

ROMANOV RESTAURANT + LOUNGE

Стратегический антикризисный аудит & План развития (Studio City, CA)

Объект: Romanov Restaurant + Lounge

Локация: 12229 Ventura Blvd, Studio City, CA

Сайт: romanovla.com

Статус: Strategic Recovery & Expansion Plan

Целевой рынок: Greater Los Angeles & California

Назначение: Executive Management & GM Action Plan

ЧАСТЬ 1. КРИТИЧЕСКИЙ АУДИТ ВЕБ-САЙТА (ROMANOVLA.COM)

Текущее состояние веб-сайта romanovla.com представляет собой главный барьер для конверсии. Сайт морально устарел на 10-12 лет и сдерживает рост бизнеса.

1. UX/UI и архитектурные ошибки

- **Отсутствие актуального меню с ценами:** Отсутствует прямое, кликабельное меню с ценниками. Для премиум-сегмента (\$120+ на человека) это приводит к потере до 70% входящего трафика.
- **Устаревший визуальный код:** Шаблонный веб-дизайн не передает заявленной атмосферы «Царского Дворца» и 24-каратного золота. Контент выглядит устаревшим.
- **Проблемы копирайтинга:** Безликий SEO-язык конца 2000-х с дублирующимися блоками текста на страницах.
- **Отсутствие интерактивного бронирования:** Формы связи вместо интеграции с OpenTable, Resy или SevenRooms.
- **Отсутствие мультимедиа:** Заявленное «Vegas circus show» не подкреплено ни одним качественным видео-тизером (Showreel).

ЧАСТЬ 2. ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ПРИЧИНЫ УПАДКА РЕСТОРАНА

1. Застревание в «Этническом гетто»

Ресторан воспринимается исключительно как банкетный зал для свадьбы и праздников русскоязычной диаспоры. Загрузка только по пятницам и субботам при простое 5 дней в неделю генерирует убытки при постоянных костях аренды в Studio City.

2. Разрыв между ценообразованием и сервисом

Рейтинги на Yelp/Google (3.4–4.0) отражают недовольство гостей скрытыми платежами (высокий депозит, \$45 corkage fee, 18% service charge) и устаревшим эстрадным репертуаром, отпугивающим платежеспособную аудиторию 25–40 лет.

3. Невидимость для американского рынка

Жители Studio City, Sherman Oaks и West Hollywood не рассматривают ресторан для обычного ужина из-за непонятного позиционирования и сложной системы бронирования.

ЧАСТЬ 3. СТРАТЕГИЯ РЕПОЦИОНИРОВАНИЯ & ПРОДВИЖЕНИЕ

Новое позиционирование: From "Russian Banquet Hall" to "Modern Slavic & Euro-Steakhouse + Immersive Dinner Theater".

1. Продвижение в Лос-Анджелесе (Greater LA)

- Immersive Dinner Theater:** Превращение уикендов в шоу европейского уровня (воздушные гимнасты, джаз-модерн, шоу-балет) без языкового барьера.
- Local SEO & Maps Domination:** Полная оптимизация Google Business Profile и Yelp по ключам *Luxury Dinner Theater LA, Caviar & Vodka Bar LA*.
- Инфлюенсер-маркетинг:** Привлечение LA-блогеров на фотогеничные локации (золотой лифт, библиотека, фаберже-светильники) и сеты "Caviar & Vodka Tasting".

2. Масштабирование по Калифорнии

- Destination Venue:** Позиционирование как премиум-локации для выездных уикенд-мероприятий из Сан-Франциско и Сан-Диего.
- Romanov Imperial Catering:** Запуск выездного премиум-кейтеринга для частных и корпоративных ивентов.
- E-Commerce продукция:** Доставка по Калифорнии брендовой черной икры, настоек и подарочных наборов "Imperial Feast Box".

ЧАСТЬ 4. ДОРОЖНАЯ КАРТА ГЕНЕРАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА (GM ROADMAP)

ФАЗА	СРОКИ	КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ	ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ
Фаза 1: База & Аудит	Дни 1–30	Прозрачное меню-сет, ликвидация скрытых платежей, полная пересборка сайта (UX/UI, OpenTable).	Остановка оттока клиентов, рост конверсии сайта.
Фаза 2: Маркетинг LA	Дни 31–60	Запуск Immersive Show, работа с блогерами, запуск четвергов и Sunday Brunch, Late Night Lounge.	Загрузка зала до 90%, рост чека.
Фаза 3: Экспансия	Дни 61–90	Showcase для Event Planners, запуск Imperial Catering и E-Commerce по Калифорнии.	Выход на рынок штата, диверсификация доходов.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ (КРИ)

90-100%

ЗАГРУЗКА ПТ/СБ

+30%

ВЫРУЧКА ОТ БУДНЕЙ

4.6+

РЕЙТИНГ YELP/GOOGLE

3.5-5.0%

КОНВЕРСИЯ САЙТА

ROMANOV RESTAURANT + LOUNGE

ЭТАП 2: ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН ГЕНЕРАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА (GM MASTER PLAN)

Объект: Romanov Restaurant + Lounge

Локация: Studio City, Los Angeles, CA

Уровень: Executive Strategy

Документ: Операционный & Развлекательный План GM

Цель: Сервис, PR, Рост Посещаемости, Booking

Версия: 2.0 (Executive PDF)

1. РЕФОРМА СЕРВИСА И КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА (SERVICE EXCELLENCE OVERHAUL)

А. ЛИКВИДАЦИЯ «СКРЫТЫХ ПЛАТЕЖЕЙ» И ФИКСАЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

- Прозрачность счета (Transparent Billing):** Запрет на «всплывающие» сборы. Обязательный 18% service charge заменять четким предупреждением в меню и на OpenTable. Снижение пробкового сбора (Corkage Fee) с \$45 до \$35 или формат *No Corkage Fee* по четвергам при заказе специального сета.
- Понятная линейка дегустационных сетов:**
 - Imperial Classic (\$95):* Базовая подача, традиционные закуски, горячее на выбор.
 - Tsar Experience (\$145):* Дегустация икры, премиум-гриль, авторское коктейльное сопровождение.
 - Royal Gala (\$210):* Черная икра, премиальное шампанское, посадка на VIP-рядах перед сценой, индивидуальный официант.

Б. ТРЕНИНГИ И АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА (F&B STANDARDS)

- Языковой стандарт (Bilingual Protocol):** 100% персонала зала (официанты, хостес, сомелье) должны свободно говорить на английском и русском языках. Строгий запрет на общение сотрудников между собой на русском языке в зале при гостях.
- Ритуалы подачи (Signature Tableside Rituals):**
 - Икорный ритуал:* Подача черной и красной икры с перламутровыми ложечками, замороженными шотами авторских настоек и горячими блинами прямо у стола.
 - Мясной ритуал:* Подача Томагавк-стейков с эффектом фламбе у стола гостя под специальное световое сопровождение.
- Система контроля качества (Mystery Guest & SOP):** Ежемесячный аудит Тайным Покупателем (встреча до 30 секунд, подача напитков до 5 минут). Внедрение стандарта **LAST** (*Listen, Apologize, Solve, Thank*) для разрешения любых претензий.

2. РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ: GLOBAL IMMERSIVE CABARET

Перевод шоу-программы из локального формата «русского поп-концерта» в **Иммерсивный Мультикультурный Шоу-Холл**, не имеющий языкового барьера и привлекательный для аудитории Беверли-Хиллз и Западного Голливуда:

ВРЕМЯ	БЛОК ПРОГРАММЫ	ОПИСАНИЕ И АТМОСФЕРА
20:00 – 21:30	Jazz & Soul Lounge	Акустический джаз, соул-вокал, создание атмосферы премиального ужина и светской беседы.
21:30 – 23:00	Main Immersive Show	Театрализованное шоу с воздушными гимнастами, танцорами и мировыми вокалистами (без языкового барьера).
23:00 – 02:00	Late Night Lounge	Переход в формат закрытого клуба с международными DJ (Deep House, Afro House, Organic Fusion).

3. СТРАТЕГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АРТИСТОВ И ЗВЕЗД

СТРУКТУРА РАБОТЫ АРТ-ДИРЕКЦИИ РЕСТОРАНА ROMANOV		
ГОЛЛИВУДСКИЕ ЗВЕЗДЫ (A-LIST) - Известные актеры кино как Hosted By / MC - Американские джаз & соул бэнды - Звездные ведущие светских вечеров	МЕЖДУНАРОДНЫЕ DJ И МУЗЫКАНТЫ - Afro / Deep House DJ (Ibiza & Tulum format) - Скрипка и саксофон в дуэте с DJ - Резиденты топовых площадок LA	ИММЕРСИВНЫЙ БАЛЕТ И ЦИРК - Артисты Cirque du Soleil (контракты) - Burlesque & Neo-Cabaret шоу - Воздушные гимнасты под куполом

4. СКРИПТ ПОШАГОВОЙ РАБОТЫ GM ПО ЗАКУПKE АРТИСТОВ (TALENT BOOKING)

ШАГ	ДЕЙСТВИЕ GM / АРТ-ДИРЕКТОРА	СРОКИ / ИНСТРУМЕНТЫ
Шаг 1	Формирование бюджетов: Выделение 15–20% от прогнозируемой выручки уикенда на арт-составляющую.	Ежемесячно
Шаг 2	Работа с агентствами: Запрос ростера артистов через CAA, WME, UTA, Celebrity Talent International, Greenlight.	Еженедельно
Шаг 3	Hospitality Rider: Подготовка VIP-гримерной в Library Room, трансфер, премиальный икорный сет.	За 14 дней до ивента
Шаг 4	PR-кампания: Таргетированная реклама, анонсы в LA Weekly, Eater LA, инфлюенсер-приглашения.	За 21 день до ивента

5. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЙ КАЛЕНДАРЬ ОПЕРАЦИЙ ГЕНЕРАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА

ДЕНЬ НЕДЕЛИ	ОПЕРАЦИОННЫЙ ФОКУС И КОНЦЕПЦИЯ ДНЯ
Пн / Вт	Техническое обслуживание, репетиции шоу-балета, аудит запасов икры и винного погреба.
Среда	

ДЕНЬ НЕДЕЛИ	ОПЕРАЦИОННЫЙ ФОКУС И КОНЦЕПЦИЯ ДНЯ
	B2B & Private Events: Закрытые дегустации для свадебных организаторов и корпоративных клиентов.
Четверг	Caviar & Jazz Night: Джазовый дуэт, спецпредложение на настойки и дегустацию икры.
Пт / Сб	Imperial Immersive Show + Late Lounge: 20:00 Jazz → 21:30 Main Show → 23:00 International DJ.
Воскресенье	Imperial Family Brunch (12:00–16:00): Семейные бранчи с живой фортепианной/струнной музыкой.

ЧЕК-ЛИСТ DAILY-КОНТРОЛЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА

- 15:00** — Проверка чистоты зала, Фаберже-светильников, настройки звукового и светового оборудования.
- 16:00** — Брифинг персонала (Line-Up): разбор меню, VIP-гостей вечера, стоп-листа и презентация артистов дня.
- 17:00** — Проверка VIP-гримерных и готовности артистов к звукосниманию (Soundcheck).
- 19:00** — Личная встреча первых VIP-гостей у входа / валета Генеральным Менеджером.
- 22:00** — Контроль тайминга выхода основного шоу и перехода в клубный сет диджея.
- 01:30** — Анализ дневной выручки, показателей среднего чека и сбор обратной связи от гостей.

ROMANOV RESTAURANT + LOUNGE

ЭТАП 3: СТАНДАРТЫ ПЕРСОНАЛА, АВТОРСКАЯ РЕКРУТИНГ-СТРАТЕГИЯ И GASTRONOMIC PR

Объект: Romanov Restaurant + Lounge

Локация: Studio City, Los Angeles, CA

Уровень: Executive Strategy

Документ: HR & Gastronomic Marketing Roadmap

Цель: Имидж персонала, открытые кастинги, экзотический PR кухни

Версия: 3.0 (Executive PDF)

1. ВНЕШНИЙ ВИД И КВАЛИФИКАЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАЮЩЕГО ПЕРСОНАЛА

А. ЭСТЕТИКА И ВНЕШНИЕ СТАНДАРТЫ (MODEL-LEVEL GROOMING)

- Внешний профиль и элегантность:** Формирование команды официанток славянской внешности с визуальными стандартами фотомоделей. Строгая опрятность, безупречная осанка, естественный элегантный макияж и ухоженный внешний вид, подчёркивающий премиальный уровень заведения.
- Единый дизайнерский дресс-код:** Элегантно скроенная вечерняя форма, сочетающая традиции царской роскоши и современный вечерний шик Лос-Анджелеса.

Б. ЯЗЫКОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ (MULTILINGUAL PROTOCOL)

- Обязательное свободное владение:** Свободный разговорный и профессиональный **английский** и **русский** языки у 100% сервисной команды зала.
- Конкурентный плюс (Армянский язык):** Знание армянского языка является приоритетным преимуществом при отборе кандидатов для эффективного обслуживания VIP-гостей и локального сообщества Studio City / Valley.

2. ПРЯМАЯ РЕКРУТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА: СИСТЕМА ВНУТРЕННИХ КАСТИНГОВ

Отказ от кадровых агентств по трудоустройству и общих коммерческих объявлений. Агентства не заинтересованы в качестве и берет комиссию с соискателей среднего социального уровня, которым это экономически невыгодно. Ресторан Romanov переходит на собственную систему прямых кастингов.

ВОРОНКА ПРЯМОГО РЕКРУТИНГА И ИСПЫТАТЕЛЬНОГО СРОКА (1 МЕСЯЦ)

1. ПРЯМОЙ КАСТИНГ (ПОНЕДЕЛЬНИК) - Проведение кастингов по понедельникам (утро/день) - Прямой отбор руководством без посредников - Оценка внешности, речи и харизмы	2. АТТЕСТАЦИЯ КУХНИ И СЕРВИСА - Проверка знаний классических и национальных блюд - Сдача стандартов презентации экзотических блюд - Экзамен по винному и икорному этикету	3. ИСПЫТАТЕЛЬНЫЙ СРОК (30 ДНЕЙ) - Пошаговое выполнение операционных KPI - Работа с наставником на реальных сменах - Итоговое утверждение в основной состав
---	--	---

3. ГЛУБОКОЕ ЗНАНИЕ РУССКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ И КЛАССИЧЕСКОЙ КУХНИ

КАТЕГОРИЯ МЕНЮ	ТРЕБОВАНИЕ К ЗНАНИЮ ПЕРСОНАЛА	ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ АМЕРИКАНСКОГО ГОСТЯ
Эксклюзивная классика	Изучение состава, истории происхождения и технологии приготовления классических русских блюд.	Официант выступает гастрономическим гидом, объясняя уникальность ингредиентов и текстур.
Национальное достояние	Свободное владение картой икры (Белуга, Осётр, Стерлядь), блинов, настоек и царских горячих блюд.	Проведение ритуала подачи с объяснением сочетаемости с напитками (Pairing).

4. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА: PR РУССКОЙ КУХНИ КАК «ЭКЗОТИЧЕСКОГО ДЕЛИКАТЕСА»

Русскоязычная аудитория Лос-Анджелеса уже знакома с национальной кухней. Главный вектор рекламы Romanov ориентирован на американскую и международную публику (Beverly Hills, Hollywood, Studio City), для которых русская гастрономия — это эксклюзивная и нераскрытая экзотика.

КОНЦЕПЦИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ: «DISCOVER EXOTIC IMPERIAL FLAVORS»

- Презентация понятными смысловыми аналогами:**
 - Салат Оливье (Olivier Salad):* Позиционируется в рекламных компаниях как «The Original Imperial Caviar & Truffle Potato Feast created in 1860s Moscow» (Легендарный царский салат с трюфельным соусом и икрой).
 - Борщ (Borscht):* Позиционируется как «Velvety Slow-Simmered Beetroot & Short-Rib Elixir» (Низкокалорийный насыщенный свекольный эликсир с томимым ребром).
 - Пельмени (Pelmeni):* Позиционируются как «Siberian Hand-Folded Meat Dumplings with Artisanal Sour Cream».
- Каналы продвижения:** Таргетированные видео-ролики в Instagram/TikTok с демонстрацией эстетики подачи, обзоры от ведущих фуд-блогеров Лос-Анджелеса, статьи в Eater LA и LA Weekly.

ДОРОЖНАЯ КАРТА РЕАЛИЗАЦИИ 3-ГО ЭТАПА (HR & MARKETING CALENDAR)

Неделя 1: Анонсирование открытых кастингов Romanov в закрытых профильных ресурсах и соцсетях.

Неделя 2: Проведение первого открытого кастинга в понедельник (10:00 – 16:00). Отбор кандидатов.

Неделя 3: Запуск 30-дневного испытательного срока, тренинги по гастрономии, стандартизация подачи.

Неделя 4: Запуск рекламной PR-кампании в медиа LA: «Experience Exotic Tsar Dining in Studio City».

ROMANOV RESTAURANT + LOUNGE

ЭТАП 4: КОНЦЕПЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ ВЕЧЕРОВ «ЦАРСКОЕ СПОКОЙСТВИЕ» ДЛЯ СОСТОЯТЕЛЬНОЙ АУДИТОРИИ

Объект: Romanov Restaurant + Lounge

Локация: Studio City, Los Angeles, CA

Уровень:
Executive Strategy

Документ: Культурная программа &
Акустическая концепция

Цель: Состоятельная аудитория 35-45+,
деловые переговоры, утонченный досуг

Версия: 4.0
(Executive PDF)

1. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ: ОТКАЗ ОТ ФОРМАТА «ДИСКОТЕКИ 90-Х»

А. ПРОБЛЕМА СТАНДАРТНОГО РЫНКА ЛОС-АНДЖЕЛЕСА И РЕШЕНИЕ ROMANOV

- Критика формата 90-х:** Большинство русскоязычных и клубно-ресторанных площадок Лос-Анджелеса ориентированы на громкую громкую музыку, форматы ночного клуба и «поп-дискоотеки 90-х». В таких заведениях невозможно вести полноценный диалог, проводятся шумные вечеринки для молодёжи, отталкивающие платежеспособную публику.
- Фокус на состоятельную целевую аудиторию (35–45+):** Гости средних лет и старше обладают наибольшим капиталом, высокой платежеспособностью и свободным временем. Они ценят комфорт, статус, уединённость и эстетическое удовольствие.
- Концепция «Царское Спокойствие» (Imperial Tranquility):** Создание атмосферы абсолютного умиротворения, где высокий статус гостей подчёркивается камерной музыкальной программой, позволяющей свободно вести деловые переговоры, семейные торжества и романтические ужины.

