

# VERTICAL

## FRANTOMISE ПОВЫШЕНИЯ КАПИТАЛИЗАЦИИ АКТИВА

### Варианты слоганов

Будь в деле, если ты понимаешь о чем я.  
Partners, but not in crime.

WOW. Звучит доходно  
Wow = доход

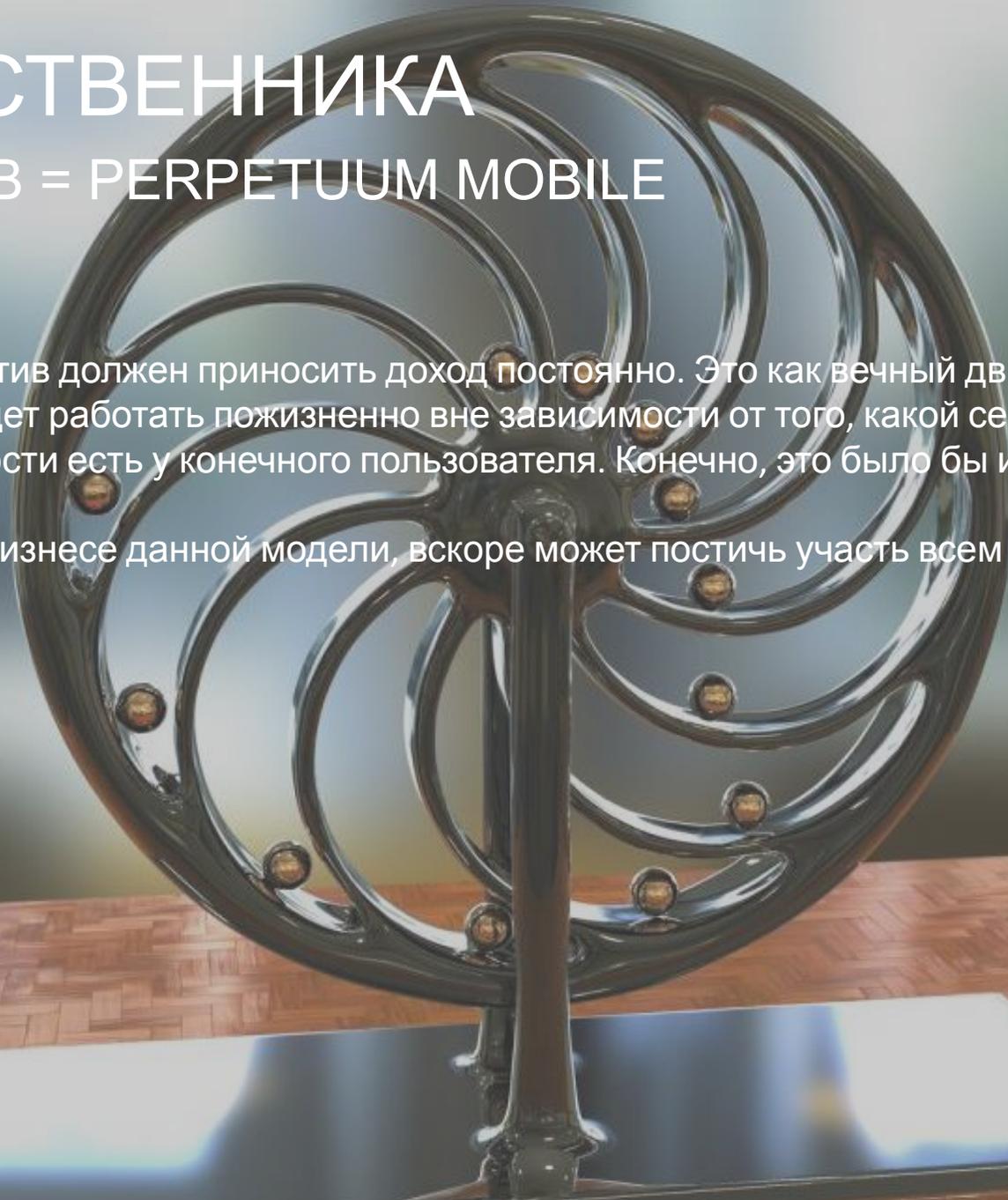


# БУДНИ СОБСТВЕННИКА

ОЖИДАНИЕ: АКТИВ = PERPETUUM MOBILE

В идеальной картине мира актив должен приносить доход постоянно. Это как вечный двигатель, который раз запустил и он будет работать пожизненно вне зависимости от того, какой сегодня день, месяц, год, век, что в тренде и какие потребности есть у конечного пользователя. Конечно, это было бы идеально, но «ничто не вечно под луной».

И тех, кто придерживается в бизнесе данной модели, вскоре может постичь участь всем известного Карфагена



# РЕАЛЬНОСТЬ

## ИЗМЕНЯЙСЯ, ЧТОБЫ БЫТЬ В ТРЕНДЕ

Чтобы 'быть на гребне' необходимо постоянно обновлять и улучшать существующий актив недвижимости. СОГЛАСЕН?

