

7 кроків до запуску вашої франшизи

Готові шаблони
від експертів з 19-річним
досвідом у франчайзингу

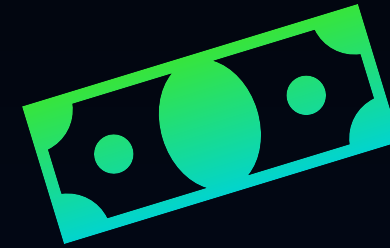
Франч



Дорожня карта запуску франшизи



Концепція
франшизи



Фінансова
модель



Упаковка
франшизи



Юридичний
пакет



Анонс
франшизи



Книга
франчайзі



Продажа
франшизи



Концепція

Франшиза – це продукт. До створення франшизи потрібно ставитися як до створення нового бренду.

Хороша концепція говорить про те, чим ваша франшиза відрізняється від інших франшиз на ринку та як покращує життя ваших партнерів.

План концепції франшизи:

- Цілі та терміни запуску франшизи
- Конкуренти
- Географія розвитку франшизи
- Переваги бізнес-моделі
- Позиціювання франшизи
- Портрет франчайзі
- Формати франшизи
- Підтримка партнерів

Кейс франшизи ROZETKA

При розробці концепції франшизи ROZETKA ми вивчили досвід розвитку офлайн-мереж Amazon, Alibaba, JD.com, Ozon та інших великих інтернет-рітейлерів.

Після цього ми вирішили відмовитися від формату магазину, а сконцентрувалися на більш простому та доступному форматі точки видачі.

зараз у списку
очікування

3000

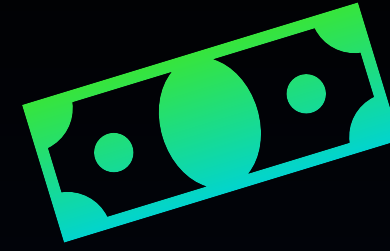
потенційних партнерів
з усієї України

сумарно вони
готові вкласти

2 млрд

гривень у франшизу
ROZETKA





Фінансова модель

Наступний етап – фінансове моделювання франшиз. Нам належить прорахувати інвестиції та термін їхньої окупності, рентабельність та прибуток, щоб визначити оптимальний варіант.

Головне завдання: знайти баланс інтересів продавців та покупців франшизи. А також не забути про кінцевих клієнтів.

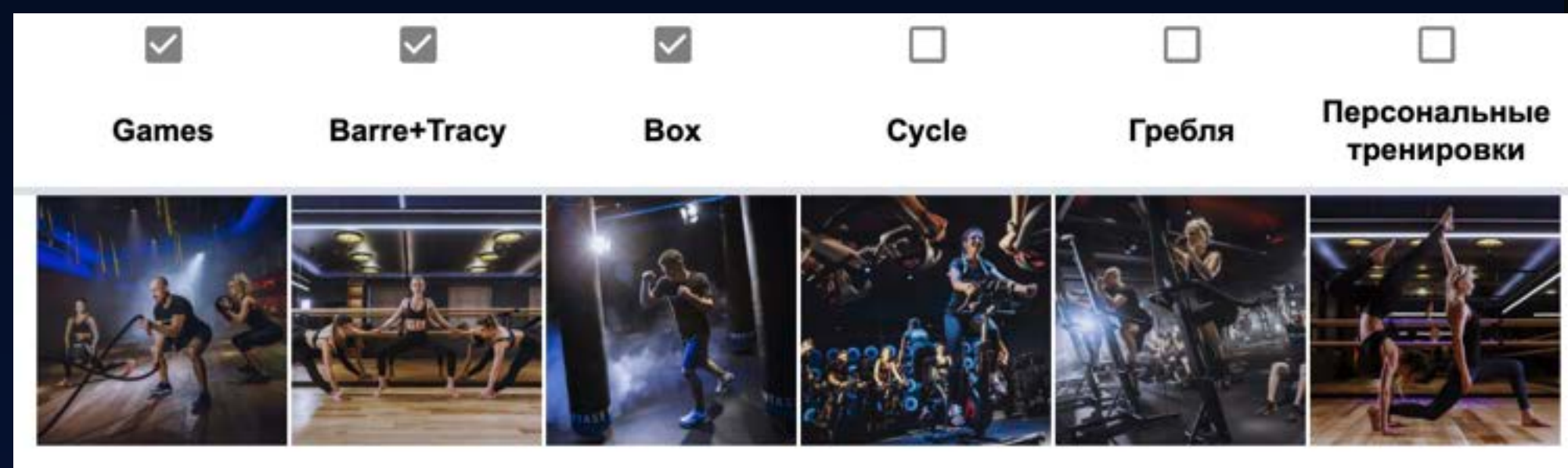
Що має бути у фінансовій моделі:

