

Шаги успешной франчайзи 2022 г.

Презентация программы
16.08.22


OLIVIA
CLOTH

ФРАНШИЗА

Для чего это вам

- есть определенные проблемы, которые были выявлены в ходе опроса и факторного анализа всех франшиз

Для чего это нам

- дать свои рекомендации
- фиксировать их выполнение
- как итог: вывести формулу успешной франчайзи !!!

Проблема 1 - магазин

1.1. Помещение

Фиксировать состояние:

- Фасадов
- Входной группы
- Витрин
- Кассовой зоны
- Рабочей зоны и иных помещений магазина

1.2. Навигация

Фиксировать состояние:

- Навигация в тц либо на улице
- Вывеска магазина:
 - утро
 - день
 - вечер

Задача для Вас

Шаг 1

Еженедельно по вторникам предоставлять по электронной почте: e.borisova@oliviagroup.ru фотографии по пунктам 1.1 и 1.2.

*Фотографии должны содержать информацию о дате и времени их выполнения

Проблема 2 - локация

Шаг 2

Фиксировать в таблицу анализа продаж магазина:

- ежедневно в течение 2 недель каждый день работы магазина:
 - утро
 - день
 - Вечер

Предоставлять по электронной почте e.borisova@oliviagroup.ru согласно графику

Дата-время	Зашел	Консультация	Цена	Купил
01.09.22 9:00-12:00				
01.09.22 12:00-16:00				
01.09.22 16:00-20:00				
02.09.22 09:00-12:00				

Проблема 3 - конкуренты

Шаг 3

Провести анализ конкурентов рядом с магазином, если есть, и зафиксировать в таблицу:

Название магазина	Какая навигация	Оформление	Персонал	Ассортимент	Фиксация	Комментарий
	Вывеска	Первое впечатление	Первое впечатление	Какие ткани	Фото или видео	Чем они лучше нас?
	Навигация в тц		Количество	Цены		
				Фурнитура какая?		
				Доп.опции какие-то?		

Предоставлять по электронной почте e.borisova@oliviagroup.ru согласно графику

Проблема 4 - персонал

Оценка качества работы персонала

Фиксировать работу персонала:

- По видео
- Тайный покупатель
- Чек-лист офлайн-работа
- Чек-лист онлайн-работа

Задача для Вас

Шаг 4

Оценить по предложенным инструментам:

- качество работы с:
 - ◆ офлайн покупателем
 - ◆ онлайн покупателем
- глубину экспертности: чтобы показал максимальный выбор для клиента
- как работает с возражениями
- скорость ответов
- заинтересован ли сам в тканях, пошиве

Предоставлять по электронной почте
e.borisova@oliviagroup.ru согласно графику

Примеры чек-листов

Шаг 4

Этап оценки		Критерии оценки	Баллы
Общение менеджера с клиентом офлайн-магазин			
Коммуникабельность			
1	Всегда улыбка на лице	1 - встречает клиента с улыбкой 0 - без улыбки, либо не всегда	
2	Приятная наружность	1- всегда красивая прическа, маникюр, ухоженная одежда, аккуратный макияж 0 - ничего из вышеперечисленного	
3	Использует открытые жесты	1 - да 0 - нет	
4	Вступает в контакт, общается с покупателями по своей инициативе	1-да 0 - нет	
5	Легкость в общении, умеет поддержать разговор с покупателем, в том числе и на отвлеченные темы	1-да 0 - нет	
Итого			

Примеры чек-листов

Шаг 4

Этап оценки		Критерии оценки	Баллы
Общение менеджера с клиентом офлайн-магазин			
<i>Экспертность</i>			
1	Знает ассортимент, легко может назвать в каких цветах есть конкретный вид ткани	1-да	
		0 - нет	
2	Умеет раскрыть желание покупателя и предлагает все возможные варианты для выбора подходящей ткани. Как пример: клиент хочет изшить лонгслив, варианты ткани: кулирка, лапша, тельняшка, вафля трикотажная, кашкорсе, рибана. Пример изделия может быть любой	1-предлагает все возможные варианты	
		0 - предложил один вариант, либо перечислил не все	
3	Несет в себе дух бренда, носит отшитую одежду из наших тканей	1- носит	
		0 - не носит	
4	Уточнил у клиента, на какое изделие клиент хочет взять ткань	1-да	
		0 - нет	
5	Знает примерный расчет на изделие. Как пример: примерный расход на футболку = грубо 1м ткани	1-да	
		0 - нет	
6	Умеет работать с возражением: "а там -то дешевле", то есть перечислил все преимущества, почему надо купить у нас	1-да	
		0 - теряется в отработке возражения клиента	
7	Предлагает дополнительно фурнитуру при каждой покупке ткани	1-да	
		0 - не предлагает либо предлагает не всегда	
8	На белье предлагает кулирку, лапшу, кашкорсе и т.д.	1-да	
		0 - предлагает только кулирку	
9	Предлагает на манжеты изделия: кашкорсе, рибану либо сделать из той-же ткани	1-да	
		0 - предлагает кашкорсе либо рибану	
10	Из ярких цветов на худи может предложить: неоны, марокко, санторини	1-да	
		0 - предлагает только неоны	
Итого			