2. МУЗЫКАЛЬНОЕ И ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ ЗАЛА

А. БЕЛЫЙ РОЯЛЬ КАК ЦЕНТРАЛЬНЫЙ АРТ-ОБЪЕКТ ЗАВЕДЕНИЯ

- Инсталляция рояля:** Обязательное присутствие акустического рояля (Grand Piano) в центре основного зала под хрустальными люстрами.
- Живое акустическое сопровождение:** Ежедневный живой аккомпанемент профессиональных пианистов.

Б. АКУСТИЧЕСКАЯ ПРОГРАММА И РЕПЕРТУАР

- Русские классические и дворянские романсы:** Исполнение произведений Рахманинова, Чайковского, а также золотого фонда дворянского романса под виолончель, фортепиано и акустическую гитару.
- Классическая & Нео-классическая музыка:** Утонченные джазовые обработки классических произведений, создание непринужденного фона без акустического перегруза.
- Звуковой комфорт:** Уровень громкости зафиксирован на уровне 60–65 дБ, позволяя комфортно разговаривать шёпотом через стол.

3. СТРУКТУРА ЭЛИТАРНЫХ КУЛЬТУРНЫХ ВЕЧЕРОВ ROMANOV

АРХИТЕКТУРА КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ВЕЧЕРОВ ДЛЯ СОСТОЯТЕЛЬНОЙ АУДИТОРИИ		
1. СРЕДА И ЧЕТВЕРГ: EVENINGS OF ROMANCE - Белый рояль & Русские романсы - Дегустация редких вин и икры - Атмосфера для деловых переговоров	2. ПЯТНИЦА И СУББОТА: IMPERIAL CHAMBER LOUNGE - Струнный квартет & Фортепиано (до 22:00) - Акустический джаз и светская беседа - Отсутствие громкого ресторанного шума	3. ВОСКРЕСЕНЬЕ: CLASSICAL SALON & ART BRUNCH - Классика Рахманинова и Чайковского - Семейный формат премиум-класса - Интеллектуальные творческие вечера

4. ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЙ КАЛЕНДАРЬ ЭЛИТАРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

ДЕНЬ НЕДЕЛИ	ПРОГРАММА КУЛЬТУРНОГО ВЕЧЕРА	АТМОСФЕРА И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
Вторник / Среда	«Grand Piano & Executive Cigar Lounge» Сольные партии на рояле, фоновая классика.	Идеально для закрытых бизнес-встреч, переговоров инвесторов и тихих ужинов.
Четверг	«Вечер Русского Романса» Вокал (альт/тенор), рояль и акустическая гитара.	Интеллектуальная элита, ценители классического поэтического и музыкального искусства.
Пятница / Суббота	«Imperial Acoustic Soirée» Струнный квартет, рояль, легкий джаз-вокал.	Состоятельные пары, торжественные семейные события, премиальный досуг (35-50+).
Воскресенье	«Classical Salon & Fine Art Brunch» Шедевры мировой и русской классики на рояле.	Семейный отдых высшего класса, обсуждение искусства, умиротворённое завершение недели.

5. СВОДНАЯ ТАБЛИЦА СРАВНЕНИЯ ФОРМАТОВ

ПАРАМЕТР	СТАНДАРТНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ LA (ФОРМАТ 90-Х / КЛУБ)	КОНЦЕПЦИЯ ROMANOV «ЦАРСКОЕ СПОКОЙСТВИЕ»
Музыка	Громкая поп-музыка 90-х, фонограмма, шум.	Живой белый рояль, романсы, классика, струнные.
Атмосфера	Раздражающая, дискотечная, суетливая.	Успокаивающая, возвышенная, «царское спокойствие».
Аудитория	Молодёжь, студенты, шумные компании.	Состоятельная аудитория 35-45+, элита, бизнесмены.
Цель визита	Алкогольная вечеринка, танцы до утра.	Деловые переговоры, утончённый досуг, статус.

ЧЕК-ЛИСТ КОНТРОЛЯ АТМОСФЕРЫ «ЦАРСКОЕ СПОКОЙСТВИЕ»

- 1. Акустика:** Запрет на использование громких эстрадных колонок в обеденных зонах.
- 2. Настройка рояля:** Еженедельная настройка белого рояля сертифицированным мастером.
- 3. Свет:** Приглушенное свечное и хрустальное освещение без агрессивных клубных стробоскопов.
- 4. Сервис:** Бесшумная подача блюд, неукоснительное соблюдение тишины персоналом во время исполнения романсов.

ROMANOV RESTAURANT + LOUNGE

ЭТАП 5: КЛЮЧЕВЫЕ ФИГУРЫ ЗАВЕДЕНИЯ — СТРАТЕГИЯ ОТБОРА ШЕФ-ПОВАРА И ГЛАВНОГО БАРМЕНА

Объект: Romanov Restaurant + Lounge

Локация: Studio City, Los Angeles, CA

Уровень:
Executive Strategy

Документ: Key Key Figures & Public
Brand Ambassadors Strategy

Профиль: Бренд-Шеф (Вкус и Шоу) & Главный
Бармен (Харизма и Дипломатия)

Версия: 5.0
(Executive PDF)

1. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ФИГУР РЕСТОРАНА

Шеф-повар и Главный бармен являются не просто наемными сотрудниками, а **публичными амбассадорами бренда Romanov**. Именно они формируют первое впечатление, создают эмоциональную связь с состоятельными гостями и обеспечивают высокий уровень возвратности клиентов.

ПРОФИЛЬ КЛЮЧЕВЫХ АМБАССАДОРОВ ROMANOV

ШЕФ-ПОВАР: «ЛИЦО И ВКУС РЕСТОРАНА»

- Гастрономический гений и визуальная презентабельность
- Торжественные выходы в зал под аплодисменты гостей
- Авторитет, харизма, безупречная парадная китель-форма

ГЛАВНЫЙ БАРМЕН: «МАСТЕР БЕСЕДЫ И ДИПЛОМАТИИ»

- Возраст 25–40 лет, зрелая психологическая устойчивость
- Высокая начитанность, эрудиция, свободный разговорный стиль
- Высший уровень дипломатии и бесконфликтного деэскалирования

2. ШЕФ-ПОВАР: ЛИЦО, ВКУС И АВТОРСКОЕ КУЛИНАРНОЕ ШОУ

А. КРИТЕРИИ ПОДБОРА И ВИЗУАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ

- Внешний профиль и харизма:** Шеф-повар должен обладать статными внешними данными, выразительной харизмой и уверенностью. Это лидер, способный вызвать восхищение у премиальной публики Studio City и Beverly Hills.
- Выход в зал (Chef's Grand Entrance):** Организация традиционного торжественного выхода Шефа в зал во второй половине вечера для приветствия VIP-столов, презентации спец-блюд и получения заслуженных аплодисментов.
- Кулинарный авторский стиль:** Сочетание глубоких знаний классической царской и национальной русской кухни с современной авторской подачей (Fine Dining Fusion).

Б. СТРАТЕГИЯ РЕКРУТИНГА ШЕФ-ПОВАРА

- **Сложность подбора:** Поиск такого специалиста — сложная цель, однако при чёткой стратегии абсолютно достижимая. Подбор проводится через закрытые профессиональные гастрономические сообщества, личные хантинг-сессии и приглашение признанных шефов с европейским опытом.
- **Испытательные дегустации:** Проведение закрытых дегустационных сессий (Tasting Panels) с участием инвесторов и ресторанных критиков перед окончательным утверждением.

3. ГЛАВНЫЙ БАРМЕН: ИНТЕЛЛЕКТ, ХАРИЗМА И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ

А. ВОЗРАСТНОЙ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПРОФИЛЬ (25+ ЛЕТ)

- **Возрастной ценз:** Отказ от юных барменов (21-22 года). Возрастной порог — **строго от 25 лет и старше**. Специалист этого возраста обладает необходимым жизненным опытом, эмоциональной зрелостью и фундаментальным пониманием психологии людей.
- **Общительность и эрудиция:** Начитанность, широкая эрудиция, способность поддержать беседу на любую тему — от мировой политики, искусств и бизнеса до истории вин и премиального крепкого алкоголя.

