



## WIN-WIN: ЭКОНОМИЯ, КОТОРАЯ УЛУЧШАЕТ СЕРВИС

**Павел Тимец**

Эксперт, аналитик индустрии развлечений, автор книги «Парк развлекательного периода. Центр развлечений от проекта до счастливого Гостя»

**С приходом пандемии для индустрии развлечений, гостеприимства и сервиса началась эпоха выживания. Стало понятно – жить по-старому больше не получится, а значит, нужно кардинально менять основные принципы работы. В казанском развлекательном центре FUN24 мы на практике применили больше 30 кейсов по минимизации расходов. Один из главных принципов, на который ориентировались при снижении затрат – «win-win» – сэкономить без потери в качестве, а в чем-то даже стать лучше.**

### КЕЙС №1. ВСТРЕЧАЕМ КАЖДОГО ГОСТЯ

После карантина посещаемость развлекательного центра в выходные дни снизилась не сильно, а вот в будни мы чувствуем ошутимое падение. Раньше в будний день нас посещало 500-700 человек. Сейчас показатели снизились до 150-200 Гостей. Если условно распределить 150-200 посетителей в течение дня, получится примерно 35-60 компаний из 3-4 человек.

На время низкой посещаемости вместо 12 инструкторов-координаторов, которые раньше работали на каждой рецепции, мы оставили пятерых и попросили встречать Гостей на кассе входа. Сотрудник ведёт компанию в парк, если требуется, проводит мини-экскурсию по центру: показывает аттракционы, объясняет, как они работают, оставляет свой телефон, чтобы к нему можно было обратиться за помощью, а после снова возвращается на вход, чтобы встретить следующих Гостей.

Пока посетителей мало, пять сотрудников вполне могут встретить всех Гостей. Когда людей становится больше, уделять внимание каждому уже сложнее. Во время пиковых нагрузок линей-

ный персонал просит коллег о помощи в общем чате, и сотрудники офиса выходят в зал на час/полтора, чтобы тоже встречать посетителей.

**Win-win:** Раньше Гости приходили в центр и осматривались самостоятельно. Теперь мы уделяем внимание каждому в отдельности. Гости лучше ориентируются в парке, узнают от сотрудников об акциях, более удовлетворены сервисом, а мы получаем ошутимое сокращение затрат.

Персонал активно работает с Гостями в зале. За счёт встречи и живого общения сотрудники узнают о наших Гостях больше, открыто общаются, меньше отвлекаются на нерабочие



задачи. Гости довольны, а рабочее время у линейного персонала пролетает быстрее.

**Экономия:** Раньше в развлекательном центре работало 3 смены по 12 человек. Сейчас осталось 3 смены по 5 сотрудников. Таким образом, сокращение фонда оплаты труда (ФОТ) линейного персонала уменьшилось более чем в два раза и в абсолютном отношении составило почти миллион рублей в месяц.

Из книги Павла Тимца «Парк развлекательного периода. Центр развлечений от проекта до счастливого Гостя». Часть 4. Сервис и качество, Глава 1. Искренний сервис:

Постоянные Гости – это стабильность и дополнительная выручка. А возвращаются Гости прежде всего из-за качества предоставляемой услуги. Суть сервисной модели в том, чтобы оправдать, а лучше – превзойти ожидания Гостей.

Если вы понимаете, что качество услуги оставляет желать лучшего, научитесь управлять ожиданиями. Всем знакома ситуация, когда картинка в меню выглядит совсем не так, как блюдо, которое приносит официант. Достаточно заменить фотографии блюд на реальные, чтобы снизить уровень негатива.

### КЕЙС №2. ПЕРЕШЛИ НА ГОСТЕВОЕ САМООБСЛУЖИВАНИЕ

Некоторые рецепции (бильярд, роллердром, боулинг) мы перевели на self-service (самообслуживание). Например, раньше, чтобы взять обувь для боулинга, надо было отстоять очередь к инструктору-координатору и получить свой размер. Иногда это вызывало недовольство Гостей.

Сейчас всё можно сделать самостоятельно. Мы написали на табличках номера размеров и выставили обувь в зал. Гости подходят, сами выбирают пару ботинок, переобуваются и идут играть. Полная свобода действий. То же самое с роликами и бильярдом.

**В казанском развлекательном центре FUN24 мы на практике применили больше 30 кейсов по минимизации расходов.**

В селф-сервисе есть и минусы – беспорядок, поломки и воровство. Если Гости не кладут обувь на место, мы реагируем на это указателями и табличками с письменными просьбами. Дополнительно раз в час сотрудник проходит по всем рецепциям и наводит порядок. Что касается случаев воровства, средства на покупку нового оборудования гораздо меньше, чем затраты на сокращение одной рецепции (около 70-80 тыс. руб. в месяц). Мы сократили три таких рецепции. Потери на украденных шарах и сломанных киях, пока что значительно меньше.

