

7 шагов

к запуску вашей франшизы

Готовые шаблоны
от экспертов с 20-летним
опытом во франчайзинге

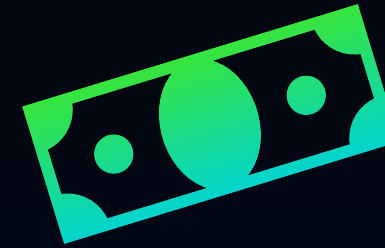
franch



Дорожная карта запуска франшизы



Концепция
франшизы



Финансовая
модель



Упаковка
франшизы



Юридический
пакет



Анонс
франшизы



Книга
франчайзи



Продажа
франшизы



Концепция

Франшиза — это продукт. К созданию франшизы нужно относиться, как к созданию нового бренда.

Хорошая концепция говорит о том, чем ваша франшиза отличается от других франшиз на рынке и как улучшает жизнь ваших партнеров.

План концепции франшизы:

- Цели
- Наши сильные и слабые стороны
- Конкуренты
- География развития франшизы
- Позиционирование франшизы
- Портрет франчайзи
- Модель и форматы франшизы
- Поддержка партнеров, точки привязки
- Монетизация франшизы

Кейс франшизы ROZETKA

При разработке концепции франшизы ROZETKA мы изучили опыт развития офлайн-сетей Amazon, Alibaba, JD.com, Ozon и других крупных интернет-ритейлеров.

После этого мы решили отказаться от формата магазина, а сконцентрировались на более простом и доступном формате точки выдачи.

сейчас в списке
ожидания

3000

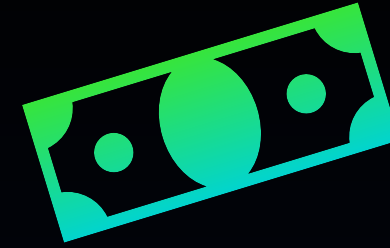
потенциальных партнеров
со всей Украины

суммарно они готовы
вложить

2 млрд

гривен во франшизу
ROZETKA





Финансовая модель

Следующий этап – финансовое моделирование франшизы. Нам предстоит просчитать инвестиции и срок их окупаемости, рентабельность и прибыль, чтобы определить оптимальный вариант.

Главная задача: найти баланс интересов продавцов и покупателей франшизы. А также не забыть о конечных клиентах.

