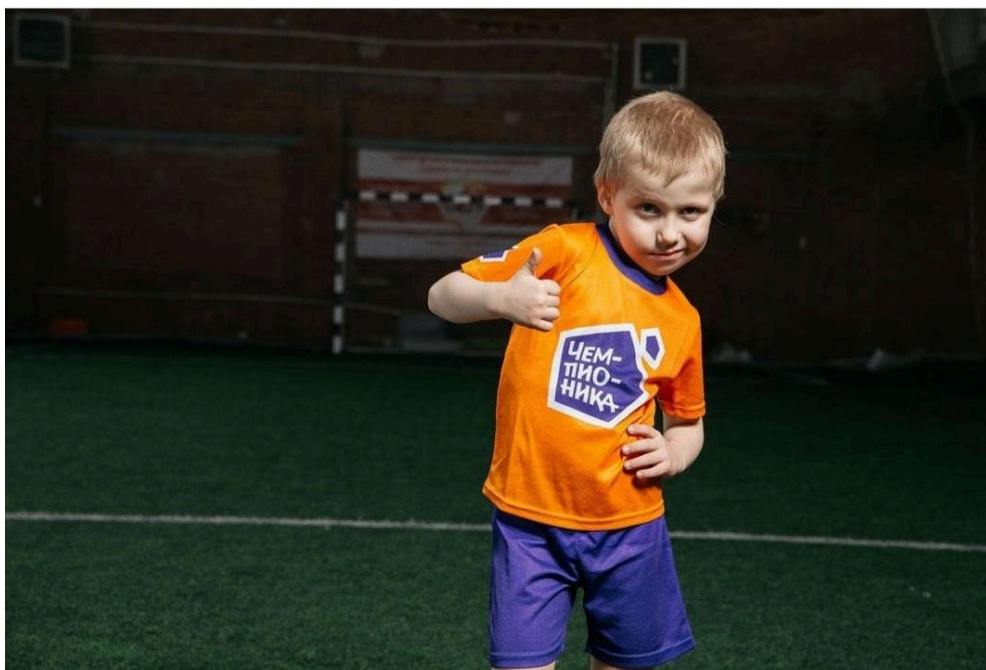
Все тренера проходят обязательное собеседование и недельное обучение в Москве. В конце обучения проводится экзамен, от результатов которого зависит дальнейшее трудоустройство.

Когда система поддержки франчайзи была готова, мы решили протестировать новый продукт и получить отзывы реальных клиентов. Наш первый партнер был из Самары, а второй из Краснообска. За покупку франшизы мы взяли 100 тысяч рублей, этого было мало, но тогда нам было важнее убедиться, что проект работает. С франчайзи из Самары мы продолжили работать следующие пять лет, когда франшиза стоила уже в четыре раза дороже.

Не смогли использовать старое название в регионах

В Москве или Санкт-Петербурге у нас никогда не возникало проблем с названием FutboStars. Но когда мы нашли партнера в Туле и написали об этом пост, в комментариях начали писать предложения переименовать франшизу в «Кожаный мяч». В регионах «Футбостарз» не всегда даже правильно могли произнести. И тут мы поняли, что без ребрендинга не обойтись.

Название «Чемпионика» мы выбрали из-за его ассоциации с победами и спортивными достижениями. Также мы хотели убрать футбол из названия, так как в планах было развивать и другие направления.



Внедрять изменения начали с создания нового сайта и заказа новой формы

К моменту ребрендинга у нас уже были партнеры. Им мы дали полгода, чтобы осуществить все необходимые изменения. Не всех порадовали перемены, но сейчас старое название никто не вспоминает.

Слишком заботились о поддержке франчайзи и ушли в минус

В 2016 году наша реклама по большей части ограничивалась сарафанкой. А мы не знали, что это может обернуться проблемами с заявками.



Рассказываю о Чемпионике на выставке франшиз

После участия в выставке франшиз [BuyBrand](#) у нас появилось 30 новых франчайзи — это самый большой приток заявок за всю историю Чемпионики. Вдохновленный успехом, я собрал команду специалистов для обучения новых франчайзи. Но сделал я это слишком рано. Заявки прекратились также внезапно, как и начались. Нашу рекламу с BuyBrand продолжали крутить, но никто не приходил. Сокращать тщательно отобранную команду не хотелось, поэтому несколько месяцев пришлось работать в убыток.

Поверили в свои силы и предложили сотрудничество Зениту

После провала в 2016-м мы сделали вывод, что проблема была в отсутствии рабочей воронки продаж. С этого года у Чемпионики появился отдел продаж и соцсети. Внимание ЦА было восстановлено, заявки возобновились и я понял, что пора вернуться к давней мечте — сотрудничеству с футбольным клубом.

Моя работа была связана с футболом и я часто наблюдал за франчайзи западных ФК. Я понимал, что уже сейчас «Чемпионика» может дать своим партнерам больше, чем просто узнаваемый логотип команды.

В это же время ФК Зенит собирались открывать футбольные секции для детей в разных городах и хотели, чтобы это было доступно каждому. Чтобы найти команду, которая осуществит их задумку, Зенит объявили конкурс. Мы подали заявку, выиграли этот конкурс и договорились о переходе части филиалов в образовавшуюся Зенит-Чемпионику.

Сейчас Зенит-Чемпионика наш уникальный продукт — и это не только форма с логотипом и видео в соцсетях с известными футболистами. Академия Зенит обучает тренеров, которые преподают в Чемпионике, а профессиональные игроки записывают обучающие видео. Самым активным ученикам мы даем возможность осуществить мечту — вывести игроков Зенита на поле перед матчем.

Чемпионику посетили более 50 тысяч детей, а все трудности я вспоминаю с улыбкой

Сейчас у Чемпионики 200 партнеров в 120 городах России. На занятия приходят мальчики и девочки от 3 до 16 лет. Основным направлением остается футбол, но Чемпионика-танцы уже дышит в спину.

Я на собственном опыте убедился, что создание франшизы — один из лучших способов развивать свою компанию. И теперь хочу помочь молодым предпринимателям развивать свой бизнес с помощью акселератора франшиз, о котором более подробно рассказываю в своем [телеграмм-канале](#).

А вы хотели бы превратить свой бизнес во франшизу?

Для кого: статья для предпринимателей, у которых свой бизнес 1-3 года. У них есть свой продукт, они хотят расширяться и увеличить прибыль. Возможно думают о создании франшизы. Предпочтительно бизнесы, которые связаны с детским образованием и спортом.

О чем статья: Расскажем об этапах развития *франшизы* “Чемпионики” словами одного из основателей — Романа Баширова. Покажем, сколько сил и времени было вложено в проект и как сейчас компания использует накопленный опыт. Подсветим проблемы, которые неизбежно ждут предпринимателей при создании франшизы. И вдохновим идеей, что проблемы забываются, а рост компании и прибыльная франшиза — остаются.