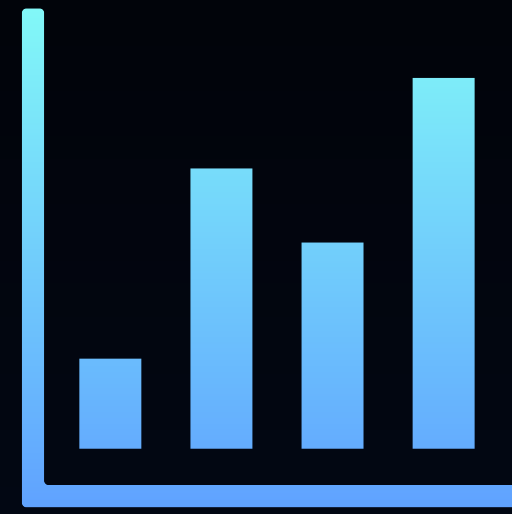
- Інвестиції
- Модель прогнозування доходів
- Структура регулярних витрат
- Концепція франчайзингових платежів (вступний внесок, роялті)
- Фінансові показники: окупність, рентабельність, чистий прибуток тощо.

Кейс франшизи Smartass

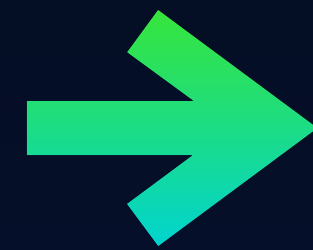
Smartass – єдиний в Україні фітнес із атмосферою нічного клубу. При розробці фінансової моделі франшизи вирішили застосувати модульну систему.

Щоб зробити франшизу гнучкішою, ми заклали у модель відкриття від 2 до 6 залів. Причому потенційний партнер відразу бачив, які інвестиції та площа приміщення потрібні для обраного варіанту.



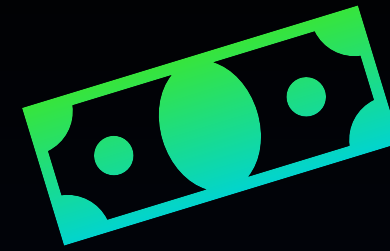


Скільки ви заробите
на своїй франшизі?



Калькулятор доходу
від франшизи





Упаковка франшизи

Тепер нам потрібно «упакувати» концепцію та фінансову модель. Завдання упаковки – донести цінності та позиціонування франшизи до потенційних партнерів. І зробити це цікаво.

Ще одна мета упаковки – знайти правильних партнерів. Відсіяти всіх, з ким нам не по дорозі, і залучити тих, хто справді поділяє наші цінності.

Що зазвичай входить в упаковку франшизи:

- Лендінг
- Презентація
- Анкета потенційного партнера
- Відеосюжет про франшизу
- Ланцюжок листів
- Креативи для рекламної кампанії

Кейс франшизи Creative States

Купуючи франшизу, людина купує своє майбутнє. Тому важливо наголошувати не лише на фінансових показниках, а й на ціннісній пропозиції франшизи.

Під час упаковки франшизи коворкінгу Creative States ми говорили про престижний статус, який отримає партнер, відкриваючи франшизу, та про можливість працювати з найкращими компаніями свого міста.