Примеры чек-листов

Шаг 4

Этап оценки		Критерии оценки	Баллы
Общение менеджера с клиентом офлайн-магазин			
Ответственность			
1	Всегда сам выполняет порученное - тщательно, доводя дело до конца	1-да 0 - нет	
2	Всегда порядок в своей зоне	1-да 0 - нет	
3	Не стоит без дела, не собирает вокруг себя коллег (если есть)	1-да 0 - нет	
4	Не сваливает вину на других или обстоятельства, берет ответственность на себя	1-да 0 - нет	
5	Не уходит на перерыв, когда много посетителей в зале	1-да 0 - нет	
Итого			
Этап оценки		Критерии оценки	Баллы
Общение менеджера с клиентом офлайн-магазин			
Инициативность			
1	Выступает с новыми предложениями относительно работы магазина	1-да 0 - нет новых предложений	
2	Принимает активное участие в жизни магазина, в соревнованиях за звание лучшего (если есть команда), в	1-да 0 - нет	
Итого			

Примеры чек-листов

Шаг 4

Этап оценки		Критерии оценки	Баллы
Общение менеджера с клиентом офлайн-магазин			
<i>Умение работать в команде (при наличии команды)</i>			
1	Всегда охотно выполняет просьбы коллег	1-да	
		0 - нет	
2	Предлагает свою помощь, даже если это не входит в его обязанности	1-да	
		0 - нет	
3	Оказывает моральную поддержку, может приободрить в трудную минуту	1-да	
		0 - нет	
4	Заряжает позитивом, настроен на работу	1-да	
		0 - нет	
5	Не проявляет агрессию, не раздражается	1-да	
		0 - нет	
Итого			

Примеры чек-листов

Шаг 4

Этап оценки		Критерии оценки	Баллы
Общение менеджера с клиентом онлайн			
1	Сотрудник представился и поздоровался по стандарту: "Добрый день! Вас приветствует магазин тканей Olivia Cloth". Как я могу к Вам обращаться?"	1 - представился по стандарту, далее обратился к клиенту по имени	
		0 - если что-либо из критерия "1" не соблюдено	
2	Сотрудник задал минимум 3 вопроса для выявления потребностей: "Какая ткань Вас заинтересовала? Какое изделие планировали сшить? Понадобятся кашкорсе либо рибана в тон на манжеты? Какая фурнитура нужна на изделие?"	1 - задал 3 и более вопросов;	
		0 - задал менее 3 вопросов, вообще не задавал вопросы	
3	Сотрудник озвучил преимущества товара/аргументы в пользу товара	1 - перечислил несколько преимуществ;	
		0 - не сделал акцент на преимуществах	
4	Сотрудник пригласил клиента приехать в магазин, если клиент сомневается в покупке - либо для уточнения каких-то деталей	1 - пригласил;	
		0 - не пригласил	
5	Сотрудник согласовал конкретную дату и время встречи, обещал напомнить клиенту	1 - озвучил конкретную дату и время;	
		0 - конкретизировал только дату или не конкретизировал время встречи вовсе.	
6	Сотрудник узнал контакты клиента для оформления заказа - фио, номер телефона, mail	1 - уточнил фио, номер телефона или почту;	
		0 - не уточнил контактные данные.	
7	Сотрудник обращался к клиенту по имени минимум 2 раза	1 - обращался 2 и более раз;	
		0 - не обращался/обращался менее 2 раз.	
8	Сотрудник уточнил, остались ли у клиента вопросы	1 - уточнил в конце разговора	
		0 - не уточнил.	
9	Сотрудник подвел итоги разговора: оформил заказ и прислал трек для доставки либо пригласил забрать заказ из магазина в	1 - подвел итог;	
		0 - не подвел.	
10	Сотрудник попрощался ли по стандарту. Например, "Спасибо, за обращение в магазин тканей Olivia Cloth, всего доброго, до свидания"	1 - попрощался по стандарту, поблагодарил за обращение;	
		0 - попрощался не по стандарту.	
		Итоговая оценка	

Проблема 5 - учет ДС

Фиксировать учет ДС

Нужен анализ и учет дс средств:

- ❑ провести анализ посещаемости по чекам
- ❑ отслеживать динамику продаж
- ❑ контролировать остатки

Задача для Вас

Шаг 5

Как пример, из эватора можно получить:

- Средний чек: в рамках сотрудника
- Количество чеков по дням
- Количество продаж по позициям
- Топ позиций
- И т.д.