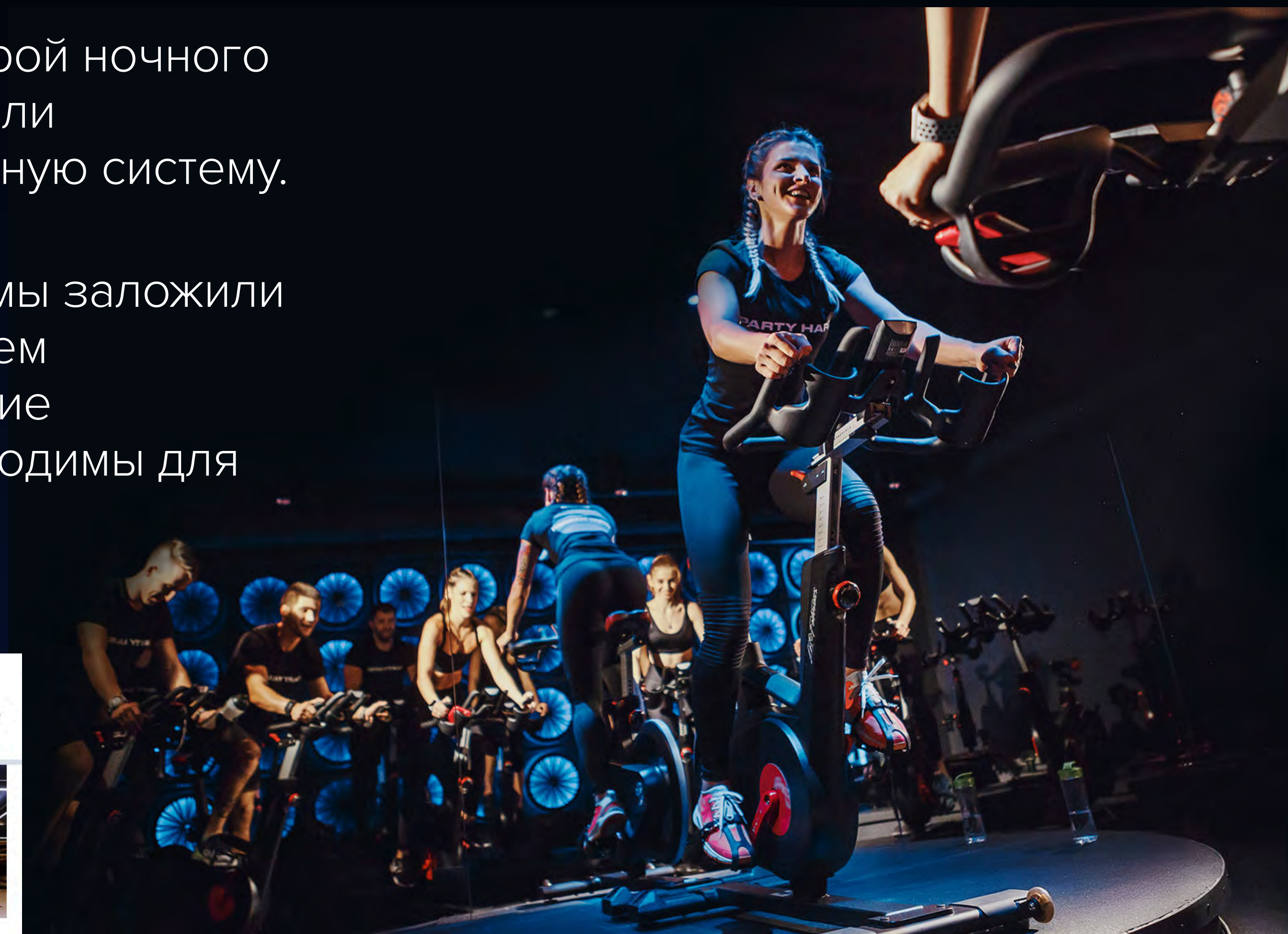
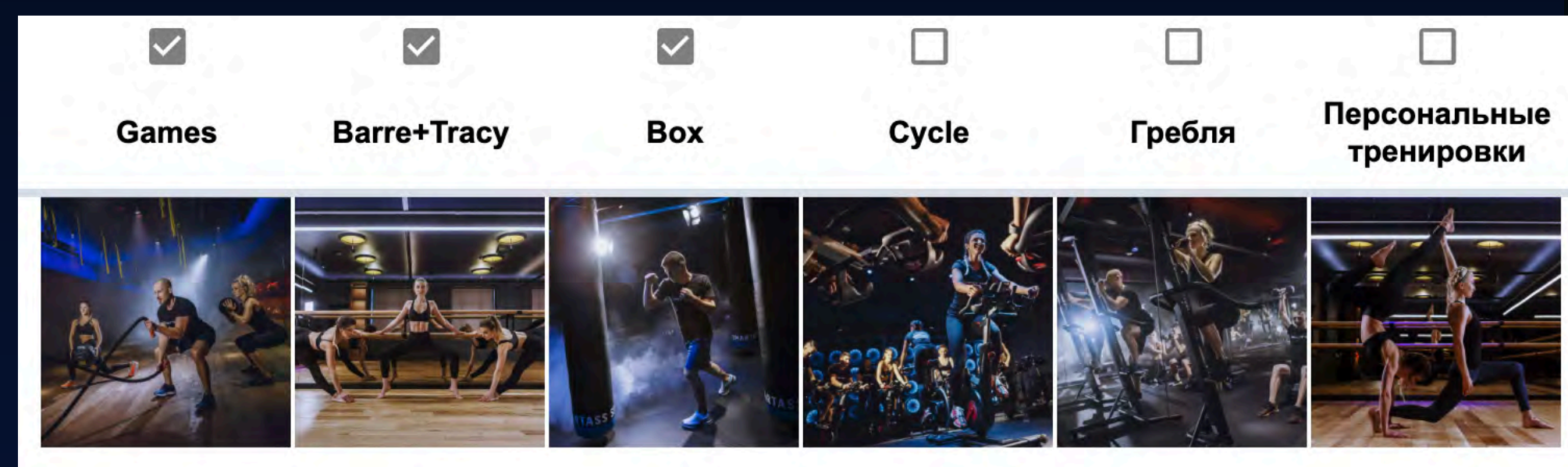
Что должно быть в финансовой модели

