

Jak zarobić na weselach?



2009-01-07

Organizacja wesel to nie zawsze zajęcie piękne i romantyczne – jak w filmie z Jennifer Lopez „Powiedz tak”. Podstawą tej pracy jest dobra organizacja, komunikatywność, staranność i... nieuleganie emocjom. Znalezienie lokalu, dobranie oprawy muzycznej, dekoracja stołów, catering – to podstawowe zadania firm organizujących wesela. Na tym jednak się nie kończy. Do zadań konsultanta ślubnego należą też np.: doradztwo w zakresie ubioru pary młodej czy zapewnienie noclegów.

Organizatorzy ślubów, a w zasadzie organizatorki, bo to kobiety najczęściej są właścicielkami takich firm, muszą być po części menedżerami, mediatorami i psychologami. – Ja zatrudniam osiem konsultantek, bo zauważyłem, że w 80% to panny młode organizują ceremonię i łatwiej rozmawia się im o tiulach i koronkach z kobietami – mówi Dariusz Łańcuchowski,

właściciel firmy Merrieday zajmującej się organizacją uroczystości ślubnych i rzecznik Polskiego Stowarzyszenia Konsultantów Ślubnych.

Styl i biznes

Konsultant ślubny musi mieć wyczucie dobrego smaku, ale jeszcze ważniejsze są umiejętności biznesowe, organizacyjne i logistyczne. Dlatego firmy organizujące wesela prowadzą często ekonomiści czy prawnicy, jak Joanna Achteлик, właścicielka firmy Sweet Moments, czy Sabina Iwaszkiewicz, właścicielka firmy Slub4u. – Kończyłam ekonomię transportu na Uniwersytecie Szczecińskim – opowiada Joanna Achteлик. Po kilku latach pracy na etacie w firmie spedycyjnej zrozumiała, że to nie dla niej. – Nic się tam nie zmieniało, oprócz wielkości wysyłanych towarów – wspomina. Akademię Ekonomiczną w Poznaniu ukończyła z kolei Sabina Iwaszkiewicz. Nadal pracuje na etacie, ale własny biznes wciągnął ją całkowicie.

Słucha, zarządza, nie traci głowy

Organizacja wesel to zajęcie dla ludzi asertywnych, otwartych i komunikatywnych. – Żeby dobrze prosperować, trzeba stworzyć sieć profesjonalnych podwykonawców, bazę lokali, zespołów muzycznych, firm wypożyczających auta ślubne. I na bieżąco śledzić nowości w branży – zaznaczają konsultanci. Właściciel takiej firmy musi umieć zarządzać, egzekwować, ale też ufać wykonawcom, mimo że ostatecznie odpowiedzialność za każdy szczegół spada na niego. Trzeba też uważnie słuchać klientów i nie narzucać własnej wizji uroczystości. – To ich wesele i powinno być zgodne z ich oczekiwaniami – podkreślają.

Do tego powinni umieć zachować zimną krew i nie tracić głowy, gdy para młoda i rodzice denerwują się. Czasem może trafić się niemiłe słowo. – Nie wolno brać wszystkiego do siebie, tylko starać się od razu zaradzić trudnej sytuacji – mówi Joanna Achteлик.

2 x S – stres i satysfakcja

Konsultant ślubny pracuje przy telefonie, komputerze i w terenie. Niezbędne jest prawo jazdy i samochód oraz znajomość komputera i Internetu. Czas pracy dostosowany jest do wymagań i potrzeb klienta. Dlatego to często praca od rana do nocy, nie licząc dnia ślubu. Wtedy konsultantki czuwają nad przebiegiem „akcji” od początku do końca uroczystości. – Może się zdarzyć, że zabraknie bukietu, tort przyjedzie nie ten albo orkiestra coś zawali. Wtedy trzeba

improvizować – mówi Iwaszkiewicz. Są miesiące, najczęściej letnie, w których co sobotę jest się na weselu. – Brak wolnych weekendów wynagradza ogromna satysfakcja – twierdzi Iwaszkiewicz. Minusy? – Tu lista się wydłuża: ogromny stres, współpraca z niekiedy trudnymi podwykonawcami, odpowiedzialność za każdy szczegół, brak wakacji w lecie, bo na miesiące wiosenne i letnie przypada sezon ślubny – wymienia Achelik.

Trudne początki?

– Podstawą działania w tej branży jest reklama w Internecie – przyznają konsultantki. Na początek wystawiły swoje firmy na targach ślubnych, które odbywają się każdego roku w styczniu. – Tam można znaleźć pierwszych klientów – mówią. Później jest łatwiej, bo można pokazać swoje portfolio. Na początek koszty rozkręcenia ślubnego biznesu nie są wielkie, w zasadzie wystarczy strona internetowa, wizytówki, ulotki, czasem reklama w prasie. Nie trzeba jednak robić wszystkiego od razu. Najlepszą reklamą jest rekomendacja zadowolonych klientów.

Wymagający klient

Klientami firm organizujących wesela są najczęściej ludzie ok. 30. roku życia. – Zwykle to pary dobrze zarabiające, które dużo pracują i nie mają czasu na zajmowanie się organizacją wesela – mówi Sabina Iwaszkiewicz. – Gotowi są nie mało zapłacić, ale oczekują też wysokiej jakości – zaznacza.