Предоставлять по электронной почте
e.borisova@oliviagroup.ru согласно графику

Пример выгрузки из программы эватор

Шаг 5



Чеки

Кол-во чеков
65

12:10 03.08.22	8 567,00 руб.
11:33 03.08.22	750,00 руб.
11:22 03.08.22	1 872,00 руб.
11:16 03.08.22	1 252,60 руб.
10:51 03.08.22	100,00 руб.




OLIVIA
CLOTH

ФРАНШИЗА

Проблема 6 - SMM

Шаг 6

На данный момент ситуация по визуалу инстаграма у всех плачевная

Задача для Вас

Что делаем



- ❑ Вести инстаграм согласно гайду
- ❑ Понимать статистику страницы:
 - ❑ охваты
 - ❑ переходы
 - ❑ новые люди
- ❑ Анализ вовлеченности

- **Еженедельно во вторник присылаем заполненную отчетность**
e.borisova@oliviagroup.ru

Вид контента	Задачи	да/нет
Сторис	Сторис от 10 шт в день	
	Тестировать время первой сторис. Ежедневно вести табличку с охватами первой сторис. Анализировать, что лучше заходит. Менять тип первой сторис: график работы, новость, спросить как провели выходные или как настроение, или выложить швейные мемы, или видео подборку готовых изделий с вопросом - хотите также? Чтобы первые сторис каждый день отличались - не выкладывать однотипное "доброе утро".	
	Показывать магазин, рассказывать голосом наличие, трогать ткань, показывать лицо/изнанку, как струится - для вискозы, лиоцелла, хлопка. Для кашкорсе, вафли - показывать как тянется. Идея в том, чтобы показать на видео все то, что делает клиент перед выбором: гладит, тянет, прикладывает к себе, лижет, нюхает, поджигает))) у кого что))	
	Чередовать сторис с наличием, жизнью магазина, примерами из одежды, отзывами. Рз в неделю делать викторины - тесты полезны, полезные с юмором. Правда или миф, о трикотаже, о ткани, об истории одежды, моды - любая тема.	

Вид контента	Задачи	да/нет
Рилс	2 в неделю минимум. Чередовать юмор и пользу. Швейные приколы, фишки, лайфхаки, неудачи, ткаь + пример что шить. Приглашение на мастер-классы, если проводите также можно делать в виде рилс. Например: Первый кадр - растерянный клиент с ножницами и отрезом ткани, второй кадр - довольный клиента в готовом изделии, которое сшил сам.	
Посты	3-4 в неделю. Одну фотографию выкладывать не эффективно. Лучше карусель. Это может быть подборка наличия по одной основе, разные основы в одном цвете, новинки, ткань + пример изделий и т.д. Полезный пост с лайфхаками, чтобы сохраняли себе, пересылали знакомым (например: как хранить выкройки, подборки выкроек из кулирки, кашкорсе или моделей с призывом шаить у вас на заказ с указанием цен "от...". Также полезные посты про характеристики полотен, правила ухода, преимущества, фурнитуру. Фиксировать в отчетной таблице виде поста/тему с охватом, сохранениями.	
Вовлечение	1 раз в 7-10 дней. Викторины, конкурсы, призывы отмечать, делиться отзывами - среди них разыгрывать сертификаты, карты постоянного покупателя или бонусы на покупку 500/100/1500 руб (в зависимости от сложности конкурса, размера приза устанавливаете самостоятельно). Рекомендуем проводить регулярно, но не частить, не подсаживать как на скидки. Раз в месяц примерно будет хорошо.	
Хайлайтс	Сделать актульные папки: новинки, наличие, как найти магазин, как сделать заказ, отзывы.	

Вид контента	Задачи	да/нет
Прямые эфиры	Сейчас меньше популярны, но можно сохранять запись. Снимать поставки, новинки, рассказывать о себе и услугах магазина: ткань, фурнитура, пошив, мастер-классы и т.д	
Шапка профиля	наполнение: кто вы/что вы, адрес, как сделать заказ. Призыв/преимущество (настоящий компактенье/только высшее качество/более 100000 довольных клиентов, что-то о вас привлекательное). Можно сделать бесплатный Taplink и в шапку профиля вставить ссылку на него.	
Хэштеги	Под постом в первом комментарии указывать до 20 хэштегов. Каждый раз разные, категорически нельзя дублировать под постами одинаковые - будет теневой бан. Лучше сделать в заметках подборки - 30 групп по 20 хэштегов и чередовать их. Брать разные темы для вашей целевой аудитории, не только ткань/выкройки/пошив. Также подойдут блоки на темы сад и огород, рецепты, детские темы, игрушки, садики, школы, детские и женские хобби. Рекомендую брать среднечастотные хэштеги - с количеством упоминаний до 100 тысяч. лучше 5-10-15, это лучше для небольших блогов. Миллионные хэштеги лучше не использовать.	