Б. ДИПЛОМАТИЯ И ДЕЭСКАЛАЦИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ

- **Высшая дипломатичность:** Умение тонко и деликатно переправлять разговор в безопасное русло, сглаживать острые углы при общении с подвыпившими или требовательными гостями.
- **Управление агрессией (De-escalation):** Наличие психологических навыков мгновенного нейтрализования агрессии нетрезвых посетителей без привлечения грубой силы и без нарушения умиротворённой атмосферы «Царского Спокойствия» в зале.

4. СРАВНИТЕЛЬНАЯ МАТРИЦА ТРЕБОВАНИЙ К АМБАССАДОРАМ

ПОЗИЦИЯ	КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	РОЛЬ В ЗАЛЕ И ПЕРЕД ГОСТЯМИ	МЕТОД ОТБОРА
Шеф-Повар (Executive Chef)	Высочайшее кулинарное мастерство, статный внешний вид, харизма, стаж от 7-10 лет.	Личное общение с VIP-гостями, торжественный выход под аплодисменты, авторские шоу-подачи.	Прямой executive-поиск, закрытые кулинарные дегустации, конкурсы подачи.
Главный Бармен (Head Bartender)	Возраст 25+, высшая эрудиция, психология, знания миксологии, стрессоустойчивость.	Поддержание элегантных бесед, создание психологического уюта, дипломатичный уход от конфликтов.	Индивидуальные собеседования-кейсы (моделирование сложных ситуаций), проверка коммуникации.

ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПОИСКА КЛЮЧЕВЫХ ФИГУР

Шаг 1: Формирование профилей вакансий Шеф-Повара и Главного Бармена с жестким отбором по критериям внешности и интеллекта.

Шаг 2: Запуск личного хантинга среди премиальных заведений Лос-Анджелеса, Нью-Йорка и Европы.

Шаг 3: Проведение квалификационных тестов: для Шефа — авторский сет на 5 блюд; для Бармена — проверка знаний и отработка стресс-сценариев.

Шаг 4: Утверждение мотивационных пакетов и ввод в основной состав Romanov Restaurant + Lounge.

ROMANOV RESTAURANT

INTERNAL SECURITY & LAW ENFORCEMENT INTERACTION PLAN

План обеспечения внутренней безопасности и взаимодействия с правоохранительными органами • Los Angeles, CA

Объект / Facility: Romanov Restaurant & Lounge (Los Angeles, CA)

Документ / Document: Security & LAPD Co-op Protocol v1.0

Разработчик / Prepared by: Security Management & Legal Dept

Дата / Date: August 2026

1. ВВЕДЕНИЕ И КОНЦЕПЦИЯ / INTRODUCTION & CONCEPT

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
Настоящий документ определяет регламент обеспечения внутренней безопасности, предотвращения инцидентов и порядка эффективного взаимодействия с правоохранительными органами (LAPD, LASD) в ресторане Romanov (Лос-Анджелес). Основной целью является защита гостей, персонала, имущества заведения и поддержание безупречной репутации премиального ресторана при полном соблюдении законодательства штата Калифорния.	This document defines the regulations for internal security, incident prevention, and effective cooperation procedures with law enforcement agencies (LAPD, LASD) at Romanov Restaurant (Los Angeles). The primary objective is to safeguard guests, staff, and establishment property while maintaining the high-end reputation of the venue in full compliance with California state laws.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕЙ БЕЗОПАСНОСТИ / INTERNAL SECURITY ORGANIZATION

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
2.1. Контроль доступа и Дресс-код: - Охрана на входе (Doormen / Security) осуществляет фейсконтроль и визуальный досмотр. - Запрещен вход лицам в состоянии сильного алкогольного/наркотического опьянения, а также лицам с открытым ношением оружия (если нет специального разрешения/служебного удостоверения США). 2.2. Видеонаблюдение и Мониторинг: 100% покрытие залов, входов, VIP-зон, парковки и служебных коридоров камерами high-definition с архивацией 30+ дней. - Соблюдение приватности в санитарных зонах. 2.3. Деэскалация конфликтов: - Охрана обучена техникам вербальной деэскалации. Физическое вмешательство допускается исключительно при угрозе насилием или порче имущества.	2.1. Access Control & Dress Code: - Door security conducts face-control and visual screening. - Entry is strictly denied to heavily intoxicated individuals and persons carrying open weapons (unless active US law enforcement). 2.2. Video Surveillance & Monitoring: 100% coverage of dining areas, entrances, VIP zones, parking, and service hallways via HD cameras with 30+ days archive. - Strict adherence to privacy laws in restrooms. 2.3. Conflict De-escalation: - Security personnel are trained in verbal de-escalation techniques. Physical intervention is restricted to imminent violence or property damage threats.

3. ПРОТОКОЛ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С LAPD / LAPD INTERACTION PROTOCOL

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
3.1. Вызов экстренных служб (911): Вызов производится старшим смены охраны или управляющим при: • Вооруженных нападениях, драках, угрозах жизнью. • Отказе покинуть заведение после официального требования (Trespassing). • Обнаружении подозрительных предметов или веществ. 3.2. Встреча офицеров полиции: • Управляющий или начальник охраны встречает наряд у входа, кратко информирует о сути инцидента и обеспечивает безопасный проход. • Оказывается полное содействие, предоставляется доступ к записям видеокамер по официальному запросу.	3.1. Emergency Calls (911): Initiated by Security Lead or General Manager in cases of: • Armed attacks, physical brawls, threats to life. • Refusal to leave venue upon official notice (Trespassing). • Discovery of suspicious packages or illegal substances. 3.2. Receiving Police Officers: • Manager or Security Chief meets arriving officers at the entrance, provides a concise briefing, and ensures clear access. • Full cooperation is provided, including video footage access upon formal law enforcement request.

ОПЕРАТИВНЫЙ КОНТАКТНЫЙ ЛИСТ / EMERGENCY CONTACT LIST (LOS ANGELES)

Служба / Service	Контакты / Phone Number	Примечание / Note
Emergency (Полиция / Скорая / Пожарные)	911	Немедленная угроза жизни или безопасности
LAPD Non-Emergency line	1-877-ASK-LAPD (1-877-275-5273)	Инциденты без прямой угрозы жизни
Local LAPD Division (Hollywood/Valley)	(213) 485-4302	Местный отдел полиции Лос-Анджелеса
Security Director (Romanov)	Ext. 104 / Direct Line	Внутренний начальник службы безопасности

4. ДЕЙСТВИЯ ПРИ НЕСТАНДАРТНЫХ СИТУАЦИЯХ / EMERGENCY RESPONSE ACTIONS

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
4.1. Незаконное проникновение (Trespassing): Посетитель, отказавшийся покинуть ресторан после отмены обслуживания, предупреждается о нарушении статьи 602 PC Калифорнии. При повторном отказе вызывается LAPD. 4.2. Обнаружение наркотических/опасных веществ: Вещества изолируются, передаются полиции с составлением акта и фиксацией на видео. Изъятие самостоятельно не проводится. 4.3. Медицинские ЧП: Вызов 911 (Скорая), оказание первой помощи обученным персоналом (CPR/AED) до прибытия медиков.	4.1. Trespassing (California 602 PC): Guests refusing to leave after service refusal are formally notified of CA 602 PC violation. If non-compliant, LAPD is immediately dispatched. 4.2. Illegal Substances Handling: Substances are isolated and turned over to LAPD with a formal log and CCTV logging. Staff must not attempt self-confiscation. 4.3. Medical Emergencies: Dial 911 immediately. CPR/AED trained staff render immediate first aid until paramedics arrive on scene.

5. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА И ОТЧЕТНОСТЬ / TRAINING & REPORTING

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
• Ежеквартальный инструктаж: Тренинги по безопасности, пожарной эвакуации и взаимодействию с LAPD для всех сотрудников. • Журнал инцидентов (Incident Log): Любой конфликт или вызов полиции регистрируется в журнале с детальным описанием, именами участников и номерами офицеров LAPD.	• Quarterly Training: Security, fire evacuation, and LAPD interaction drills for all staff members. • Incident Logging: Every disruption or police call is logged in detail with participant names, incident timeline, and LAPD badge numbers.