От двух игровых зон – аттракциона виртуальной реальности (VR) и тира – мы отказались из-за невозможности перевести на самообслуживание. В тире нельзя создать self-service зону, так как это опасный аттракцион, требующий постоянного присутствия сотрудника. К тому же там достаточно высокий чек на расходы. Затраты на свинцовые пульки составляют 25-30 тыс. рублей в месяц. Аттракцион VR тоже включает большую расходную часть на провода и шнуры и требует отдельного сотрудника, который может обслуживать не более 1-2 Гостей одновременно.

**Win-win:** Гость сам выбирает оборудование и получает доступ к аттракциону, что ускоряет процесс обслуживания. Для нас это сокращение затрат, а для Гостя – улучшение качества, поскольку он не тратит время на ожидание в очереди.

**Экономия:** 210-240 тыс. руб. в месяц на зарплаты инструкторов-координаторов, а также 25 тыс. руб. на пульки для тира и 10 тыс. на расходные материалы для VR.

### КЕЙС №3. ПЕРЕВЕЛИ ОБОРУДОВАНИЕ НА РАБОТУ ПО СЕАНСАМ

Автодром, 5D-кинотеатр и лазертаг перевели на работу по сеансам. Мы убрали инструкторов с этих рецепций и автоматизировали график запуска аттракционов, установив таймеры обратного отсчета времени до следующего сеанса.



Раньше на каждой рецепции постоянно находился сотрудник. Когда игровой сеанс заканчивался, сразу заходили следующие Гости. После карантина посещаемость развлекательного центра снизилась и необходимость в сотрудниках на каждом аттракционе пропала.

Для примера возьмём один из ключевых аттракционов – Q-Zar (или лазертаг). Сеанс одной игры длится 20 минут. Максимальное количество

играющих на площадке – 40 человек. Сейчас, когда людей мало, нецелесообразно запускать сеанс игры для компании из 4-6 человек. К тому же, чем больше людей играет одновременно – тем интереснее игра.

Мы перевели аттракцион на работу по сеансам. Раз в полчаса начинается новая игра. Гости подходят к назначенному времени и большой компанией заходят на площадку. Если по окончании предыдущего сеанса возникла очередь, сотрудник запускает следующих игроков. Если к очередному сеансу люди не пришли, инструктор ставит на экране время следующей игры и уходит на кассу входа или другой более востребованный в данный момент аттракцион. По такому принципу в нашем развлекательном центре теперь работают автодром, 5D-кинотеатр и Q-Zar.

**Win-win:** Гостям больше не нужно стоять в очереди. В промежутке между сеансами они могут развлекаться на других аттракционах.

**Экономия:** В этом кейсе экономия не столь велика и составляет несколько десятков тысяч рублей, но это также делает вклад в общую цель по глобальному сокращению затрат.

#### КЕЙС №4. УСТАНОВИЛИ АВТОМАТИЧЕСКИЕ КАССЫ

Мы закупили автоматические кассы, позволяющие сделать заказ через терминал. Привычная история, которая пока еще мало используется в индустрии развлечений. Это те кассы, к которым мы привыкли в Макдональдсе, только настроенные на продажу входных билетов и блюд на фаст-фуде в развлекательном центре.

Автоматические аппараты минимизируют затраты на второго кассира. Приобрести терминал в долгосрочной перспективе более выгодно, чем оплачивать работу кассира.

**Win-win:** Терминалы показывают более высокие дополнительные продажи в сравнении с работой кассира. Всегда есть вероятность, что кассир забудет и не проговорит скрипт продаж. С автоматом такая вероятность исключена.

Благодаря терминалу снижается нагрузка на кассиров и барменов. Из плюсов для Гостей – отсутствие очереди.

**Экономия:** Хороший аппарат стоит около 1 млн рублей. Один пост кассира вместе с налогами обходится предприятию в 80 тыс. руб. в месяц. За год один аппарат окупается.

**МЕДИА ПРОЕКТ**

Эксклюзивный производитель детских призовых билетиков

- Без посредников
- Индивидуальный дизайн
- Изготовление от 7 дней
- Поставки небольшими партиями
- Стандартный дизайн всегда в наличии
- Организация доставки по РФ и СНГ
- Технологическое сопровождение

Санкт-Петербург | (812) 643-38-11 | 8 (921) 354-52-56  
media.project@mail.ru | медиапроект-спб.рф



# TIME RIDER

Вы готовы к путешествию?

ИСПЫТАЙ ЭТО УНИКАЛЬНОЕ И ОТМЕЧЕННОЕ НАГРАДАМИ ОЩУЩЕНИЕ, КОТОРЕ УВЕДЕТ ЗА СОБОЙ СКВОЗЬ ВРЕМЯ И ПРОСТРАНСТВО!



PolinWaterparks

polin.com.tr [social media icons] polinwaterparks