Рекомендации по визуалу

Визуал - это общий вид аккаунта: цвета, изображения, их сочетания и раскладка, подача и стиль. Это «одежка», по которой встречают, и которая работает на имидж бренда.

Основные составляющие визуала:

- Обработка фото и раскладка в ленте
- Шаблоны, дизайн для постов, сторис и обложек
- Шрифты, цвета и оттенки
- Особые элементы бренда для его узнаваемости

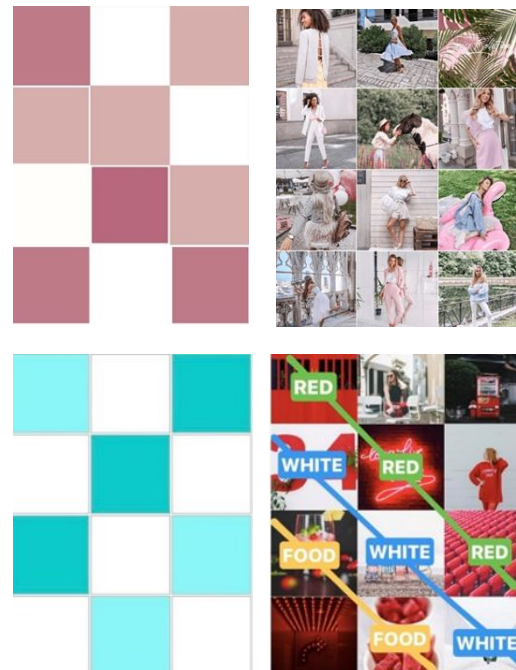
- ✓ Главное правило:
никто не запрещает вам придумывать новые варианты оформления профиля, комбинировать их между собой и применять к любым элементам - располагать по этим схемам текст, цвета, определенные шаблоны или композиции ваших постов

Рекомендации по визуалу

Основные составляющие визуала:

- ✓ Выбор единой цветовой палитры на определенный период:
 - Если в профиле все фотографии совершенно разные и нет какой-то единой концепции, этот вариант подойдёт идеально. Единственное, что потребуется — продумать, как фото будут сочетаться между собой и смотреться вместе. Например, можно оформить профиль в одной цветовой гамме.
- ✓ Размещение контента по диагонали:
 - Это один из самых простых и часто используемых видов раскладки. Размещайте текст и фото с похожим содержанием или композицией по диагонали (На примере ниже автор чередует изображения с розовым и белым фоном)

Варианты оформления профилей

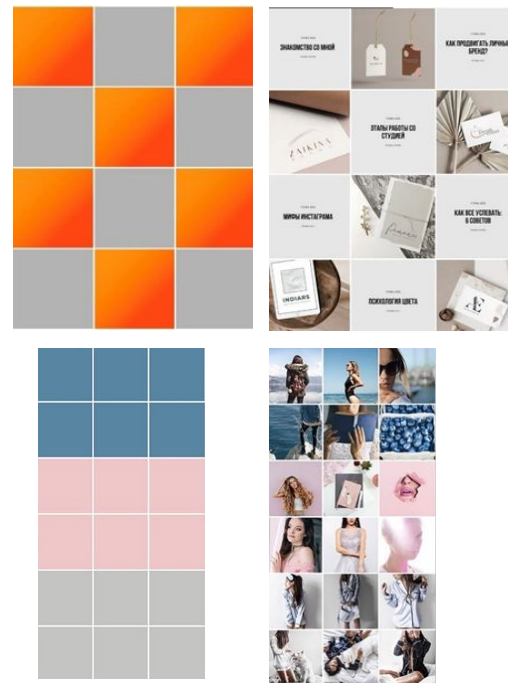


Рекомендации по визуалу

Основные составляющие визуала:

- ✓ Размещение контента в шахматном порядке:
 - Здесь тоже всё просто. Тем не менее, взгляд очень привлекает. Цвета можно менять через 3 или 4 строки
- ✓ Размещение контента тематическими блоками:
 - К тематическим блокам также можно добавить разделительные полосы с заголовком этого блока. Вариант отлично подойдёт для тканей – чередование блоков с разными акцентами. Важно, чтобы соседние блоки сочетались между собой и фото внутри цветового блока не были перегружены деталями, оставляйте «воздух» - белое пространство.