ROMANOV RESTAURANT

GENERAL MANAGER PROCUREMENT STRATEGY: LOCAL FARM SUPPLY & LOGISTICS

Стратегия закупок фермерской продукции для генерального управляющего • Studio City & Los Angeles, CA

Объект / Venue: Romanov Restaurant & Lounge (Studio City / LA)
Документ / Document: GM Farm Supply & Logistics Action Plan

Адресат / Recipient: General Manager & Executive Chef
Дата / Date: August 2026

1. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН ЗАКУПКИ ДЛЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА / GM ACTION PLAN

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
Шаг 1: Аудит потребностей и матрица "Качество-Цена" Совместно с Шеф-поваром определить список базовых и премиальных фермерских позиций (микрозелень, органические овощи, парное мясо, морепродукты, сыры). Разделение на ежедневный расход и сезонные спецшлы. Шаг 2: Гибридная модель поставки (Доставка vs Самовывоз) Доставка (Delivery): Используется для регулярных оптовых заказов (мясо, овощи, молочные продукты) от сертифицированных дистрибьюторов со спецтранспортом (рефрижераторами). Самовывоз (Pickup): Еженедельный закуп эксклюзивных/сезонных позиций напрямую с местных фермерских рынков (Studio City & Hollywood Farmers Markets) или складов самовывоза. Шаг 3: Заключение контрактов и условия Фиксация цен в договорах на 3–6 месяцев, требования к качеству (USDA Organic, GAP), условия возврата брака, кредитный период (Net 15 / Net 30) для оптимизации кеш-флоу.	Step 1: Needs Audit & Quality-Price Matrix Collaborate with the Executive Chef to establish core and premium farm product lists (microgreens, organic produce, prime meats, seafood, artisan cheeses). Categorize into daily staples and seasonal specials. Step 2: Hybrid Supply Model (Delivery vs. Pickup) Delivery: Utilized for high-volume routine orders (meats, staple produce, dairy) via certified farm distributors with refrigerated transport. Self-Pickup: Weekly sourcing of specialty/artisan ingredients directly from local farmer markets (Studio City & Hollywood) or local pickup hubs. Step 3: Contracting & Key Terms Locking in 3 to 6-month pricing agreements, strict quality control standards (USDA Organic, GAP certified), return protocols, and Net 15 / Net 30 payment terms to optimize cash flow.

2. ЛУЧШИЕ ФЕРМЕРСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ПОСТАВЩИКИ (STUDIO CITY & LA) / TOP FARM SUPPLIERS

1. Studio City Farmers Market (Локальный фермерский рынок) Категория: Овощи, фрукты, ягоды, микрозелень, ремесленная продукция Адрес / Address: Ventura Place (between Laurel Canyon & Radford Ave), Studio City, CA 91602 Контакты / Phone: +1 (818) 655-9157 График: Воскресенье 8:00 – 14:00 Назначение: Прямой закуп шеф-поваром эксклюзивных сезонных продуктов, премиальной микрозелени, ремесленных сыров и ягод без посредников по воскресеньям. Идеально для создание спецшлов недельного меню.	ФОРМАТ: САМОВЫВОЗ (PICKUP) Purpose: Direct weekly pickup by Executive Chef for specialty seasonal produce, microgreens, artisan cheeses, and fresh berries. Perfect for crafting weekly chef specials.
2. Worldwide Produce (Прямой дистрибьютор ферм SoCal) Категория: Овощи, фрукты, молочная продукция, яйца, зелень Адрес / Address: 1661 E 16th St, Los Angeles, CA 90021 (Downtown LA) Контакты / Phone: +1 (213) 627-0098 Сайт: wwproduce.com Назначение: Один из крупнейших локальных агрегаторов фермерской продукции Калифорнии. Оптовые цены, ежедневно регулярная доставка 6 дней в неделю прямо на кухню ресторана.	ФОРМАТ: ДОСТАВКА ДО РЕСТОРАНА (DELIVERY) Purpose: Premier Southern California farm aggregator. Offers wholesale pricing and reliable 6-day-a-week refrigerated delivery directly to the restaurant kitchen.

3. Premier Meat Company (Фермерское мясо и птица)

ФОРМАТ: ДОСТАВКА (DELIVERY) / САМОВЫВОЗ

Категория: Премиальная говядина (Prime, Wagyu), фермерская птица, баранина

Адрес / Address: 5200 S Alameda St, Vernon, CA 90058 (Greater Los Angeles)

Контакты / Phone: +1 (800) 555-5539 / +1 (323) 277-5888 | Сайт: premiermeatcompany.com

Назначение: Поставка экологически чистого мяса гуманного выращивания (без гормонов и антибиотиков) от локальных ферм Калифорнии. Высокие стандарты качества для мясных позиций Romanov.

Purpose: Sustainably raised, hormone-free meats sourced from California partner farms. Ensures top-tier quality for Romanov's signature meat entrees.

4. Santa Monica Seafood (Дикие и фермерские морепродукты)

ФОРМАТ: ЕЖЕДНЕВНАЯ ДОСТАВКА (DAILY DELIVERY)

Категория: Свежая рыбы, икра, морепродукты премиум-класса

Адрес / Address: 18531 Broadwick St, Rancho Dominguez, CA 90220 / LA Hub

Контакты / Phone: +1 (310) 829-2412 | Сайт: smseafood.com

Назначение: Сертифицированный экологичный поставщик рыбы и морепродуктов с Тихоокеанского побережья. Гарантия свежести с утреннего улова.

Purpose: Certified sustainable Pacific seafood distributor. Guarantees daily freshness directly from coastal landings.

5. Sprouts Farmers Market (Studio City Store #256)

ФОРМАТ: ЭКСПРЕСС САМОВЫВОЗ (EMERGENCY PICKUP)

Категория: Органические овощи, зелень, экстренный дозакуп

Адрес / Address: 11315 Ventura Blvd, Studio City, CA 91604 (3 мин от ресторана)

Контакты / Phone: +1 (747) 256-6517 | Часы: 07:00 – 22:00 ежедневно

Назначение: Локальный супермаркет органических фермерских продуктов в Studio City для оперативного самовывоза при неожиданном сток-ауте в часы пик.

Purpose: Neighboring organic market in Studio City used for rapid chef emergency pickups during high-volume dinner rushes.

3. РЕГЛАМЕНТ ПРИЕМКИ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА / QUALITY CONTROL PROTOCOL

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
Температурный контроль: Обязательный замер температуры охлажденной продукции при приемке (мясо ≤ 4°C, заморозка ≤ -18°C). Визуальный аудит: Проверка органолептических свойств (свежесть, отсутствие увядания, правильная калибровка). Акт отклонения (Refusal Log): Немедленный возврат партии и составление акта при несоответствии стандартам Romanov.	Temperature Control: Mandatory thermal inspection upon delivery (refrigerated meats ≤ 4°C, frozen ≤ -18°C). Visual & Sensory Audit: Evaluation of freshness, color, crispness, and calibration against specifications. Refusal Log: Immediate rejection and logging of non-compliant shipments to trigger vendor credit memos.

ROMANOV RESTAURANT

GM PLAN: BRANDED LOCAL DELIVERY & MOBILE MARKETING VEHICLE

План ГМ по организации фирменной локальной доставки и наружной рекламе • Studio City & Surrounding Areas

Объект / Venue: Romanov Restaurant & Lounge (Studio City, CA)
Документ / Document: Branded Fleet & Rapid Local Delivery Operations Plan

Ответственный / Lead: General Manager
Дата / Date: August 2026

1. КОНЦЕПЦИЯ ФИРМЕННОГО АВТОМОБИЛЯ И МАРКЕТПЛЕЙС НА КОЛЕСАХ / VEHICLE & BRANDING CONCEPT

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
Брендинг и внешний вид: Фирменный автомобиль (электромобиль/компактный фургон премиум-класса, например Mercedes Metris или Tesla Model Y) в корпоративном стиле Romanov (темно-синий/черный с золотым логотипом и аккуратным контактом для заказов). Двойная функция: Мобильная реклама: Автомобиль припаркован на передней линии ресторана на Ventura Blvd с момента открытия, привлекая внимание премиальным внешним видом. Мгновенный выезд: Готовность выехать на заказ в течение 3–5 минут после подтверждения диспетчером.	Branding & Aesthetics: A premium branded vehicle (e.g., Mercedes Metris or Tesla Model Y) wrapped in Romanov's luxury signature style (deep navy/black with gold leaf emblem and discrete contact details). Dual Functionality: Mobile Billboard: Parked in front of the restaurant on Ventura Blvd during business hours to serve as eye-catching street marketing. Instant Dispatch: Ready to depart within 3–5 minutes of order confirmation by the host/dispatch.

2. ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН СЛУЖБЫ ДОСТАВКИ / OPERATIONAL DELIVERY PLAN

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
Шаг 1: Зона охвата (Studio City & Sherman Oaks, Hollywood Hills) Ограничение радиуса экспресс-доставки до 5–7 миль (15–25 минут в пути), чтобы блюда сохраняли ресторанное качество и идеальную температуру подачи. Шаг 2: Оснащение автомобиля (Термоконтейнеры) Установка встроенных электрических подогреваемых и охлаждаемых боксов (Hot/Cold Holding Units), обеспечивающих сохранение свежести и подачу блюд прямо "из печи". Шаг 3: Регламент курьера-амбассадора Водитель-курьер находится в строгом дресс-коде ресторана Romanov, соблюдает высшие стандарты гостеприимства (белые перчатки, фирменная упаковка, личное обращение).	Step 1: Coverage Zone (Studio City, Sherman Oaks, Hollywood Hills) Strict express delivery radius of 5–7 miles (15–25 min travel time) ensuring menu items retain executive dining quality and precise temperature. Step 2: Equipment (Thermal Control Units) Installation of built-in heated and refrigerated transport compartments ensuring meals arrive fresh and at proper serving temperatures. Step 3: Courier Brand Ambassador Standard The delivery driver acts as a brand ambassador, dressed in Romanov corporate uniform, adhering to VIP hospitality standards (branded bags, personalized greeting).

