

ФРАНШИЗА

АВТОМАГ

МАГАЗИНЫ ДЛЯ АВТОМОБИЛИСТОВ

Сеть «АВТОМАГ- магазины для автомобилистов» – это более 100 фирменных магазинов, работающих по единым стандартам. Она охватывает Москву, Санкт-Петербург, Вильнюс, Рязань, Самару, Казань, Белгород, Красноярск, Тюмень, Сургут.

Москва



Санкт-Петербург

Каждый «АВТОМАГ» – это продуманное сочетание выставочного зала, консультационного центра и американского автосупермаркета, в котором предлагается свыше 30 000 наименований товаров: автохимия, автокосметика, аксессуары, инструмент широкого профиля, товары для туризма и отдыха.



Ассортимент магазинов представлен продукцией высочайшего качества известных и популярных брендов.

Вся продукция имеет привлекательный внешний вид и располагается на специальном оборудовании в соответствии современными принципами мерчендайзинга.





Hi-Gear



STEP UP



FENOM



DOCTORWAX

NANOX

DoneDeal
ADHESIVES LAB



ZIPOWER

OVERHAUL

Snap-on



Mobil

MOTUL



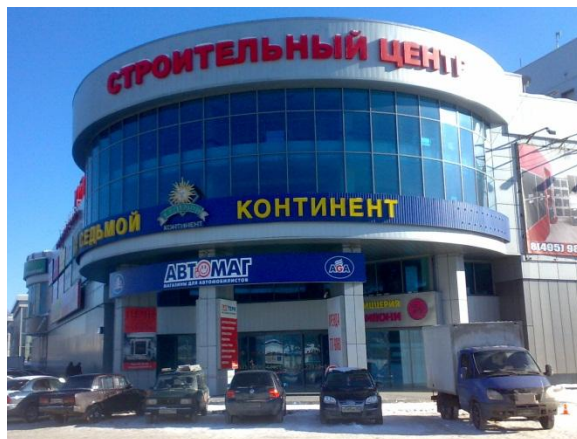
MANNOL

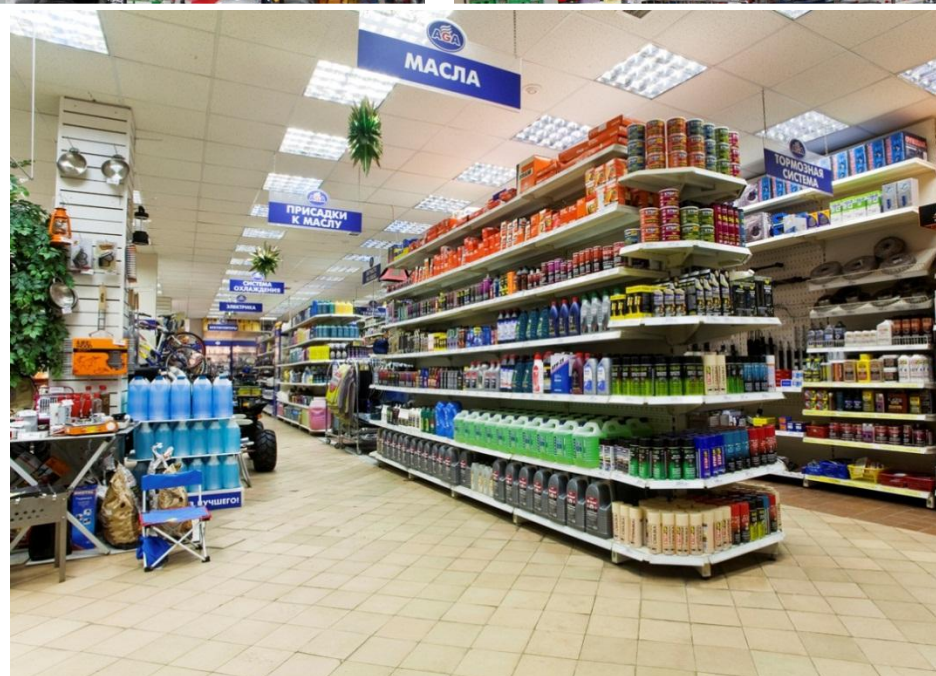


**PHILIPS
OSRAM**



Стандарты оформления сети магазинов «АВТОМАГ» предполагают гибкие решения для адаптации в любую архитектурную среду без потери качества восприятия фирменного стиля «АВТОМАГ».