Варианты оформления профилей

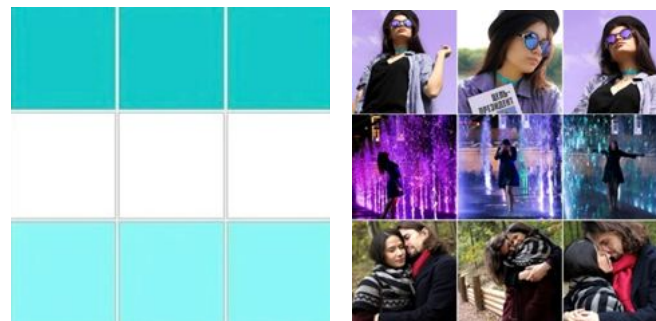


Рекомендации по визуалу

Основные составляющие визуала:

- ✓ **Размещение контента по строчкам:**
 - Благодаря такой раскладке вы сможете рассказать пользователям свою историю. А они смогут прочитать её как книгу, строчку за строчкой, слева направо. Например, 3 фото с готовыми изделиями, 3 фото предметная съемка и т.д.
- ✓ **Размещение контента вертикальными линиями:**
 - Сделайте контрастную линию из ваших постов и расположите её вертикально по центру или сбоку. Она будет «тянуть» пользователей за собой, заставляя всё глубже погружаться в ваш профиль. Также вы можете выстроить линиям весь свой контент. Шрифт желательно использовать единый, хорошо читаемый. В постах с текстом можно размещать информацию о свойствах трикотажа, о правильной стирке и уходе, швейные секреты и т.д.

Варианты оформления профилей



Рекомендации по визуалу

Главный совет: экспериментируйте и смешивайте стили

- ✓ Создавайте свой уникальный визуал, который будет привлекать внимание и запоминаться среди других похожих профилей
- ✓ Белый чистый фон всегда в выигрыше, если вы снимаете что-то на столе или даже подоконнике
- ✓ Обращайте внимание на освещение и цветопередачу:
 - Лучше снимать при естественном свете. Также поможет обычная кольцевая лампа (подберите теплоту свечения в зависимости от исходных данных света в вашем помещении).
- ✓ Готовые изделия на манекене или клиентах лучше снимать возле окна, а не возле входа или в темном углу шоу-рума)
- ✓ Организуйте, по-возможности, мини-фото зону в шоу-руме с белыми стенами или любого светлого нейтрального оттенка

Гайд SMM

Шаг 6

Пример просмотра статистики охватов первых сторис:

OLIVIA
CLOTH

ФРАНШИЗА

Professional panel
Special instruments and resources for companies.

1202 63,4 тыс. 356
Publications Followers Subscribers

ТРИКОТАЖ | ТКАНИ | ФУРНИТУРА
Магазин тканей
Почувствуй, потрогай, создай
ОПТ | РОЗНИЦА
Contract production in Turkey
Delivery SDEK, KИT, Ozon, Post... etc
taplink.cc/olivia_cloth
Vyatskaja 27 str 13, podjezd 1, et 2, Moscow, Russia

Смотреть магазин Редактировать профиль

Рекламные ин... Статистика Эл. адрес

Франшиза Вакансии Начес ОПТ Вискоз

Professional panel
Special instruments and resources for companies.

Настройки
Ваши действия
Архив
Статистика
QR-код
Сохранено
Близкие друзья
Избранное
Интересные люди
Центр информации о COVID-19

Архив историй

Пн Вт Ср Чт Пт Сб Вс

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

августа 2022

Пн Вт Ср Чт Пт Сб Вс

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21

1 августа 9:27 AM

ВСЕМ ПРИВЕТ! 🙌

КАК ПРОВЕЛИ ВЫХОДНЫЕ?

отдыхал(а) в кругу семьи 100%

тусил(а) с друзьями 0%

шопинг 0%

В связи с введением правил в отношении конфиденциальности в некоторых регионах показатели статистики для сообщений, например число репостов и ответов, могут быть ниже ожидаемых. Подробнее

Overview

Охваченные аккаунты 1550

Вовлеченные аккаунты 2

Действия в профиле 12

Охват

1550
Охваченные аккаунты

1519 31
Подписчики Не подписчики

Охват первой сторис удобно смотреть раз в неделю, по понедельникам за прошедшую неделю

Гайд SMM

Шаг 6

Пример просмотра статистики поста

OLIVIA
CLOTH

ФРАНШИЗА



Статистика

Boost post



Статистика публикации



19 мая в 3:21

125 7 7 56

Overview ⓘ

Охваченные аккаунты	5 615
Вовлеченные аккаунты	184
Действия в профиле	87

Охват ⓘ

5 615

Охваченные аккаунты

Эти данные переносить в таблицу далее

Гайд SMM

Шаг 6

Форма отчета по статистике

Дата	День	Охват первой сторис за день	Лайки	Сохранения публикации	Охват публикации	Комментарии	Продажи	Тема / заголовок поста	Охват в сторис за неделю	Охват в постах за неделю	Сумма охватов рилс	Сумма охватов (условная)	Количество продаж/сумм продаж за неделю
	пн	300											
	вт	350	60	20	2000	4		Пост "преимущества ткани"					
	ср	180											
	чт	200	200	50	10000	15		Рилс "Из чего шить юбку"					
	пт	600											
	сб	450	70	100	5000	7		Пост "новая поставка"					
	вс	200											
итого неделя №									2 280	7 000	10 000	19 280	100 000
	пн												
	вт												
	ср												
	...												
итого за месяц									сумма по всем неделям				