Чтобы жить долго и счастливо и получать свои заслуженные, нужно любить свой проект, постоянно в нем что-то изменять, улучшать, холеть и лелеять. А еще лучше – отслеживать то, что происходит на рынке и своевременно адаптироваться. Это действительно важно, ведь время в настоящем бежит намного быстрее, чем пять-десять лет назад: технологии устаревают даже не успеешь оглянуться, тренды меняются, покупательная способность тоже. Да даже сам потребитель изменился до неузнаваемости. Недвижимость не антиквариат – со временем не дорожает. **Подумать над примером...это как переход с модемов на 5G.**

# ПОЧЕМУ

## РЕВОЛЮЦИЯ РАБОЧИХ ПРОСТРАНСТВ

### COVID-19 = DIGITAL REVOLUTION

Старые концепции часто не работают. Пандемия с легкой руки полностью изменила мировосприятие и отношение к рабочим местам как и работников, так и работодателей. Они все чаще и чаще предпочитают гибкие пространства и мобильность нежели стационарное рабочее место в офисе или БЦ. Это происходит осознанно, а digital-технологии лишь делают жизнь работника проще – где интернет, там и офис.

ОФИСЫ ПУСТЕЮТ. А КОСТЫ НИЖЕ НЕ СТАНОВЯТСЯ, ВЕДЬ ТАК?

А в сухом остатке мы видим пустеющие бизнес-центры, уменьшение арендного потока при сохраняющихся операционных издержках. «И так сойдет.» тут не работает.

Для собственника жизненно необходимо вдохнуть новую жизнь в свой проект, чтобы повысить его стоимость. Ну или конечно же продать по нижней границе рынка. А хочет ли это собственник?

# ПОЧЕМУ: МИР ИЗМЕНИЛСЯ И ПУТЕШЕСТВЕННИК ТОЖЕ

‘Новым’ Гостям нужен не ‘Великий Гэтсби’, а локальный опыт, технологии, атмосфера и общение. Зная и чувствуя твою боль – мы знаем решение.  
ПОДЕЛИТЬСЯ?

В гостиницах все также не столь безоблачно. Почему? Ответ прост – на рынке очень много проектов с устаревшей концепцией, направленных на тот тип гостя, которому уже в принципе не так часто путешествует: у него есть домик в Крыму или на Средиземке для запланированного отпуска, он всего добился и хочет просто отдохнуть. Сейчас больше всего путешествуют миллениалы и зеты: самое многочисленное поколение на земле и самое платежеспособное. У них совершенно другая система ценностей и ожиданий от путешествий. Им не нужны просторные хоромы и золотые унитазы: для них важен локальный опыт, эмоции и эргономичность. Поэтому у тех объектов, кто не отвечает запросам гостя

# РЕШЕНИЕ

## VERTICAL - НОВЫЙ ФОРМАТ ОТЕЛЕЙ

Гибкий, современный, технологичный и эффективный – для современного путешественника

Верное решение и вторая жизнь актива – для собственника

Важно быть up to date. Но «Независимо от того, насколько велик талант или усилие, некоторые вещи просто тр

В продуктах Vertical собрана квинтэссенция лучших мировых практик в hospitality. Это не только идея, но диза

Почему отели?

Все просто – люди будут больше путешествовать. Они не привязаны к конкретному месту и не обязаны работ

Опять почему?

Сеть отелей Vertical стабильно показывает результаты на 10-15% выше рынка и прямых конкурентов по загруз

# ЦЕННОСТЬ

В основе всего стоят ценности Becar Asset Management, которые помогают превратить а

Основательность – мы набрали много шишек в коммерческой недвижимости и теперь эффективности

Естественность – мы открыты как для собственника так и для гостя, что делает наши

Креативность – мы всегда в поиске новых трендов и лучших практик, которые будут

## ОСНОВАТЕЛЬНОСТЬ

30 лет опыта в CRE  
Знаем что, где и как  
оптимизировать

## ЕСТЕСТВЕННОСТЬ

Открытый диалог с Партнером  
Принцип WIN-WIN

## КРЕАТИВНОСТЬ

Всегда ищем что-то новое  
Применяем у себя и следом  
транслируем в рынок

# ПРОДУ

## ФОКУС: ГОСТЬ

Опыт – это хорошо, но важно знать свою целевую аудиторию.

Мы ее знаем и делаем продукты под них. А кто они?

Современный путешественник, цифровые кочевники, миллениал

Самый путешествующий и платежеспособный слой населения

Всегда в поисках нового, интересного, экстраординарного

Приверженец современных технологий, инноваций

Готов платить за WOW и локальный опыт

# ПРОДУК

## ФОКУС: ЗДАНИЯ

Кому сказать «Поехали!» ? На какие объекты мы можем приземлить Vertical?