3. РЕКЛАМНЫЙ ЭФФЕКТ И РОСТ ПОСЕЩАЕМОСТИ / MARKETING & TRAFFIC GENERATION

Маркетинговая стратегия "Живой рекламы" / Mobile Marketing Strategy

• Узнаваемость бренда в районе: Постоянное движение брендированного авто по престижным улицам (Ventura Blvd, Laurel Canyon, Coldwater Canyon) формирует устойчивое знание бренда среди состоятельных жителей. • Интерактивные QR-коды: На кузове авто размещается стильный QR-код с предложением "Закажи доставку или забронируй стол на вечер". • Конверсия в визиты: Каждая доставка сопровождается вложением карточки-приглашения от Шеф-повара на бесплатный приветственный напиток при следующем личном визите в Romanov Restaurant.	• Neighborhood Awareness: Continuous presence along key thoroughfares (Ventura Blvd, Laurel Canyon) builds brand equity among affluent local residents. • Interactive QR Campaign: Elegant side/rear QR codes linking directly to online ordering and VIP table reservation portals. • Delivery-to-Dining Conversion: Every delivery includes a VIP Chef invitation card offering a complimentary welcome drink on their next dine-in visit.
--	---

4. КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ И КРІ ДЛЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА / GM COSTS & KPI CONTROL

НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (RUSSIAN)	IN ENGLISH (ENGLISH)
• Лизинг и обслуживание: Оформление коммерческого лизинга на автомобиль с включенным ТО и страховкой. • KPI по времени: Время от приема заказа до выезда ≤ 10 мин. Общее время доставки ≤ 30 мин. • Оценка ROI: Отслеживание количества заказов и конверсии по уникальным промо-кодам на брендированном авто.	• Leasing & Maintenance: Fleet commercial lease structuring including full service and commercial liability insurance. • Time KPIs: Order-to-dispatch time ≤ 10 mins. Total doorstep delivery time ≤ 30 mins. • ROI Tracking: Monitoring direct delivery volume and reservation conversion using car-specific QR codes.

КОМПЛЕКСНЫЙ РЕГЛАМЕНТ ОБСЛУЖИВАНИЯ РЕСТОРАНА

План технического осмотра оборудования, санитарных мероприятий и организации персонала

1. Стратегия Организации Персонала (Штат vs Клининг)

Для обеспечения стабильного высокого качества чистоты, соблюдения СанПиН и сохранности оборудования рекомендуется ****гибридная модель обслуживания****:

Тип персонала	Зона ответственности	Преимущества и обоснование
Штатные уборщицы / Стюарды <i>(Ежедневно, посменно)</i>	- Подготовка зала в «Санитарный час» (до открытия) - Текущая уборка зала, санузлов, служебных зон во время смены - Экспресс-замена и стирка/сдача скатертей, салфеток - Мойка кухонной посуды и поддержание порядка на кухне	Высокая оперативная скорость реагирования (пролитый напиток, разбитая посуда), постоянный контроль чистоты, полная интеграция в команду ресторана.
Специализированная Клининговая Компания <i>(1-2 раза в месяц / по графику)</i>	- Глубокая генеральная дезинфекция и роторная чистка полов - Химчистка мягкой мебели, текстиля и ковровых покрытий - Мытье окон, вывесок и труднодоступных вентиляционных решеток - Дезинфекция и выбивание жируловителей, вытяжных зонтов	Экономия на покупке дорогостоящего профессионального оборудования (роторы, экстракторы), профессиональная химия, исключение риска порчи дорогих материалов.

2. График Технического Осмотра Оборудования (2 раза в неделю)

Технический осмотр проводится инженером/техником или шеф-поваром/су-шефом совместно с управляющим каждые ****Вторник**** и ****Пятницу**** с 09:00 до 10:00.

Категория оборудования	Проверяемые узлы и регламентные работы	Частота
Тепловое оборудование (Пароконвектоматы, плиты, фритюрницы, грили)	- Проверка уплотнительных резинок дверей пароконвектоматов. - Проверка работы ТЭНов, термостатов и датчиков температуры. - Очистка форсунок, проверка газовых соединений (при наличии). - Проверка систем автоматической мойки и декальцинация.	Вт / Пт

Категория оборудования	Проверяемые узлы и регламентные работы	Частота
Холодильное оборудование (Шкафы, столы, морозильники, льдогенераторы)	• Контроль температуры и проверка дренажных трубок. • Очистка конденсаторов и радиаторов от пыли и жира. • Проверка плотности прилегания магнитных уплотнителей. • Оценка состояния фильтров льдогенератора.	Вт / Пт
Посудомоечные машины	• Очистка форсунок, моющих рукавов и форсунок полоскания. • Проверка дозаторов моющих и ополаскивающих средств. • Проверка фильтров и контроля уровня накипи на ТЭНах.	Вт / Пт
Вентиляция и кондиционирование	• Осмотр и промывка жироулавливающих фильтров вытяжек. • Проверка уровня шума, вибраций и тяги притока/вытяжки. • Чистка внутренних фильтров кондиционеров в залах.	1 раз в нед. (Вт)
Сантехника и Водоснабжение	• Осмотр смесителей, сифонов, гибких подводок на протечки. • Проверка и очистка жироуловителей под раковинами. • Контроль давления воды и работы бойлеров.	Вт / Пт
Электрика и освещение	• Осмотр щитков, автоматов, проверка заземления. • Проверка целостности шнуров питания и розеток на кухне. • Замена перегоревших ламп и проверка аварийного освещения.	Вт / Пт

3. Санитарные Мероприятия и Уборка (Санитарный час)

Регламент Санитарного часа: Проводится ежедневно за 1.5–1 час до открытия ресторана (например, с 09:30 до 10:30). В этот период полностью задействован штатный клининг и техперсонал.

Периодичность	Зона / Объекты	Перечень работ и используемые средства
Ежедневно (Санитарный час)	Залы обслуживания	• Влажная уборка полов с дезинфицирующим раствором. • Протирка всех твердых поверхностей (столы, подоконники, подлокотники). • Проветривание и озонирование/бактерицидная обработка воздуха.

Периодичность	Зона / Объекты	Перечень работ и используемые средства
Ежедневно (Санитарный час)	Столовый текстиль	• Полная замена всех скатертей, наперонов и текстильных салфеток. • Проверка столов под скатертями на чистоту и сухость. • Передача использованного белья в прачечную.
Ежедневно (Каждые 30-60 мин)	Гостевые санузлы	• Дезинфекция сантехники (унитазы, раковины, смесители). • Протирка дверных ручек и выключателей хлорсодержащими или спиртовыми дезсредствами. • Пополнение расходников (мыло, бумажные полотенца, туалетная бумага).
Ежедневно (После смены)	Кухня и цеха	• Мойка и хлорирование/дезинфекция всех рабочих столов и разделочных досок. • Мытье полов и трапов с жирорудаляющими и дезинфицирующими средствами. • Вынос мусора, обработка и дезинфекция мусорных баков.
Еженедельно (Понедельник)	Генеральная дезинфекция	• Промывка всех стен, дверей, плинтусов дезрастворами. • Дезинфекция холодильных камер и стеллажей хранения. • Хлорирование/обработка антисептиками сливных трапов и канализации.

4. Стандарты Дезинфекции и Хлорирования

- **Дезинфицирующие средства:** Использование зарегистрированных дезсредств с вирулицидным, бактерицидным и фунгицидным действием (на основе ЧАС, гуанидинов или активного хлора).
- **Хлорирование трапов и сантехники:** Применение хлорсодержащих таблеток/растворов для замокания и проливки сливных отверстий в конце каждой рабочей смены для предотвращения запахов и размножения бактерий.
- **Контроль концентраций:** Строгий учет приготовления рабочих растворов в Журнале дезинфекции.

РЕСТОРАН & ШОУ-ХОЛЛ "ROMANOV"

Universal City / Studio City, Лос-Анджелес, Калифорния

БЮДЖЕТНО-ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН И ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ (ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ РАСЧЕТ)

Контекст и финансово-операционная модель:

Данный бюджет разработан с учётом специфики премиального дворцово-банкетного комплекса «Romanov» (12229 Ventura Blvd), сочетающего формат Haute Cuisine, театр-ресторан с живым шоу и лаунж-бар (график работы: с пятницы по субботу/воскресенье для публичных банкетов + закрытые мероприятия в будни). Расчет охватывает полный операционный штатный состав, страховые/налоговые начисления компании (Payroll Taxes & Workers' Comp ~18%), непищевые расходные материалы, коммунальные услуги, эксплуатационные расходы, шоу-программу, маркетинг и страхование. Расходы на продукты питания (Food Cost) исключены согласно техническому заданию.

1. ОРГСТРУКТУРА И ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ (ПЕРСОНАЛ)

Для обеспечения высокого уровня сервиса (стандарт Fine Dining / Imperial Luxury) штатная структура разделена на 4 ключевых департамента. Общая численность персонала — **38 сотрудников** (включая постоянный и частичный штат).