Она обкатана нами уже на протяжении почти 2 лет.
Очень хорошо видно отклик на тот или иной тип контента, на сторис.

Проблема 7 - реклама через рассылки

7.1. Е-майл и таргет

- нужен анализ частоты открытий и переходов
- учитывать результаты, исходя из которых выявить оптимальный день и время для рассылки
- возможности анализа зависят от используемой системы)

7.2. Смс и карты лояльности

- нужно отслеживать динамику продаж после смс-рассылок
- можно информировать об акциях, новинках, предзаказах
- какие-то скидки на день рождение клиента
- сделать закрытый клуб
- нужен анализ сколько карт лояльности выдано и что за клиенты:
 - есть ли галочка "согласие" в анкете клиентов

Задача для Вас

Шаг 7

- выбрать систему:
 - SendPulse
 - SendSay
 - UniSender
 - Coga System
- протестировать
- зафиксировать и прислать результат

Проблема 7 - реклама с блогерами

7.3. Блогеры

- ❑ работа с блоггерами, лидерами мнений (с обязательным условием прямого эфира/поста/stories)

7.4. Подарки клиентам

- ❑ Можно вкладывать при покупке открытку, маленькие бюджетные подарки
 - ❑ салфетка "ловушка цвета" для колорблока, т.п.
 - ❑ кусочки ткани из ассортимента
 - ❑ бюджетные мелочи:
 - ❑ мелок
 - ❑ сниппер
 - ❑ открытка,
 - ❑ распариватель

Задача для Вас

Шаг 7

- ❑ совместная коллаборация с блогерами
- ❑ приобрести подарки для клиентов
- ❑ зафиксировать и прислать результат отклика на это все

Проблема 8 - мероприятия

Участие в мероприятиях

Нужно провести:


- клиентский день магазина
- промониторить в каких мероприятиях можно принять участие:
 - благотворительные
 - информационные
 - маркеты
 - марафоны
 - мастер-классы

Задача для Вас

Шаг 8

Зафиксировать и проанализировать отклик на:

- клиентский день:
 - ◆ анализ оборота
 - ◆ анализ потока
- если нужна помощь, можно сделать общий созвон, чтобы все поделились своим опытом в участии в похожих мероприятиях