В магазинах «АВТОМАГ» постоянно проводятся маркетинговые мероприятия по ознакомлению покупателей с новинками продукции, продвижению различных товаров, стимулированию продаж.

Служба маркетинга и рекламы постоянно ведет исследования и аналитику по направлениям:

- динамика рынка и покупательских предпочтений;
- ассортиментная политика;
- ценообразование.

Компания также поддерживает и развивает специализированные маркетинговые проекты:

- товарный маркетинг;
- trade-маркетинг;
- CRM;
- call-центр.

Клуб «AGA-АВТОМАГ» насчитывает более 150 000 членов клуба – лояльных покупателей, имеющих членские карты Клуба.





Основой глобальной концепции развития сети «АВТОМАГ» является высокий уровень обслуживания и профессионализм торгового персонала. Для этих целей компания в 1994 году организовала Учебно–технический центр, который осуществляет:

- профессиональную подготовку сотрудников собственной розничной сети и оптовых подразделений;
- тренинг персонала партнеров;
- мастер-классы и семинары;
- дистанционное обучение и тестирование;
- разработку и выпуск методических пособий;
- аудит и адаптацию мерчендайзинга.



Каждый год около 3'000 сотрудников компании проходят обучение в Учебно-техническом центре во всех регионах присутствия компании.

ФРАНШИЗА



Франчайзинг - это партнерский бизнес, в котором один из партнеров (франчайзер) - это успешно и надежно ведущая свое дело компания, имеющая большой коммерческий опыт и знания, с другой - предприниматель (франчайзи), обладающий на основе договора коммерческой концессии за вознаграждение на определенный срок правом использовать в предпринимательской деятельности комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав на товарный знак и систему ведения бизнеса.

Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта франчайзера в определенном объеме, на определенной территории и применительно к определенной сфере коммерческой деятельности.



- Наличие опыта работы в розничной торговле или опыта управления розничным магазином.
- Наличие необходимого начального капитала для ведения бизнеса или источника получения основных и оборотных средств.
- Знание локального рынка автотоваров, конкурентной ситуации на локальном рынке.
- Закупка полного ассортимента товаров в соответствии с товарной матрицей у франчайзера и/или рекомендованных им поставщиков.
- Соблюдение установленной ценовой политики.
- Соблюдение всех стандартов и процедур, принятых в сети «АВТОМАГ – магазины для автомобилистов».
- Участие в рекламных акциях франчайзера.
- Соблюдение единых условий программы лояльности.

Требования для открытия нового магазина в формате:

«Street Retail»:

- расположение на первой линии домов: отдельностоящие, встроено–пристроенные помещения, павильоны;
- наличие активного автомобильного потока;
- хорошая видимость объекта с проезжей части

Требования к помещению:

- площадь помещения- 150-300 кв/м;
- возможность размещения вывески полного формата на фасаде здания;
- торговый зал правильной формы, без перегородок;
- электрическая мощность - не менее 15 кВт;
- наличие вентиляции, отопления, канализации.

«ТЦ»:

- наличие активного автомобильного потока;
 - хорошая видимость объекта с проезжей части;
 - наличие парковки на 50 и более автомобилей.
-
- площадь помещения- 60-90 кв/м;
 - возможность размещения вывески полного формата над помещением;
 - торговый зал правильной формы, без перегородок;
 - электрическая мощность - не менее 9 кВт;
 - наличие вентиляции, отопления, системы кондиционирования воздуха.