Ми наочно показали, які клієнти будуть приходити до франчайзі, записавши інтерв'ю з топовими резидентами CS: Олегом Горохорвським із monobank, а також представниками Дія, Альфа Банку та іншими.



моно

А

Дія



Юридичний пакет

У нас уже майже все готове. Але перш ніж випустити франшизу ринку, потрібно її захистити. Основну роль тут грає договір комерційної концесії (чи ліцензії).

Наше завдання – захистити інтелектуальну власність франчайзера та зробити все для того, щоб його розвиток був безпечним.

Які питання зазвичай вирішує договір:

- Права та обов'язки партнера
- Порядок та розмір вступного внеску та роялті
- Відповідальність за порушення стандартів мережі
- Правила виходу із мережі
- Територія розвитку партнера
- І багато іншого



Анонс франшизи

Ми готові до запуску франшиз на ринок. Зазвичай ми робимо це голосно, із залученням ЗМІ та лідерів думок. Причому це необов'язково мають бути платні публікації чи відео. Давайте подивимося, які канали просування франшизи можна використовувати.

Безкоштовні канали просування:

- Наявні клієнти, передплатники, співробітники, партнери, дилери
- Друзі, знайомі родичі
- Несистемні конкуренти

Платні канали просування:

- Таргетована та контекстна реклама
- PR-активності
- Проведення власних івентів, дня відкритих дверей

Як ми робимо новини

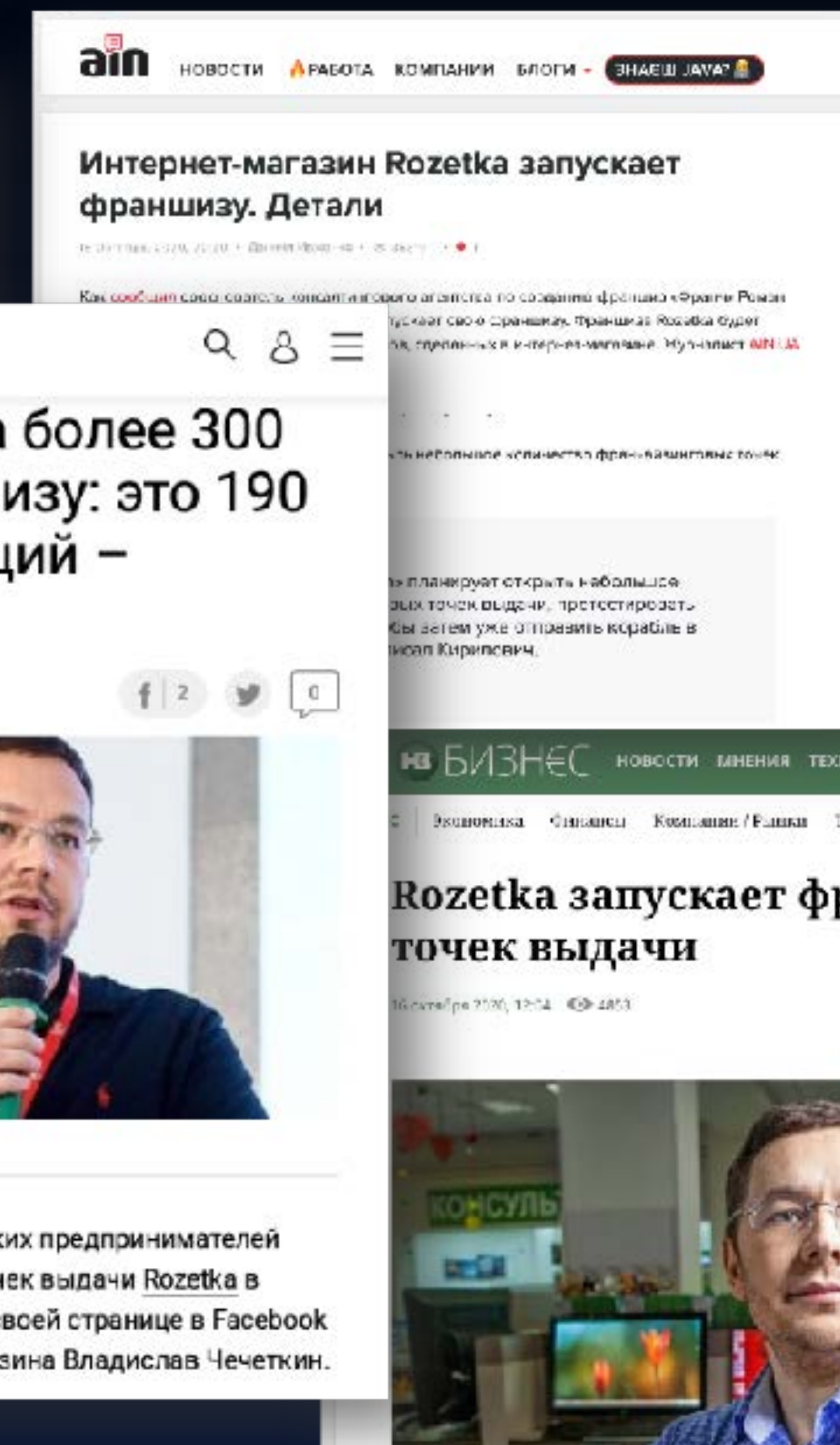
Ми працюємо зі ЗМІ, лідерами думок, займаємося просуванням у соціальних мережах, Telegram та YouTube. А також анонсуємо проекти у рамках наших регулярних івентів Franch Special.