Реализация предварительный этап

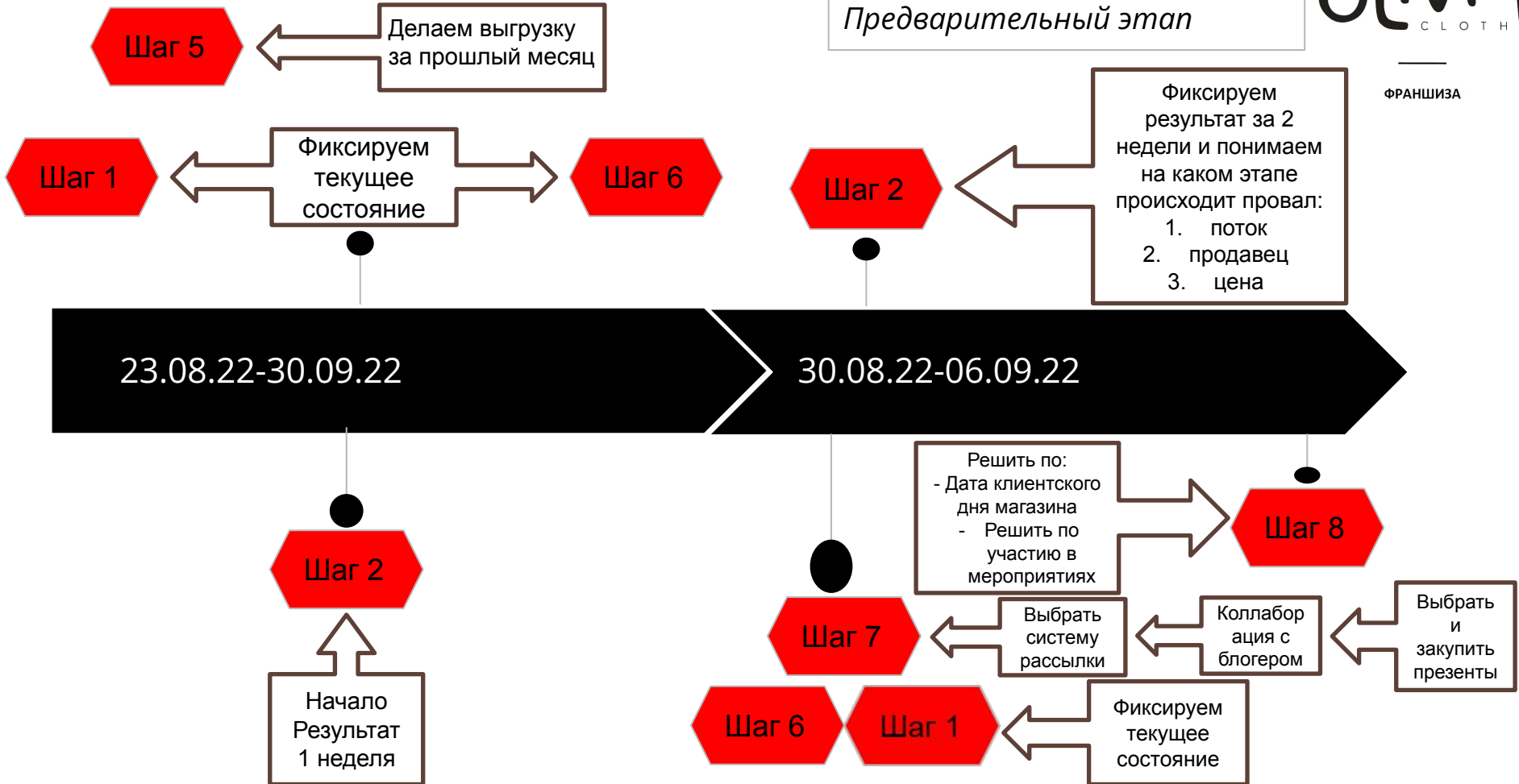


Календарь реализации

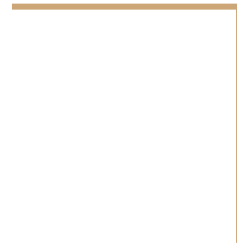
Предварительный этап



ФРАНШИЗА



Реализация

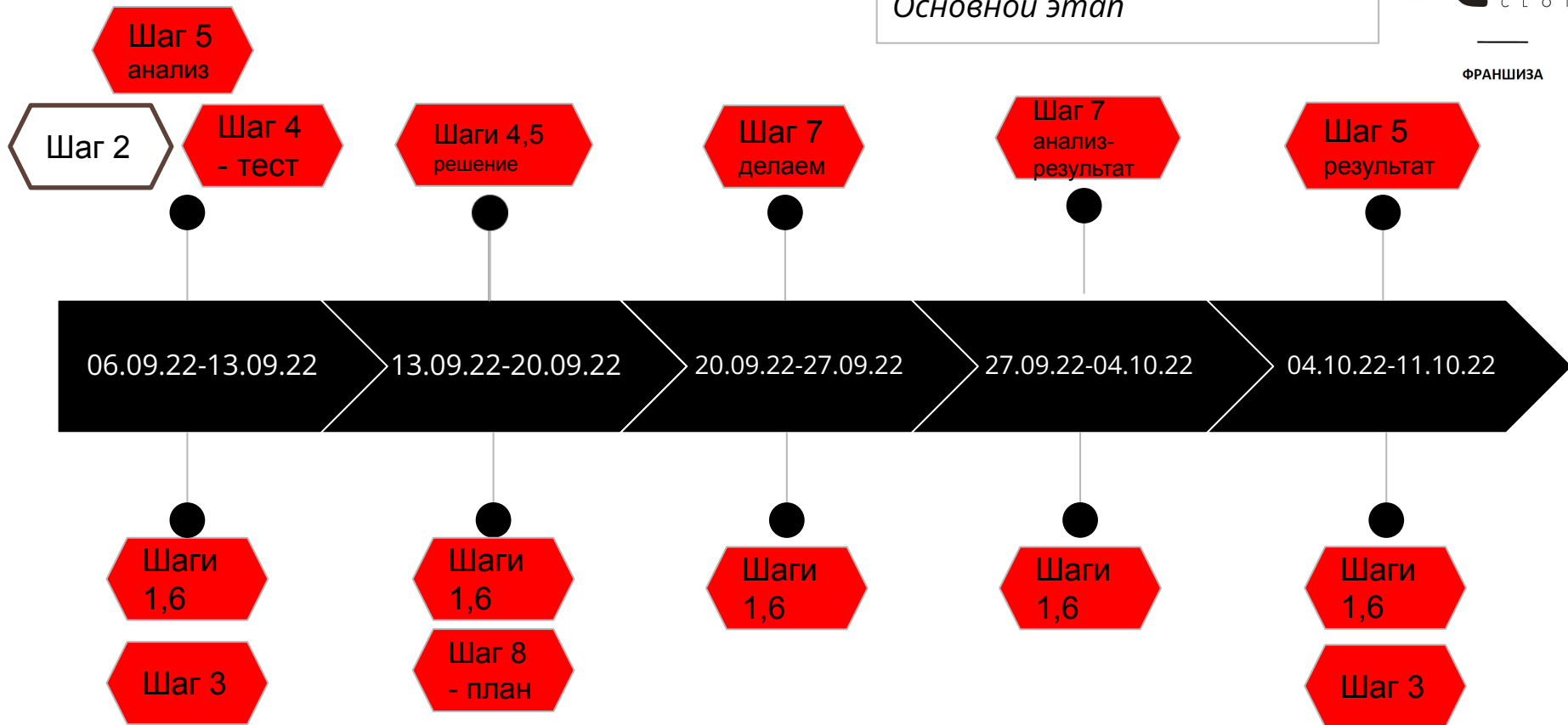