1. Принятие решения:

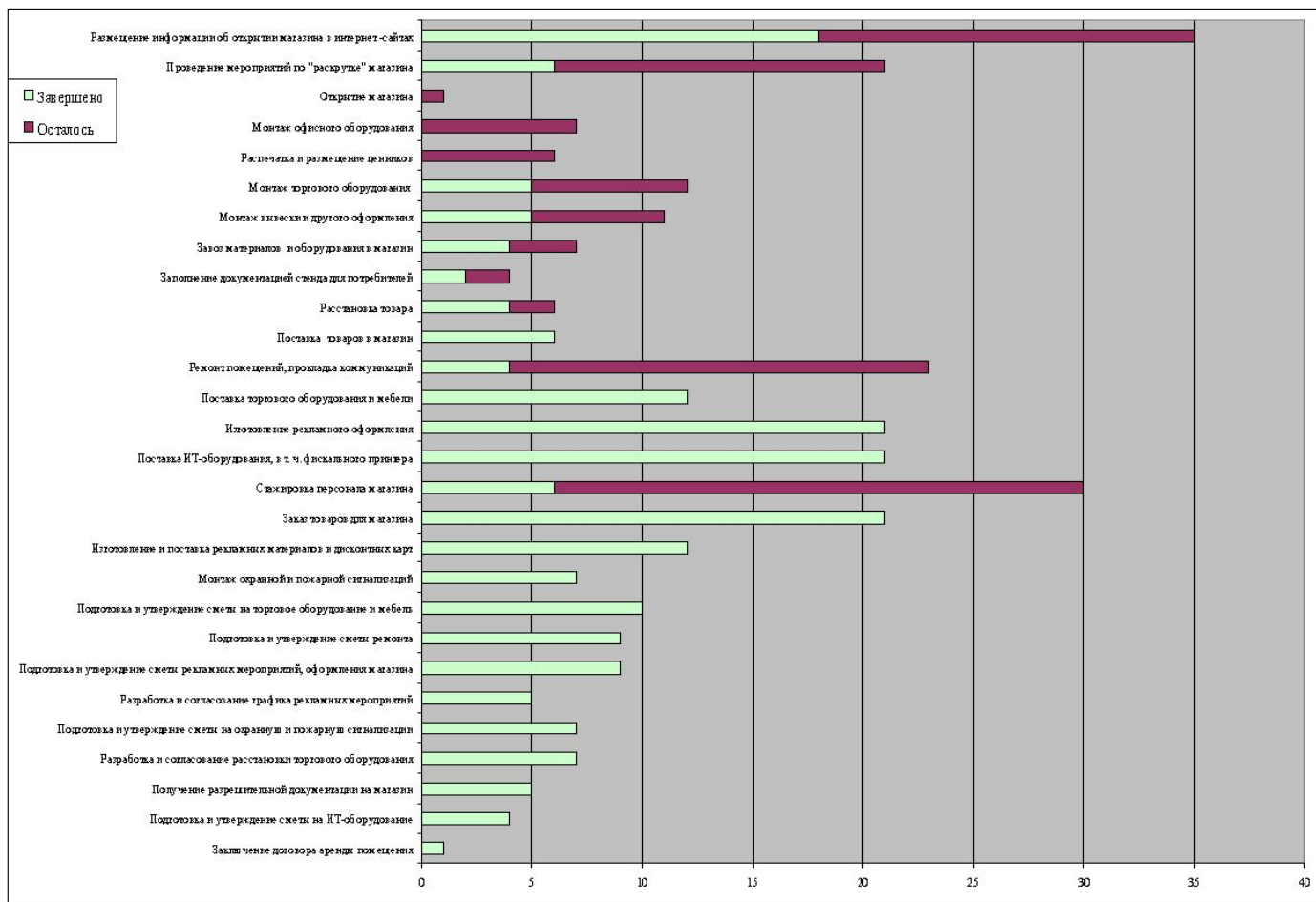
- поиск и осмотр помещения, проведение первичных переговоров с собственником помещения, принятие решения о разработке проекта;
- расчет экономических показателей, принятие решения о целесообразности проекта;
- подготовка проекта для утверждения Руководителем;
- утверждение инвестиционного проекта.