[Дивитись Franch Special Event](#)



[Дивитись сюжет про франшизу Creative States](#)





Книга франчайзі

Франшиза анонсована і ми починаємо отримувати заявки від потенційних франчайзі. І паралельно з відбором партнерів ми дописуємо Книгу франчайзі – регламенти роботи для наших партнерів.

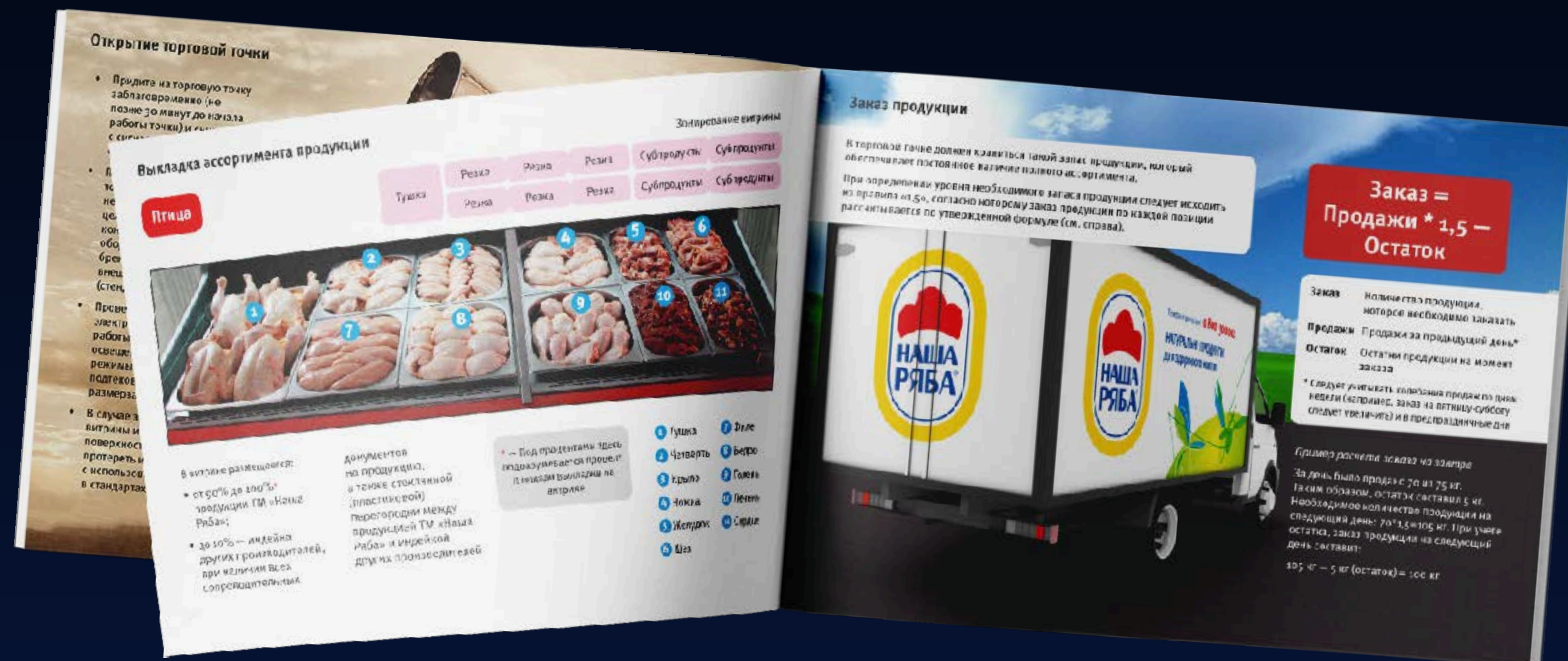
Перед відкриттям франчайзингової точки партнер повинен вивчити всі стандарти мережі, щоб робота точки нічим не відрізнялася від вашої.