Календарь реализации

Основной этап



ФРАНШИЗА

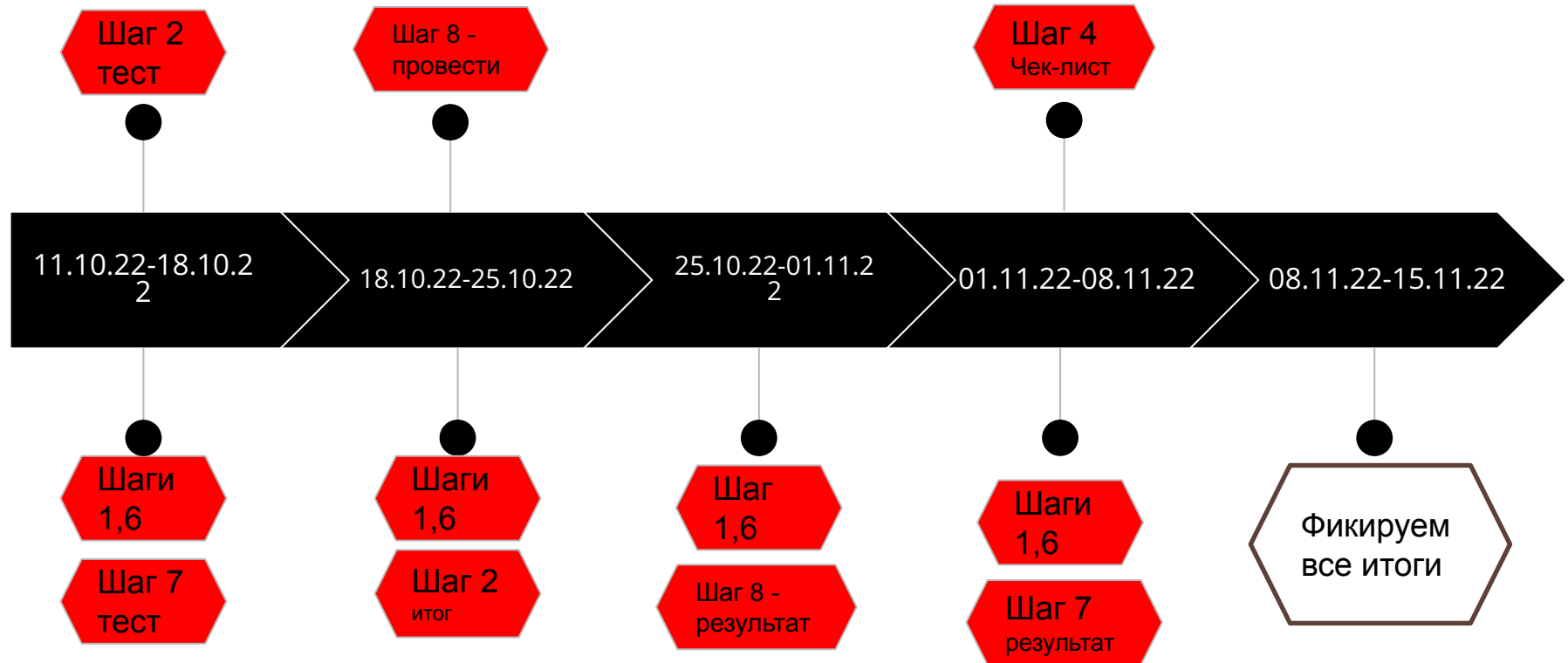


Календарь реализации

Основной этап



ФРАНШИЗА



Результат

Результат:

- выведена формула успешной франчайзи!

- Спасибо за внимание к презентации