2. Заключение договора аренды, подготовка необходимых документов:

- подготовка договора аренды;
- подготовка схемы помещения;
- подготовка плана - графика открытия магазина, планограммы расстановки оборудования, сметы на ремонт помещения и закупку торгового оборудования;
- утверждение штатного расписания.

3. Утверждение плана - графика открытия магазина.

4. Выполнение работ для открытия магазина в соответствии с планом-графиком.



- Экспертная оценка привлекательности помещений, предлагаемых для размещения магазина.
- Разработка бизнес-плана и бюджета магазина.
- Разработка архитектурного проекта.
- Разработка дизайн-проекта или отдельных дизайн-макетов.
- Заказ/закупка элементов оформления.
- Разработка планировки и спецификации на торговое оборудование.
- Заказ/закупка торгового оборудования.
- Предоставление системы мотивации и таблицы расчета фонда оплаты труда торгового персонала.
- Обучение персонала.
- Стажировка персонала в действующих магазинах.
- Аттестация и сертификация сотрудников, прошедших обучение.
- Доставка товаров до магазина.
- Оборудование магазина «под ключ».
- Выезд «Start-Up команды» на открытие магазина.

- Передача эксклюзивного права ведения розничной торговли под брендом «АВТОМАГ – магазины для автомобилистов» на определенной территории (улица, район, город - в зависимости от условий договора).
- Рекламная поддержка бренда «АВТОМАГ – магазины для автомобилистов» на федеральном уровне.
- Повышение квалификации персонала.
- Аттестация и сертификация сотрудников.
- Методическая, юридическая и консультационная поддержка в процессе работы магазина.
- Формирование автозаказа товаров со склада для пополнения товарных запасов в магазине.
- Доставка товаров до магазина.
- Предоставление таблиц расчета экономических показателей.
- Предоставление аналитических отчетов по экономическим показателям.
- ИТ-поддержка взаимодействия «франчайзи – франчайзер».
- Предоставление доступа на корпоративный портал.
- Рекламная поддержка, включая разработку медиа-плана и поставку необходимых рекламных материалов.
- Бухгалтерское сопровождение/ бухгалтерский аудит (оплачивается отдельно).
- Сопровождение и поддержка программы лояльности (CRM-системы) «Клуб АВТОМАГ».
- Сопровождение и поддержка интернет-магазина.
- Включение данных франчайзи во все рекламные и информационные материалы франчайзера, размещение информации на корпоративных сайтах.