Действующие отели, бизнес-центры, новое строительство

Коридорного типа, от 100 номеров или 2 500 м<sup>2</sup>

Городские и муниципальные центры, города-миллионники, крупные промышленные, деловые и образовательные центры

«Угасшие звезды», требующие смены концепции и реновации



# VERTICAL FAMILY

Семья брендов Vertical как подружки из «Секса в большом городе»



ВЫ ПОНИМАЕТЕ О ЧЕМ МЫ.

	ТИП	ДЛЯ КОГО	КОНЦЕПТ	КАК ДОЛГО	BRAND PROMISE
	Business-casual	Для отдыха с семьей и бизнес путешествий, неважно кейс, рюкзак или чемодан на всю семью	Простор, комфорт и вкусный завтрак	Краткосрок	Doing business и не только
	Lifestyle way of life	Для тех, кто не приемлет стереотипы, свободных, умных и красивых	Стиль и классные материалы, сочетание истории и технологий	Краткосрок	Easy not simple
	Emotional & Collaborative	Для современного путешественника digital nomad, профессионала	На несколько часов, ночь, неделю, месяц или год	Краткосрок Среднесрок Долгосрок	Sex, fun & rock&roll
	Coliving as it is	Для тех, кто ищет единомышленников и устал от одиночества	Комьюнити, нетворкинг, прорывы и отдых	Среднесрок Долгосрок	Collaborative fun

# Помните бц и гостиницы старого формата в начале буклета? Чем Vertical может помочь? А вот чем :)

ДАНО	ЗАДАЧА	РЕШЕНИЕ	КАК	ИТОГО
Актив, который не приносит доход	Реновация и дальнейшее владение		Ремонт за счет частичной распродажи номеров	Повышение стоимости актива (+30%), успешная реновация и владение (ROI 8-13%)
	Продать дороже и перевложиться	 		Полная распродажа номеров
	Хочу новый качественный продукт		Франшиза vertical	Реновация и управление

# Ready. Steady. Go. Секунду...а деньги?

КЛАССИКА традиционная форма владения— ну то есть, когда мы не распродаем отель как инвестицию множеству собственников

ДО*	ПОСЛЕ**	АУДИТ
 <p>800 000 Паушальный взнос</p>	1,5%	100 000 в год
 <p>1 100 000 Паушальный взнос</p>	1,5%	100 000 в год

YouCo



\* - for free, если Becar берет на себя меблировку; \*\* - от общей выручки

# ЧТО ПО ЧЕМ:

КОНДО А если  
распродаем

ДО*	ПОСЛЕ**	АУДИТ
 1 300 000 Паушальный взнос	1 год – 2,5% 2 год – 2% 3 год и далее – 1,5%	100 000 в год

ДО*	ПОСЛЕ**	АУДИТ
 YouCo  1 600 000 Паушальный взнос	1 год – 2,5% 2 год – 2% 3 год и далее – 1,5%	100 000 в год

\* - for free, если Becar берет на себя меблировку; \*\* - от общей выручки

# ЧТО получает на франчайзи при реализации проекта?

## НА СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

1. Права на использование торговой марки
2. Айдентика, фирменный стиль, печатные формы
3. Технические стандарты
4. Сервисные стандарты
5. Доступ в «Куб Знаний» Весар.
6. Доступ к Личному кабинету инвестора\*
7. Мобильное приложение для автоматизации процессов (Kaizen FM)

## ПЕРЕД ОТКРЫТИЕМ

1. Помощь в настройке PMS-системы
2. Утверждение кандидатуры Управляющего
3. Проведение вводных тренингов для персонала
4. Помощь при подключении каналов-продаж, консультации по тарифной политике и набором доп.услуг

## ПОСЛЕ ОТКРЫТИЯ

1. Ежегодный аудит (контроль качества)
2. Тренинги персонала в рамках аудита
3. Консультации (в рамках контроля качества)

\* - в случае реализации проекта как кондо-продукта

# КАК

# ДЕЙСТВУЕМ?

А вот теперь Ready Steady Go. Придется немного подождать, чтобы сделать классный проект. Тут есть и скучно, если требуется.

Волшебство творится на заключительных этапах, когда мы активно помогаем франчайзи запустить проект и вдохнуть в него новую жизнь.

РАСЧЕТ	ПОДПИСАНИЕ ДОКУМЕНТОВ	РЕДЕВЕЛОПМЕНТ	ПОДГОТОВКА К ОТКРЫТИЮ	РАБОТА ОТЕЛЯ
Смотрим, как будет работать отель в локации, выбираем суббренд	Due Diligence Фиксация ключевых условий (LOI) Подписание пакета договоров (концессия, продажи и проч.) Внесение предоплаты по паушальному взносу	Передача технических стандартов для ПИР Авторский надзор* Меблировка и оснащение* Продажи инвестиционных юнитов**	Настройка PMS Внедрение программных продуктов (ЛК**, Kaizen, Битрикс) Утверждение кандидатуры GM Передача сервисных стандартов, проведение тренингов	Ежегодный аудит Консалтинг

## ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОЕКТА

\* - опционально; \*\* - в случае реализации проекта как кондо-продукта

Контакты

О компании