Najczęściej to konsultant podpisuje umowy z podwykonawcami i on im płaci. Klient wpłaca zaliczkę i nie kontroluje poczynań profesjonalisty. Bywa jednak również, że sam woli płacić podwykonawcom i chce kontrolować wszystko. Coraz częściej z usług profesjonalistów korzystają pary, które pracują za granicą. – Naszymi klientami w 80% są pary, w których jeden z partnerów jest obcokrajowcem – mówi Łańcuchowski.

Procent czy konkretna stawka?

W zależności od wielkości wesela, jego standardu, ale też miasta, w którym się odbywa, stawki za ślub kształtują się różnie. Średnio wesele na 70–80 osób kosztuje ok. 40, a nawet 50 tys. zł. W Warszawie jednak może być o 10–30 tys. droższe. Najczęściej organizator wesela ustala procent od kosztów całej uroczystości, zwykle 10–15%. – To niby nie małe pieniądze, ale pamiętajmy, że wesela odbywają się od kwietnia do października. Później jest martwy sezon, a firma nadal funkcjonuje. Trzeba opłacać składki ZUS i podatki oraz przygotowywać wesela wiosenne i letnie – zastrzegają rozmówcy.

Niektóre firmy umawiają się na określoną kwotę za konkretne usługi – zaznacza rzeczniczka PSKŚ. Jego zdaniem średnio za kompleksową obsługę wesela firma może wziąć od 7 do nawet 15 tys. zł. – A ok. 80% par właśnie taką obsługę zamawia – zaznacza.

Staranność niczym w księgowości

Wesela przygotowuje się co najmniej na rok przed datą ślubu. Bywa jednak, że czasem w trzy miesiące trzeba zorganizować imprezę. Nie można o niczym zapomnieć, niczego pominąć. – Niezwykle ważna jest staranność, jak w księgowości – mówi Joanna Achelik.

Podstawą jest jak najszybsze zarezerwowanie lokalu, orkiestry, fotografa, transportu dla pary młodej i gości oraz noclegów dla gości. – To najważniejsze rzeczy, bo dobre lokale rezerwowane są na rok, a czasem dwa lata wcześniej – twierdzą konsultantki. Później już jest nieco spokojniej. O wszystkie szczegóły trzeba jednak zadbać bardzo dokładnie. Jeśli jakiś element zawiedzie – wina na pewno spadnie na organizatora.

Lidia Majdecka

Strona Główna ▶ Pomysł na biznes ▶ Jak zarobić na weselach?

Jak zarobić na weselach?

2009-01-07



Organizacja wesel to nie zawsze zajęcie piękne i romantyczne – jak w filmie z Jennifer Lopez „Powiedz tak”. Podstawą tej pracy jest dobra organizacja, komunikatywność, staranność i... nieuleganie emocjom. Znaleźnienie lokalu, dobranie oprawy muzycznej, dekoracja stołów, catering – to podstawowe zadania firm organizujących wesela. Na tym jednak się nie kończy. Do zadań konsultanta ślubnego należą też np.: doradztwo w zakresie ubioru pary młodej czy zapewnienie noclegów.

Organizatorzy ślubów, a w zasadzie organizatorki, bo to kobiety najczęściej są właścicielkami takich firm, muszą być po części menedżerami, mediatorami i psychologami. – Ja zatrudniam osiem konsultantek, bo zauważyłem, że w 80% to panny młode organizują ceremonię i łatwiej rozmawia się im o tiulach i koronkach z kobietami – mówi Dariusz Łańcuchowski, właściciel firmy Merrieday zajmującej się organizacją uroczystości ślubnych i rzecznik Polskiego Stowarzyszenia Konsultantów Ślubnych.

Styl i biznes

Konsultant ślubny musi mieć wyczucie dobrego smaku, ale jeszcze ważniejsze są umiejętności biznesowe, organizacyjne i logistyczne. Dlatego firmy organizujące wesela prowadzą często ekonomiści czy prawnicy, jak Joanna Achtelik, właścicielka firmy Sweet Moments, czy Sabina Iwaskiewicz, właścicielka firmy Slub4u. – Kończyłam ekonomię transportu na Uniwersytecie Szczecińskim – opowiada Joanna Achtelik. Po kilku latach pracy na etacie w firmie spedycyjnej zrozumiała, że to nie dla niej. – Nic się tam nie zmieniało, oprócz wielkości wysyłanych towarów – wspomina. Akademię Ekonomiczną w Poznaniu ukończyła z kolei Sabina Iwaskiewicz. Nadal pracuje na etacie, ale własny biznes wciągnął ją całkowicie.



“

Nigdy niczego by nie spróbowano, gdyby trzeba było najpierw przezwyciężyć wszystkie możliwe obiekcje

Samuel Johnson

”

PORADNIK



Dlaczego Twój biznes potrzebuje PR

Żeby utrzymać się na rynku nie wystarczy wysoka jakość.

- Jak skonstruować skuteczną ofertę
- Jak otworzyć pizzerię za unijną dotacją?
- Po kapitał na własny biznes
- Kapitał dla aniołów biznesu

WIADOMOŚCI

- **Czy małe firmy doczekają się pomocy?**
- Prosty i ciekawy pomysł na biznes
- Zdobądź inwestora w 7 minut
- Fundusze Private Equity mają pieniądze, ale nie ryzykują
- Czy warto inwestować w innowacje?

Czy wiesz, że...?

Według raportu Banku światowego, Polska spadła z 68. na 74. miejsce w rankingu krajów przyjaznych dla biznesu. Wyprzedziły nas państwa na pozór dużo mniej zaawansowane cywilizacyjnie: Salwador, Grenada, Kazachstan, Kenia czy Kiribati