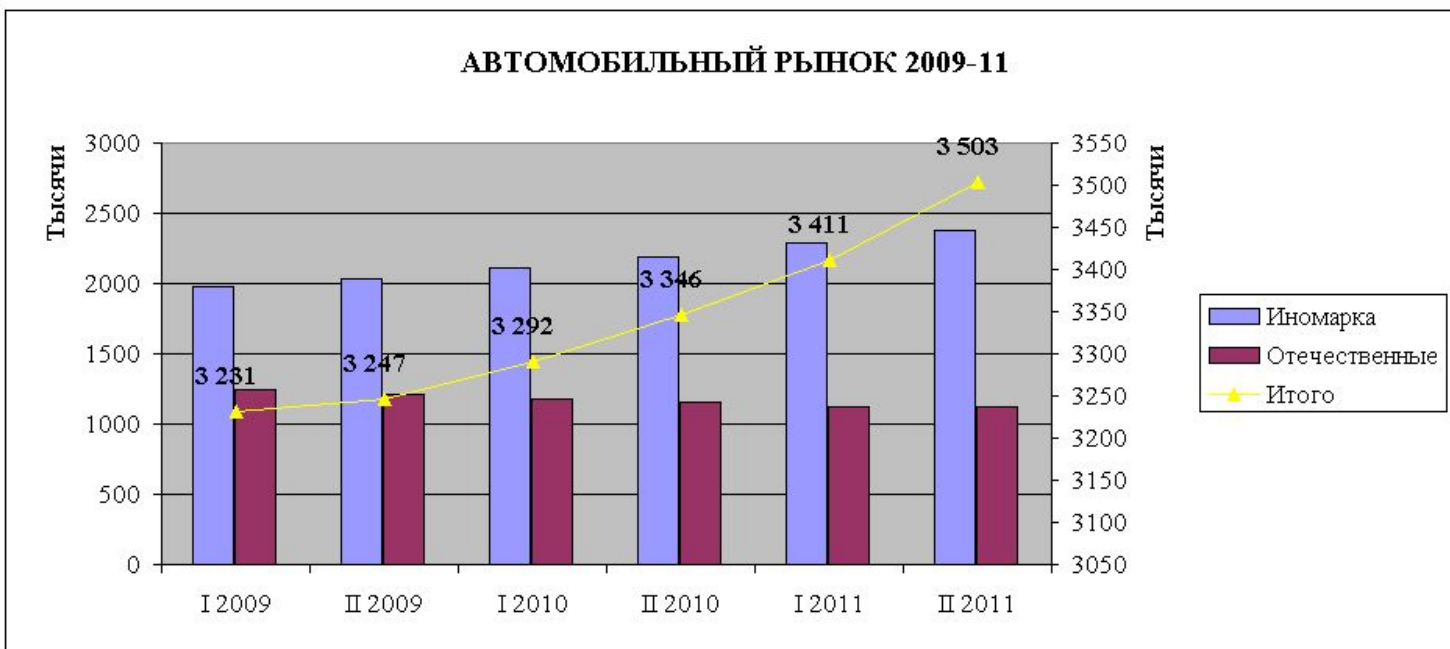
- **Автоматическая отчетность:**

- Оборот Магазина за отчетный период в разрезе товарных групп и артикулов – данный отчет позволяет оценить выручку магазина как в целом, так и в разрезе отдельно взятого SKU;
- Ведомость «Товарные Запасы» - помогает отследить остатки товаров на складах (Категория/Бренд/SKU), их оборачиваемость и движение;
- Ведомость «Движение Средств» - дает возможность оценить наличие денежных средств в компании, а также их движение;
- Ведомость «Взаиморасчеты Контрагентов» - позволяет отслеживать оплату товаров.