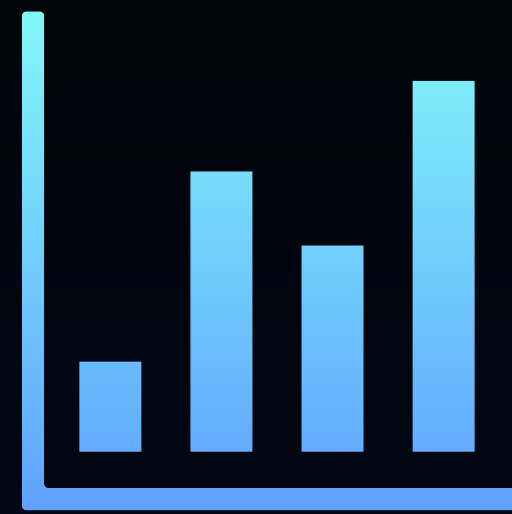
- Инвестиции
- Модель прогнозирования доходов
- Структура регулярных расходов
- Концепция франчайзинговых платежей (вступительный взнос, роялти)
- Финансовые показатели: окупаемость, рентабельность, чистая прибыль и т.д.

Кейс франшизы Smartass

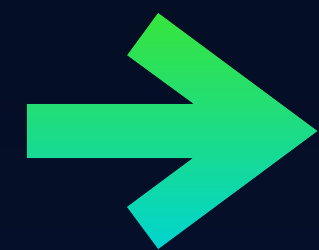
Smartass — бутиковый фитнес с атмосферой ночного клуба. При разработке финансовой модели франшизы мы решили применить модульную систему.

Чтобы сделать франшизу более гибкой, мы заложили в модель открытие от 2 до 6 залов. Причем потенциальный партнер сразу видел, какие инвестиции и площадь помещения необходимы для выбранного варианта.



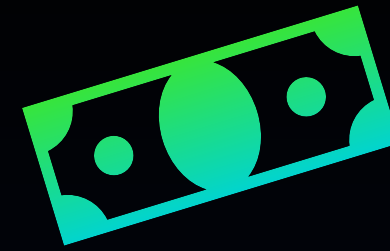


Сколько вы зарабатываете
на своей франшизе?



Калькулятор дохода
от франшизы





Упаковка франшизы

Теперь нам нужно «упаковать» концепцию и финансовую модель. Задача упаковки — донести ценности и позиционирование франшизы до потенциальных партнеров. И сделать это интересно.

Еще одна цель упаковки — найти правильных партнеров. Отсеять всех, с кем нам не по пути и привлечь тех, кто действительно разделяет наши ценности.

Что обычно входит в упаковку франшизы:

- Лендинг
- Презентация
- Анкета потенциального партнера
- Видеосюжет о франшизе
- Цепочка писем
- Креативы для рекламной кампании



Юридический пакет

У нас уже почти все готово. Но прежде чем выпускать франшизу на рынок, нужно ее защитить. Основную роль здесь играет договор коммерческой концессии (или лицензии).

Наша задача — защитить интеллектуальную собственность франчайзера и сделать все для того, чтобы его развитие было безопасным.

Какие вопросы обычно решает договор:

- Права и обязанности партнера
- Порядок и размер вступительного взноса и роялти
- Ответственность за нарушения стандартов сети
- Правила выхода из сети
- Территория развития партнера
- И многое другое



Анонс франшизы

Мы готовы к запуску франшизы на рынок. Обычно мы делаем это громко, с привлечением СМИ и лидеров мнений. Причем это необязательно должны быть платные публикации или видео. Давайте посмотрим, какие каналы продвижения франшизы вы можете использовать.

Бесплатные каналы продвижения

- Существующие клиенты, подписчики, сотрудники, партнеры, дилеры
- Друзья, знакомые, родственники
- Несистемные конкуренты

Платные каналы продвижения

- Таргетированная и контекстная реклама
- PR-активности
- Проведение собственных ивентов, дня открытых дверей



Книга франчайзи

Франшиза анонсирована и мы начинаем получать заявки от потенциальных франчайзи. И параллельно с отбором партнеров, мы дописываем Книгу франчайзи — регламенты работы для наших партнеров.

Перед открытием франчайзинговой точки партнер должен изучить все стандарты сети, чтобы работа его точки ничем не отличалась от вашей.

Что обычно входит в Книгу франчайзи:

- Работа персонала
- Стандарты обслуживания клиентов
- Описание всех бизнес-процессов
- Стандарты локального маркетинга
- Стандарты контроля
- Брендбук

Кейс создания книги

Обычно книга франчайзи — это толстенный талмуд с полным описанием всех процессов работы точки. Но для нашего клиента МХП (крупнейшая птицефабрика в Восточной Европе) мы разработали также 25-страничную версию этой книги, которая описывает важнейшие правила работы: внешний вид продавца, стандарты обслуживания, выкладки, заказа товара и т.д.