А. Административно-управленческий штаб (Management) — 4 чел.

1. Генеральный управляющий (General Manager) — 1 чел.

Обязанности: Полное операционное и стратегическое управление рестораном, финансовый контроль, работа с ключевыми клиентами, соблюдение лицензионных требований штат CA.

2. Менеджер зала / Студио-директор (Floor Manager) — 1 чел.

Обязанности: Контроль работы официантов, хостес и сомелье во время смены, урегулирование претензий гостей, координация банкетов.

3. Событийный менеджер / Banquet Sales Manager — 1 чел.

Обязанности: Продажа частных мероприятий, свадеб, корпоративов, работа с ивент-агентствами, планирование рассадки и тайминга шоу.

4. Главный бухгалтер / HR-контроллер — 1 чел.

Обязанности: Ведение кадрового учета, расчет зарплат, отчетность по налогам, контроль счетов поставщиков и аудиты.

Б. Зал и Сервис (Front of House - FOH) — 18 чел.

5. Главный хостес / Метрдотель (Mître d'D) — 2 чел.

Обязанности: Встреча и размещение VIP-гостей, управление бронированием, соблюдение дресс-кода на входе.

6. Официанты премиум-линии (Waitstaff) — 10 чел.

Обязанности: Высококласный сервис (банкетная и индивидуальная подача), знание винной карты и банкетного меню, синхронизация с шоу-программой.

7. Помощники официантов / Ранеры (Bussers / Runners) — 4 чел.

Обязанности: Быстрая доставка блюд из кухни, оперативная зачистка и сервировка столов.

8. Старший шеф-бармен и Сомелье (Head Bartender / Sommelier) — 2 чел.

Обязанности: Приготовление авторских и классических коктейлей, подача премиального алкоголя и икры, управление барным запасом.

В. Кухонный департамент (Back of House - BOH) — 10 чел.

9. Шеф-повар (Executive Chef) — 1 чел.

Обязанности: Разработка авторского меню русской/европейской кухни, контроль технологических карт, управление кухонной бригадой.

10. Су-шеф (Sous Chef) — 1 чел.

Обязанности: Контроль отдачи блюд на раздаче, управление сменой кухни, закупка непищевых инвентарных позиций.

11. Повара горячего и холодного цехов (Line Cooks) — 5 чел.

Обязанности: Приготовление горячих и холодных закусок, мясных и рыбных блюд, банкетов.

12. Шеф-кондитер / Пекарь (Pastry Chef) — 1 чел.

Обязанности: Изготовление фирменных десертов, выпечки, праздничных тортов на заказ.

13. Посудомойщики / Котломойщики (Dishwashers) — 2 чел.

Обязанности: Мойка хрусталя, фарфора, кухонной посуды, санитарная обработка рабочих поверхностей.

Г. Шоу-программа, Безопасность и Тех. Поддержка — 6 чел.

14. Арт-директор / Звукорежиссер и Свет (Stage & Tech Manager) — 1 чел.

Обязанности: Управление театральным освещением, звуковым оборудованием, координация музыкантов и артистов.

15. Служба безопасности / Парковщики (Security & Valet Sup.) — 3 чел.

Обязанности: Охрана порядка, контроль входа (Door-policy), управление парковкой автомобилей (Valet Service).

16. Технический специалист / Клининг-техник — 2 чел.

Обязанности: Ночная глубокая уборка зала, поддержание в исправности инженерных систем и декора.

2. ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ФОТ (ФОНД ОПЛАТЫ ТРУДА)

* Примечание: Ставки рассчитаны по стандартам округа Лос-Анджелес (CA) с учётом минимальной почасовой оплаты (\$16.50–\$20/ч + чаевые для ФОТ) и рыночных окладов для квалифицированного персонала.

Департамент / Должность	Кол-во	Тип оплаты / Ставка	ФОТ в месяц (\$)
General Manager	1	Оклад (\$9,500/мес)	\$9,500
Floor Manager	1	Оклад (\$6,000/мес)	\$6,000
Banquet Sales Manager	1	Оклад + % (\$5,500/мес)	\$5,500
Главный бухгалтер (Part-time/Outsource)	1	Фиксированный (\$3,500/мес)	\$3,500
Mître d'D / Главный хостес	2	\$24/час (140 ч/мес)	\$6,720
Официанты (Waitstaff)	10	\$16.50/ч + чаевые (120 ч/мес)	\$19,800

Департамент / Должность	Кол-во	Тип оплаты / Ставка	ФОТ в месяц (\$)
Помощники официантов (Bussers)	4	\$17.00/ч + чаевые (120 ч/мес)	\$8,160
Бармены / Сомелье	2	\$22.00/ч + чаевые (140 ч/мес)	\$6,160
Executive Chef	1	Оклад (\$9,000/мес)	\$9,000
Sous Chef	1	Оклад (\$6,500/мес)	\$6,500
Повара (Line Cooks)	5	\$22.00/час (160 ч/мес)	\$17,600
Шеф-кондитер (Pastry Chef)	1	\$24.00/час (140 ч/мес)	\$3,360
Посудомойщики (Dishwashers)	2	\$17.50/час (150 ч/мес)	\$5,250
Stage & Tech Manager (Звук/Свет)	1	Фиксированный (\$4,500/мес)	\$4,500
Охрана (Security)	3	\$22.00/час (120 ч/мес)	\$7,920
Клининг и техник	2	\$18.50/час (130 ч/мес)	\$4,810
Итого прямые зарплаты (Direct Wages)	38	-	\$130,280
Налоги на ФОТ и Страхование сотрудников (Payroll Taxes, FICA, Workers' Comp ~18%)			\$23,450
ИТОГО РАСХОДЫ НА ПЕРСОНАЛ В МЕСЯЦ			\$153,730

3. БЮДЖЕТ РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ И СОДЕРЖАНИЯ (NON-FOOD EXPENSES)

Категория расходов	Описание и детализация	Сумма в месяц (\$)
Хозяйственные и Санитарные материалы	Профессиональная химия Ecolab, моющие средства для посудомоечных машин, дезинфектанты, бумажные полотенца, салфетки для туалетных комнат, пакеты.	\$3,800
Замена посуды, хрусталя и приборов	Амортизация и бой позолоченной фарфоровой посуды, хрустальных фужеров, приборов (утечка/бой 3-5% в месяц).	\$2,500
Текстиль и Прачечная	Аренда и стирка премиальных скатертей, салфеток, чехлов, униформы персонала, химчистка занавесов и бархага.	\$4,200
Печатная продукция и POSM	Дизайнерские меню на плотной бумаге, тиснение фольгой, банкетные карточки, винные карты, чековые книжки.	\$1,200
Коммунальные услуги (Utilities)	Электричество (высокая нагрузка сценического света и АВОК), газ (кухня), вода, вывоз мусора и жиросушители.	\$9,500
Шоу-программа и Гонорары Артистов	Приглашенные музыканты, вокалисты, шоу-балет, танцоры (еженедельная программа пт-сб).	\$18,000
Лицензии, ПО и Софт	POS-система (Toast/ALOHА), Music Rights (ASCAP/BMI), лицензии на алкоголь (ABC CA renewal pro-rata), OpenTable/Resy.	\$2,400
Техобслуживание оборудования (R&M)	Сервис кухонной техники, вытяжек, караоке и звукового оборудования, мелкий ремонт царского декора.	\$3,500
Маркетинг, PR и Продвижение	Таргетированная реклама в LA, SMM, работа с VIP-клиентами, локальное продвижение в районе Studio City/Hollywood.	\$6,000
Страхование бизнеса (Insurance)	General Liability, Commercial Property, Liquor Liability Insurance (обязательно для CA).	\$4,800
ИТОГО СОДЕРЖАНИЕ И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В МЕСЯЦ		\$55,900

4. СВОДНЫЙ ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ БЮДЖЕТ ЭКСПЛУАТАЦИИ

1. Общие расходы на персонал (ФОТ + Налоги/Страховки):	\$153,730
2. Расходные материалы, Шоу, Коммунальные и Операционные затраты:	\$55,900

ОБЩИЙ ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ БЮДЖЕТ ОБСЛУЖИВАНИЯ И СОДЕРЖАНИЯ: \$209,630

* В данный расчет не входит арендная плата (Lease Expenses), которая зависит от условий договора владения зданием на Ventura Blvd, а также Cost of Goods Sold (COGS) по продуктам питания и напиткам.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АУДИТ & ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ

71Above (Fine Dining) vs. Romanov Restaurant (Banquet & Show)

Локация: Los Angeles, CA

Тип отчета: Бенчмаркинг & Revenue Estimation

Дата: Август 2026

1. Сравнительный аудит концепций и операционных моделей

71ABOVE — Ключевые преимущества

- Уникальное УТП и локация:** Панорама 360° на 71-м этаже US Bank Tower создает непревзойденный эмоциональный фактор для гостей.
- Стабильная загрузка 7 дней в неделю:** Высокий поток за счет бизнес-элиты, премиальных туристов, праздничных дат и романтических ужинов.
- Эффективность Prix Fixe:** Фиксированное сет-меню (\$100–\$145+) позволяет жестко контролировать фудкост, прогнозировать закупки и оптимизировать работу кухни.
- Высокая маржинальность бара:** Винная карта и авторские коктейли генерируют до 35–40% всей выручки с высокой валовой маржой.
- Отсутствие расходов на шоу:** Доход формируется за счет атмосферы и гастрономии, исключая затраты на артистов и шоу-программу.