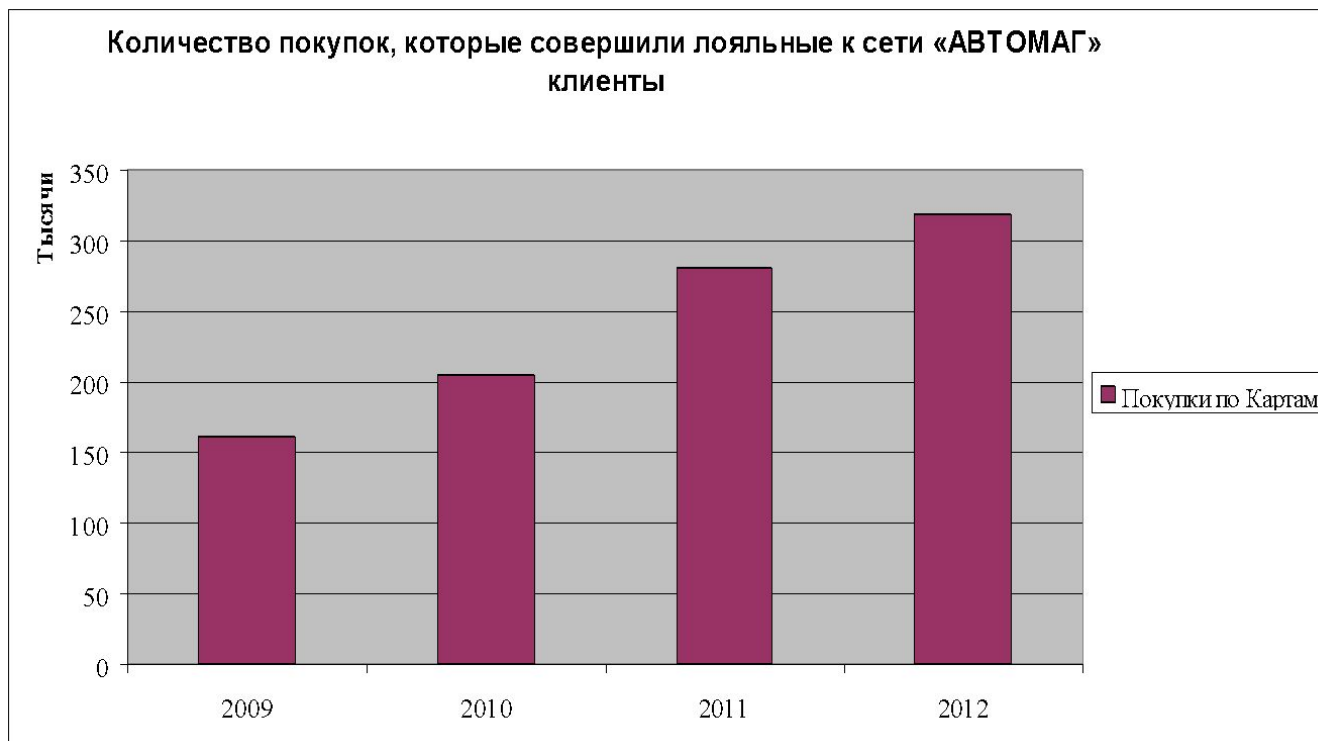
- **Варианты Контроля:**

- Отчет «Тайный Покупатель» - заполняется тайным покупателем и дает возможность субъективно оценить технологию и качество обслуживания в магазине;
- Лист Оценки Магазина («ЛОМ») – позволяет оценить работу персонала магазина с точки зрения специалиста - менеджера.

