

Франчайзинг: разработка проекта

советы и примеры для сети розничных магазинов одежды
среднего сегмента

Размышляете о запуске франчайзингового проекта в компании? Воспользуйтесь нашими советами

Задачи франчайзинга

- Рост рынка сбыта, выход на федеральный уровень
- Привлечение финансового капитала, не прибегая к заемным ресурсам
- Увеличение стоимости бизнеса
- Ослабление позиций конкурентов
- Усиление своего бренда
- Максимизация эффективности каналов сбыта
- Получение дополнительного дохода.

Каковы ваши цели?

Франчайзинговый пакет включает

Маркетинговые документы

- бренд-бук (свод правил по использованию логотипа, фирменные шрифты, цвета, какую рекламу и рекламносители можно использовать)
- мерчендайзинг-бук (правила вывешивания новой коллекции и распродажи, выпускается 2 раза в год)
- стандарты розничной торговли компании (как должен вести себя продавец в магазине с покупателями, каким образом он транслирует корпоративные ценности клиентам)
- рекламное сопровождение (все постеры и витринные банеры, которые мы делаем для себя, должны бесплатно предоставлять для франчайзи-партнеров)
- разработка дизайн-проекта магазина (расположение торгового оборудования, освещения, рекламных материалов и вывесок)
- обучение персонала

Франчайзинговый пакет включает

Организационно-правовые документы

- коммерческое предложение
- руководство по управлению франчайзинговым предприятием (описаны полностью бизнес-процессы от открытия магазина до правил проведения распродаж)
- договор франчайзинга (прописывается передача прав на использование торговой марки, фирменного стиля, технологий)
- разработка стандартов работы и внутренних правил работы франчайзера и франчайзи

Продвижение проекта – как будем привлекать партнеров

- членство в специализированных организациях и размещение на их сайтах, например, [Российская Ассоциация Франчайзинга](#)
- размещение информации на отдельной странице на корпоративном сайте
- участие в выставках (Buy Brand)

Внутренние вопросы

Проект франчайзинга может выглядеть привлекательно, особенно в рамках кризиса. Но этот проект предполагает так же и ответственность, отстроенные бизнес-процессы внутри компании-франчайзера. Необходимо предварительно знать ответы на следующие вопросы:

- какова ориентировочная сумма необходимых инвестиций для франчайзи
- просчет планируемого срока окупаемости проекта
- минимальная необходимая торговая площадь
- количество персонала на предприятии франчайзи
- рекламная поддержка магазинов франчайзи
- кто будет консультировать партнеров по всем бизнес-процессам

Внутренние вопросы

- как будем контролировать соблюдение стандартов фирменной торговли
- ограничения по размеру заказа
- ограничения по наценке
- система скидок (за объем, за внесение предоплаты, выполнение заказа и т.д.)
- хватит ли производственных, складских и логистических ресурсов для обеспечения магазинов товаром
- что мы можем предложить франчайзи-партнеру: разработанные и отлаженные бизнес-процессы, известный бренд, рекламную поддержку?

Франчайзинг плюсы

- относительно недорогой и эффективный способ быстрого регионального расширения розничной сети
- стандартизированные бизнес-процессы позволяют поставить открытие магазинов «на поток». От партнера требуются только деньги и хорошее место под магазин
- популяризация нашей торговой марки

Франчайзинг минусы

- острая нехватка квалифицированного персонала на местах
- организация контроля деятельности франчайзи (мерчендайзинг, стандарты обслуживания)
- сложно найти компанию, которая сможет наладить эффективное сотрудничество с нами и поддерживать высокий уровень обслуживания клиентов, но именно это является залогом успешного развития
- разработка внутренних стандартов (брендбука, стандартов фирменной торговли, франчайзингового договора и т.д.)

Альтернатива – дилерский формат

Как видим, франчайзинг достаточно трудоемкий процесс (разработка различных правил, документов, регламентов, бизнес-процессов) так же это затратно и для партнеров (они платят начальный взнос, а затем делают ежемесячные платежи нам помимо расходов на открытие магазина и закупку товара) и, вероятно, в период кризиса будет сложно продать этот проект

В связи с этим возможно рассмотреть дилерский формат отношений с партнерами.

В отличие от франчайзинга, требования к дилерам менее жесткие. Дилер может открывать как магазин-монобренд, так и фирменный угол в магазине-мультибренде (последний формат будет более востребован в условиях кризиса, т.к. нет зависимости от одного производителя, как в монобренде). Соответственно и затраты на открытие дилерского магазина или фирменного угла в уже открытом магазине будут ниже, и значит, что этот формат может быть востребован больше.

Развитие собственного оптового направления

Не стоит забывать о развитии собственного оптового направления, поскольку, во-первых, в каждой торговой компании есть отдел и персонал, который занимается оптом (то есть не надо дополнительно кого-то нанимать).

Во-вторых, отдел маркетинга может предоставлять оптовому отделу информацию по рынку (на какие компании и ниши надо обращать внимание) с целью более быстрого и эффективного поиска новых клиентов

В коммерческих предложениях оптового отдела особо акцентировать внимание на преимуществах клиента, торгующего нашей продукцией.

Пример франчайзинг - предложения SELA

Источник www.sela.ru

Франчайзинг Sela – это возможность открыть предприятие фирменной торговли, пользуясь технологиями бренда.

Уникальность опыта работы Корпорации Sela состоит в том, что она является первым и крупнейшим франчайзером одежды на российском рынке. Обладая большим опытом работы, Корпорация Sela достигла оптимизации торговых процессов и помогает партнёрам нивелировать все риски в бизнесе.

Преимущества франчайзинга Sela заключаются в том, что партнеры не платят вступительных или ежемесячных взносов за пользование торговой маркой Sela.

Пример франчайзинг - предложения SELA

В рамках схемы франчайзинга Корпорация Sela берет на себя функции сопровождение бизнеса франчайзи с момента принятия решения об открытии магазина:

- Оценка правильности месторасположения будущего магазина и согласование его открытия.
- Разработка дизайн-проекта магазина. Разработка дизайн-проекта и производство торгового оборудования. Составление дизайн-проекта освещения магазина. Разработка макетов и производство вывески и элементов фирменного стиля. Поставка всех информационных и рекламных материалов, необходимых для открытия магазина.
- Выезд специалистов Корпорации на открытие магазина.
- Обучение персонала магазина технологиям мерчендайзинга и технологиям продаж Sela. Консультации по формированию заказа. Консультации по всем бизнес-процессам, связанным с работой магазина. Корпорация проводит единую коммуникативную политику. Оказывает федеральную рекламную поддержку, разрабатывает единый план рекламных мероприятий.
- Контроль соблюдения стандартов фирменной торговли.