Теперь вы знаете, из каких этапов состоит запуск франшизы!

А теперь давайте составим дорожную карту запуска
именно вашей франшизы.

→ Дорожная карта
моей франшизы ←

ГОТОВО!



будинок
іграшок



franch



SMARTASS



Франшизы, которые ВИДНО



GastroFamily



АГРОМАТ

NO TABOO



Запустили

1500+

франшиз за 20 лет

Проекты в 20+ странах мира



СНГ

Украина

Казахстан

Азербайджан

Узбекистан

Молдова

Грузия

Европа

Польша

Франция

Великобритания

Испания

Ирландия

Чехия

Румыния

А также

США

ОАЭ

Нигерия

И другие

страны

franch

Крупнейшее агентство по созданию
франшиз в Европе

* — По количеству проектов, сотрудников и оценочному обороту компании



30

экспертов

Метод Франча



Когда мы начинали создавать франшизы в 2002 году, у нас не было референсов. Ни в Украине, ни в СНГ не было других консалтинговых компаний по франчайзингу. А зарубежные были слишком устаревшими, чтобы служить ориентиром. Поэтому мы начали создавать собственную методику, и полировали ее в течение 20 лет.

Сегодня Метод Франча — это единственная авторская методика запуска франшиз, которая одинаково хорошо работает в Украине, Азии, Европе, Африке и США. Она подходит компаниям любых размеров — от сети киосков шаурмы до интернет-гигантов. Мы продолжаем совершенствовать ее каждый день. С Франчем вы получите лучшую на сегодняшний день экспертизу по запуску франшизы.

- Елена Павлова, Роман и Максим Кирилович

ГОТОВО!



будинок
іграшок



SMARTASS



GastroFamily



Кейсы



NO TABOO

АГРОМАТ



Казахстан



Узбекистан



Украина



Россия





НОВА ПОШТА

Новая Почта начиналась как предприятие студенческих друзей с бюджетом в \$7000. Франч работал над франшизой в 2014 году. С тех пор Новая Почта стала крупнейшей сетью в Украине — более 20 тыс. точек, включая почтоматы. У нее более 600 партнеров и более 7000 франчайзинговых отделений. В 2022 году компания заявила о планах выхода в Европу.

Достижения:

- ✓ Крупнейшая франчайзинговая сеть в Украине и одна из самых больших в Европе — более 7000 точек
- ✓ Один из самых узнаваемых и дорогих брендов Украины (оценка — более \$300 млн)
- ✓ До войны компания открывала более 100 отделений в месяц и более 1000 в год
- ✓ Отделение Новой Почты есть в каждом 4-м селе Украины

*Смотрите наше
интервью
с клиентом*





Lviv Croissants — один из самых узнаваемых брендов в сегменте быстрой еды в Украине. Эксперты Франча работали над корпоративными стандартами сети, а также готовили компанию к экспансии в другие страны. В 2022 году Lviv Croissants заявила о планах выхода в Польшу, а затем — в другие страны ЕС.

Достижения:

- ✓ Крупнейшая сеть Украины в сегменте фаст-фуда — более 140 точек (у McDonald's — 100)
- ✓ Продали первую франшизу в 2015 году — в первый год своего развития. Это была третья точка в сети, и она успешно работает до сих пор
- ✓ В апреле 2022 года один из ресторанов сети во Львове посетила Анджелина Джоли



М'ЯСОМАРКЕТ

МХП — один из первых клиентов Франча. Мы работаем с компанией более 18 лет. Франч помогал создавать и обновлять франшизу Наша Ряба, а также запускать франшизы для новых проектов МХП: Мясомаркет, Донер Маркет и Секреты Шефа.

Достижения:

- ✓ Сеть Наша Ряба на пике развития насчитывала около 3000 точек
- ✓ Компания управляет полным циклом — от производства кормов до логистики и продажи готовой продукции потребителям
- ✓ Сегодня через франчайзинговую сеть МХП реализуется около 35% охлажденного мяса птицы





ДОМАШНІ НАПІВФАБРИКАТИ



Ганя Балувана стала открытием 2020 года. Мы запустили эту франшизу на рынок в самом начале пандемии. Тогда идея покупать качественные замороженные полуфабрикаты понравилась не только потребителям, но и предпринимателям. В итоге малоизвестная компания из Луцка стала лидером рынка Украины.