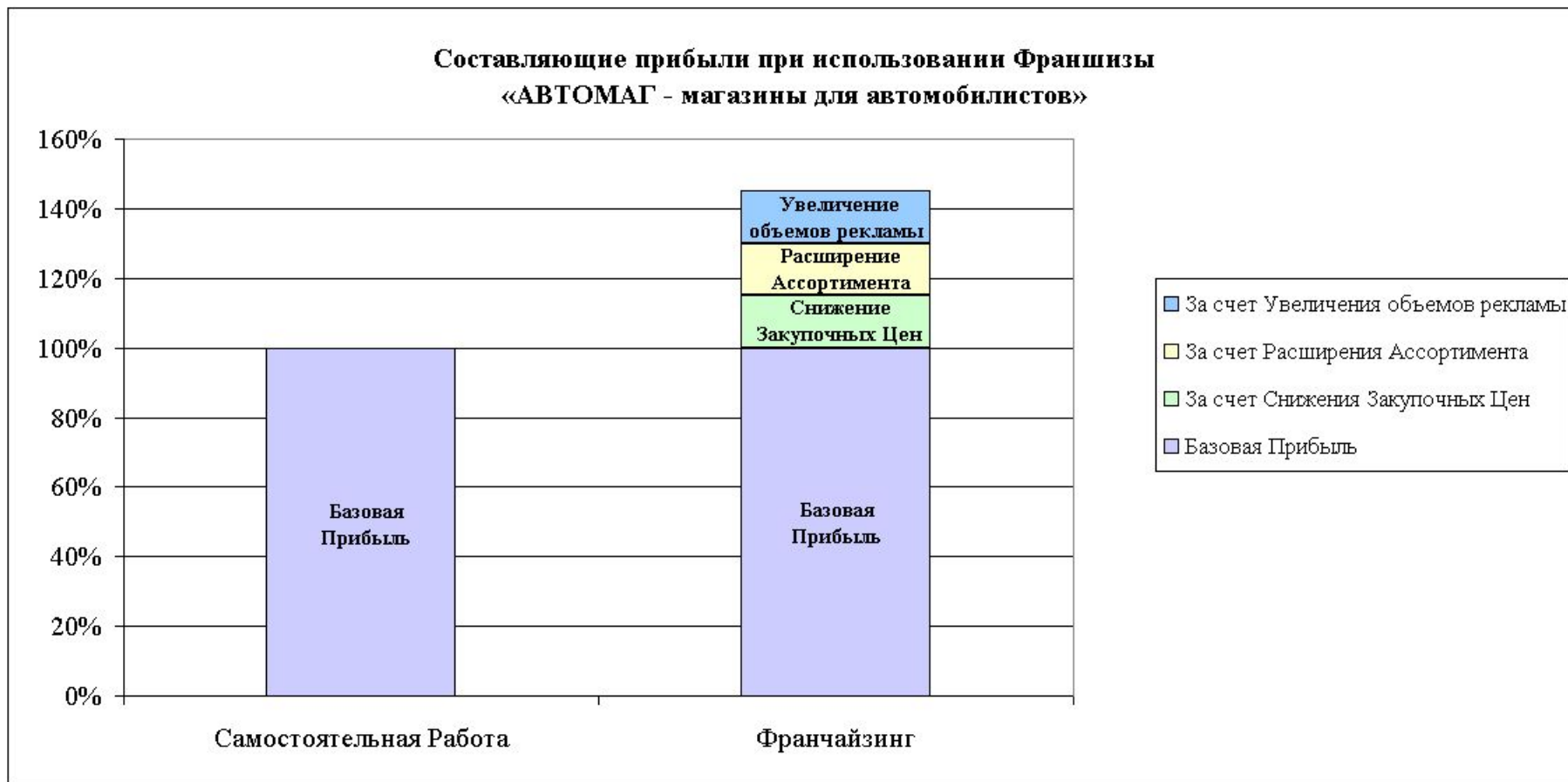
- Работа на постоянно растущем рынке.
- Высокие розничные наценки (не менее 60%).
- Предоставление эксклюзивных прав на определенную территорию.
- Низкая конкуренция в продажах автохимии, аксессуаров, расходных материалов.
- Минимальные риски инвестирования из-за тщательной проработки бизнес-плана.



- Использование марки, завоевавшей репутацию и лояльность потребителей.
- Вступление в проверенную систему и использование ее преимуществ.
- Снижение рисков.
- Экономия времени и средств.
- Сохранение юридической самостоятельности.
- Экономия ресурсов на изучение рынка, обучение, становление бизнеса, маркетинг, рекламу, поиск поставщиков и т.д.
- Поддержка со стороны опытного партнера.
- Доступность инноваций и новых технологий.
- Интересный бизнес для тех, кто любит и знает автомобили.



- Возможность увеличения выручки и прибыли магазина.
- Снижение закупочных цен на многие категории товаров.
- Привлечение новых покупателей за счет расширения ассортимента.
- Повышение лояльности покупателей за счет использования федерального бренда «АВТОМАГ - магазины для автомобилистов».
- Увеличение объемов рекламы за счет рекламы франчайзера.
- Получение доступа к передовым технологиям торговли, маркетинга, экономического анализа.



ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В КОМАНДУ «АВТОМАГ»