ROMANOV — Слабые стороны и риски

- Узкая нишевая аудитория:** Фокус на русскоязычное сообщество и банкеты существенно ограничивает регулярный клиентский поток.
- Высокая зависимость от выходных (Fri–Sun):** Основная выручка формируется за 2–3 дня. В будни заведение работает в убыток или с минимальной загрузкой.
- Высокие издержки на развлечения:** Содержание артистов, ведущих, музыкантов и технических специалистов сильно снижает чистую маржу.
- Риск устаревания концепции:** Формат «ресторан-кабаре» требует постоянно обновлять шоу-программу, иначе повторный визит гостя откладывается на месяцы.

2. Матрица операционных показателей

Параметр	71Above (Downtown LA)	Romanov Restaurant (Studio City)
Основная концепция	Modern American Fine Dining (Панорамный ресторан)	Eastern European Banquet Hall & Cabaret Show
Средний чек на гостя	\$160 – \$220+ (Food + Beverage + Tax/Tip)	\$80 – \$130 (Банкетное меню + Алкоголь)
Главный драйвер продаж	Вид на город, статус, авторская кухня, винная карта	Шоу-программа, банкеты, семейные торжества
Операционный цикл	Пиковая загрузка 6–7 дней в неделю	Активные дни: Пятница — Воскресенье
Зависимость от шоу	Нулевая (Атмосфера создает ценность)	Критическая (Без шоу трафик падает)

Параметр	71Above (Downtown LA)	Romanov Restaurant (Studio City)
Оценочная чистая маржа	18% – 25%	10% – 15%

3. Финансовая модель и оценка ежемесячного дохода

71ABOVE (Расчет)

- **Вместимость:** ~150 мест (Зал, бар, private dining)
- **Оборачиваемость:** 1.8 – 2.2 смены стола / день
- **Поток гостей:** ~250 – 300 чеков / день
- **Средний чек:** ~\$180
- **Дневная выручка:** ~\$45,000 – \$55,000

Ежемесячный доход: \$1,300,000 – \$1,600,000

ROMANOV RESTAURANT (Расчет)

- **Вместимость:** ~180 – 200 банкетных мест
- **Режим работы:** 3 активных дня в неделю + банкеты
- **Поток гостей:** ~400 – 600 гостей в неделю
- **Средний чек:** ~\$100 – \$120
- **Недельная выручка:** ~\$45,000 – \$65,000

Ежемесячный доход: \$180,000 – \$260,000

Итоговый экспертный вывод:

71Above генерирует в **5–7 раз больше выручки** по сравнению с Romanov. Отсутствие шоу-программы в 71Above не только не снижает доход, но и существенно повышает чистую рентабельность бизнеса. 71Above продает уникальный визуальный и гастрономический опыт, конвертируя локацию в высокий ежедневный чек без затрат на развлекательный контент.

ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

«Новая Звезда Романов» (Romanov New Stars Night) — Стратегия Генерального Менеджера

Цель: Рост посещаемости в будни (Tue-Thu)

Формат: Вечера молодых талантов

Заказчик: Romanov Restaurant GM

Этап 1. Концепция и Позиционирование

1.1. Определение формата и жанровой матрицы

- Зафиксировать фоновые жанры для ужина: Lounge Jazz, Acoustic Soul, Pop-Classical, Neoclassic. Исключить агрессивные и неподходящие стили.
- Установить строгий хронометраж: 3 сета по 25–30 минут с перерывами 20 минут (общая продолжительность программы — с 19:30 до 22:00).
- Сохранить статус ресторана премиального уровня: выступления должны быть элегантным дополнением к ужину, а не громким концертом.

Этап 2. Отбор Талантов (Scouting & Talent Acquisition)

2.1. Партнерство с творческими ВУЗами и студиями

- Заключить соглашения с профильными факультетами (USC Thornton, UCLA Herb Alpert, Musician's Institute и др.).
- Назначить Арт-директора / Звукорежиссера ответственным за кастинг и предварительное прослушивание (Live / Demo).
- Формировать «Календарь талантов» на 4–6 недель вперед для обеспечения бесперебойного графика.

Этап 3. Экономика, Монетизация и Контроль Чек-Эверейдж

3.1. Условия сотрудничества и мотивация артистов

- Гонорарная сетка:** Символический фикс (\$75–\$150/вечер на коллектив) + бесплатный ужин + промо-видео/аудио запись выступающих.
- Процент от приглашенных:** Бонус 10% от суммы счетов столов, забронированных по персональному промокоду артиста.
- Управление чеком (Защита от «столов за \$5»):** Введение обязательного минимального депозита (\$45–\$60/чел) или условия «1 блюдо + 1 напиток на гостя».

Этап 4. Техническое Оснащение и Логистика

4.1. Звуковое оформление и сценический менеджмент

- Провести аудит акустики: установить лимитеры громкости (Sound Pressure Level max 82 dB), чтобы музыка не мешала диалогам за столами.
- Обеспечить базовый райдер: 2 вокальных микрофона, комбоусилитель для гитары/клавиш, микшер, базовый теплый софитный свет.
- Штатный звукорежиссер должен присутствовать на саундчеке (17:30–18:30) и во время всего вечера.

Этап 5. Маркетинг, PR и Продвижение

5.1. Привлечение гостей и брендинг

- Запустить SMM-кампанию «История успеха»: короткие Reels/Shorts о каждом участнике перед выступлением.
- Внедрить зрительское голосование (QR-код на столах «Голос вечера»): победитель месяца получает финансируемый сольный концерт в выходной день.
- Email & SMS рассылка по базе постоянных гостей с анонсом серии академических вечерних ужинов.

Критический контроль GM (Риски и профилактика):

- *Риск шумной «группы поддержки»:* Друзья артиста не должны занимать лучшие столы без депозита. Все брони проходят через администратора.
- *Срыв выступления:* Иметь в резерве 2–3 дежурных фоновых музыкантов (пианист/саксофонист) на случай отмены.

СТРАТЕГИЯ МЕДИА-КОНКУРСА И YOUTUBE-КАНАЛА

Музыкальный конкурс «Новая Звезда Романов» (Romanov New Star Media Concept)

Формат: Live-конкурс + Медиашоу

Частота контента: Ежедневно на YouTube

Ключевая цель: Бренд & Рост аудитории

1. Концепция Конкурса и Звездное Жюри

1.1. Состав жюри и формат экспертной оценки

- Звездный комитет:** Привлечение известных актеров, мэтров эстрады, авторитетных продюсеров и преподавателей консерваторий.
- Интерактивный формат:** Жюри находится в зале за специальным VIP-столом, дает живые профессиональные комментарии после каждого сета и оценивает вокал/харизму.
- Медийная интеграция:** Короткие интервью с членами жюри в бэкстейдже для YouTube-выпусков.

2. Профессиональная Съемка и Продакшн

2.1. Технический регламент и запись концерта

- Многокамерная съемка (4K):** 3–4 операторские точки (общий план сцены, крупный план артиста, реакция жюри и эмоции зала).
- Многоканальная запись звука (Multi-track):** Запись звука напрямую с микшерного пульта с последующим студийным сведением и мастерингом.
- Атмосферный свет:** Профессиональный концертный свет, подчеркивающий эстетику и статус ресторана «Романов».

3. Ежедневный YouTube-Канал «Новая Звезда Романов»

3.1. Контент-план и регулярность публикаций (Daily Strategy)

- Воскресенье (Основной выпуск):** Полная телеверсия конкурсного вечера (20–30 минут) с выступлениями и оценками жюри.
- Понедельник — Пятница (Shorts / Clips):** Ежедневные короткие ролики (лучшие моменты, эмоциональные речи жюри, смешные факпы, бэкстейдж).
- Суббота (Анонс / Профайл):** Видео-визитка следующего участника, история его успеха и приглашение на живой ужин.

4. Система Голосования и Призовой Фонд

4.1. Мотивация артистов и вовлечение зрителей

- Призы для победителей конкурса:** Денежный грант на запись сольного альбома/сингла, съемка профессионального клипа, контракты на постоянные выступления в ресторане «Романов».
- Интерактив и голосование зрителей:** Голосование через QR-коды в зале и в комментариях под YouTube-видео.
- Награды для самых активных комментаторов:** Еженедельный розыгрыш среди подписчиков YouTube (Подарочные сертификаты на романтический ужин в «Романов», VIP-билеты на финальное шоу).

Ключевая цель проекта: Превращение ресторана «Романов» из локального заведения премиум-класса в мощный национальный бренд и продюсерский центр с многотысячной онлайн-аудиторией.

План развития медиа-проекта «Новая Звезда Романов» | Romanov Restaurant Media Group