Достижения:

- ✓ Самая быстрорастущая франчайзинговая сеть в 2020-21 годах после Новой Почты — более 300 открытых точек за 12 месяцев
- ✓ Переизобрели старый формат (продажа полуфабрикатов), добавив в него производство за стеклом
- ✓ Из локального игрока в национального лидера — за год



ROZETKA — украинский интернет-гигант. К началу продаж франшизы у компании было 20 точек. Спустя год сеть увеличилась почти в 15 раз. Франшиза ROZETKA — это не только самый крупный старт франшизы в истории Украины. Это один из немногих примеров, когда настолько большой бренд начал развивать франшизу.

Достижения:

- ✓ Франшиза увеличила скорость роста сети на 35%
- ✓ В 2021 компания открыла более 50 точек по франшизе
- ✓ Самая востребованная франшиза в Украине: более 3000 заявок без рекламы
- ✓ Команда отдела франчайзинга на старте состояла всего из одного человека





Бренд «Молоко от Фермера» прошел путь от киоска с разливным молоком до гибридного формата: магазин + кафе. Это также одна из самых дорогих франшиз в Украине по размеру паушального взноса. Благодаря этому компания смогла привлечь партнеров, которые понимают ценность франшизы и готовы выполнять стандарты сети.

Достижения:

- ✓ Более 70 точек в сети (половина из них открыты по франшизе)
- ✓ Один из самых высоких вступительных взносов на рынке — около \$100 тыс.
- ✓ С 2017 года начали развивать гибридный формат (за 4 года до того, как это стало трендом)



Smartum вышел на рынок, когда о ментальной арифметике в Украине и СНГ ещё никто не знал. При том, что в Азии это был очень популярный формат. Компания стартовала в кризис 2015 года и смогла привлечь внимание партнеров не только новой сферой, но и невысокими инвестициями. За 4 года компания открыла более 1000 центров в 24 странах мира.

Достижения:

- ✓ Самая быстро растущая франшиза в сегменте образования
- ✓ Начав с моно-продукта (ментальная арифметика), компания постепенно расширяла спектр услуг, добавляя скорочтение, английский язык, математику...
- ✓ Бизнес-модель объединяет офлайн и онлайн-обучение, что помогает удерживать франчайзи (онлайн-платформу очень сложно скопировать)



SMARTASS

Smartass — первый бутиковый фитнес-клуб в Украине. Он больше похож на ночной клуб, чем на традиционный фитнес-зал. Приглушенный свет, динамичная музыка и тренер, который выполняет роль эмси. В 2022 году компания заявила о планах выхода в Европу.

Достижения:

- ✓ Франшиза была создана за 3 недели: от старта работы до анонса в соцсетях Дмитрия Дубилета
- ✓ Оригинальный Smartass был огромным зданием с 5 залами, рестораном, салоном красоты, коворкингом... Но для франшизы формат был оптимизирован — только фитнес-клуб
- ✓ Первый франчайзи хотел просто выпить кофе с Дубилетом: оставил заявку на франшизу, но в итоге стал партнером





Перша Пекарня Твого Міста пришла во Франч, когда у них была только одна точка. Мы работали над продажами франшизы, расширив сеть до 70 точек за 3 года. Также Франч помог запустить и продвигать управленческую модель франшизы для пекарни и другого бренда компании — IQ Pizza.

Достижения:

- ✓ Одна из крупнейших сетей в сегменте доступной еды — более 150 точек под двумя брендами (Перша Пекарня Твого Міста и IQ Pizza)
- ✓ Одна из первых управленческих (пассивных) франшиз на рынке
- ✓ Франшиза эффективно работает как в городах-миллионниках, так и в населенных пунктах с населением 20 тыс. чел.



GastroFamily

Дима Борисов — один из самых известных рестораторов Украины. Его компания GastroFamily развивает 15 брендов с разнообразной кухней: от шаурмы до суши. Дима популяризирует формат «one euro». Во многих его ресторанах клиент может купить блюдо за 1€, будь то устрица или хот-дог. В 2022 году Дима Борисов заявил о выходе на глобальный рынок.

Достижения:

- ✓ Бизнес-модель GastroFamily стандартизирована: несмотря на разную кухню, внутри все процессы унифицированы. Это позволяет франчайзи выбирать концепцию, не волнуясь о том, какая бизнес-модель работает лучше
- ✓ В 2021 году Франч работал над обновленной стратегией GastroFamily, которая позволила сделать франшизы компании более конкурентоспособными





Board — крупнейшее украинское бизнес-сообщество, а с 2022 — еще и международное. Франч работал над франшизой в 2021-22 годах. После начала войны Board открыл филиалы в Испании, Чехии и Польше. В планах другие страны Европы, США и весь мир.