Що зазвичай входить до Книги франчайзі:

- Робота персоналу
- Стандарти обслуговування клієнтів
- Опис усіх бізнес-процесів
- Стандарти локального маркетингу
- Стандарти контролю
- Брендбук

Кейс створення книги

Зазвичай книга франчайзі - це товсті талмуд з повним описом всіх процесів роботи точки. Але для нашого клієнта МХП (бренд Наша Ряба) ми розробили також 25-сторінкову версію цієї книги, яка описує найважливіші правила роботи: зовнішній вигляд продавця, стандарти обслуговування, викладення, замовлення товару тощо.





Тепер ви знаєте, із яких етапів складається запуск франшизи!

А тепер давайте складемо дорожню карту запуску саме вашої франшизи.



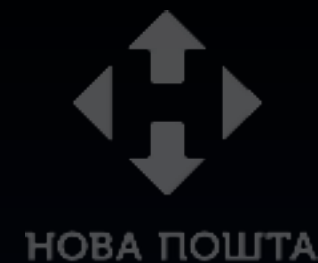
Дорожная карта
моей франшизы



ГОТОВО!



будинок
іграшок



Франч

SMARTASS



CastroFamily



Франшизи, які видно



NO TABOO



АГРОМАТ



Піонери франчайзингу

19

років на ринку
франчайзингу

більше

7

років досвіду у ключових
членів команди



30

експертів

Прямо зараз працюємо з клієнтами з 11 країн світу

Україна
Казахстан
Азербайджан
Узбекистан
Молдова
Польща
Чехія
Нігерія
Іспанія
Ірландія
США



Клієнти



ROZETKA



НОВА ПОШТА



МНР



**ПЛАНЕТА
КІНО**

SMARTASS



**будинок
іграшок**



сімейні цінності
MAFIA
італійська та японська кухня



Запустили

1500+

франшиз за 19 років



«Франч зіграв важливу
роль у виборі
правильного формату
франшизи ROZETKA»

Владислав Чечоткін,
співзасновник ROZETKA



«Робота з Франчем –
одне з найкращих
бізнес-рішень, яке ми
прийняли за Smartass»

Дмитро Дубілет,
співзасновник monobank
та Smartass

Інші відгуки (відео)

Роман Кирилович

Как создать франшизу и захватить мир



Книга, яка перевернула
відношення десятків тисяч
підприємців до
франчайзингу. Дві години,
які можуть змінити вашу
компанію.

[Завантажити книгу](#)



Валентина Федірко

Заступник генерального директора

vf@franch.biz

+38 (096) 484-28-78