Достижения:

- ✓ Крупнейшее бизнес-сообщество украинцев — более 1200 участников в 4 странах мира
- ✓ Первая франшиза бизнес-сообщества в СНГ и ЕС
- ✓ Благодаря франшизе Board смог после начала войны быстро открыть филиалы не только в Украине, но и в Европе



NO TABOO

No Taboo — крупнейшая сеть секс-шопов в Украине, о которой пишет Forbes. Франч работал над франшизой в 2017 году. С тех пор открылось 10 франчайзинговых точек. С 2022 года сеть развивается в Европе.

Достижения:

- ✓ Одна из первых украинских франчайзинговых сетей, которая открыла точку в ЕС. В июле 2022 года первый европейский секс-шоп No Taboo открылся центре Барселоны
- ✓ Более 40 магазинов в сети, из них 10 открыты по франшизе

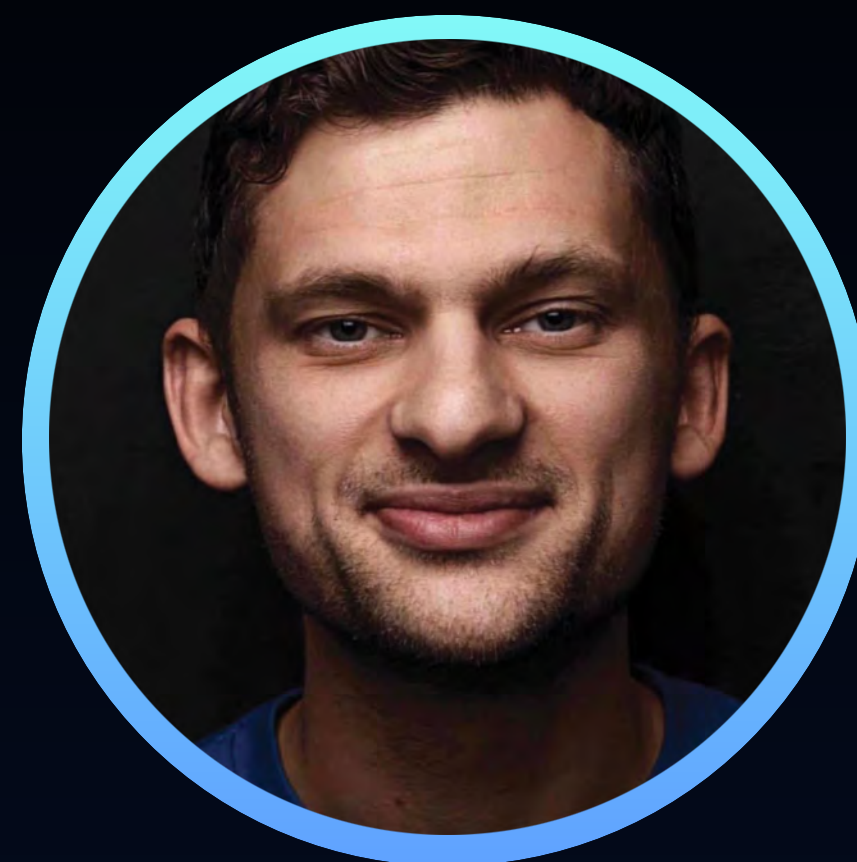
*Видеосюжет
о франшизе 18+*





«Франч сыграл важную роль
в выборе правильного
формата для франшизы
ROZETKA»

Владислав Чечеткин,
сооснователь ROZETKA



«Работа с Франчем — одно
из лучших бизнес-решений,
которое мы приняли
по Smartass»

Дмитрий Дубилет,
сооснователь monobank и Smartass



«Большая благодарность
команде Романа Кириловича.
Их советы и менторство — это
очень круто. Спасибо вам,
Франч!»

Тарас Гетьманский,
основатель Getmancar

Роман Кирилович

Как создать франшизу и захватить мир



Книга, которая перевернула
отношение десятков тысяч
предпринимателей
к франчайзингу. Два часа,
которые могут изменить
и вашу компанию.

[Скачать книгу](#)



Валентина Федирко

заместитель генерального директора

+38 (096) 484-28-78



vf@franch.biz