

На пути к покупке франшизы или Готовимся к переговорам с франчайзером

Разнообразие франшиз, продаваемых на российском рынке, заставляет задуматься, какую франшизу выбрать и с каким франчайзером вступить в договорные отношения. Для того чтобы не пожалеть о сделанном выборе, перед тем как подписать договор с франчайзером, необходимо проанализировать сильные и слабые стороны всех понравившихся вам франшиз. Основными критериями выбора становятся: финансовые условия взаимодействия франчайзера и франчайзи, требования к месторасположению и, конечно, Ваш психологический портрет. Ведь высокая степень устойчивости отношений внутри франчайзинговой системы достигается только, когда взгляды, цели и задачи франчайзера и франчайзи совпадают. Таким образом, правильный выбор франчайзера составляет 80 % успеха Вашей дальнейшей работы по франшизе.

С каждым годом ужесточается конкуренция в рознице. Данная тенденция характерна как для столичного рынка, так и для регионов.

Чаще всего одиночное предприятие не может конкурировать с теми, кто работает в кооперации с успешными участниками рынка, к примеру, войдя в торговые пулы или присоединяясь к работе уже давно функционирующих и зарекомендовавших себя на рынке торговых сетей, к примеру, приобретая франшизу.

В то же время на рынке наблюдается динамичный рост предприятий, готовых продать право на вхождение в их торговую сеть, посредством подписания франчайзингового договора.

В то же время приобретение франшизы не дает 100% гарантии, что вы станете успешным предпринимателем. Ведь франшиза успешная на одном рынке не обязательно будет обеспечивать тот же уровень доходности и на другом рынке. Поэтому перед тем как принять решение о покупке, проведите собственное расследование, посмотрите, будет ли предприятие, которое вы откроете пользоваться популярностью у потребителей, есть ли спрос на товары, которые вы будете продавать, а также обратите внимание, не насыщена ли ваша торговая зона продукцией вашего будущего франчайзера (его собственные предприятия или предприятия-франчайзи).

Как же не ошибиться в выборе франшизы? Ведь именно от того, насколько внимательно Вы отнесетесь к выбору Партнера по бизнесу, во многом зависит, будет ли Ваш союз прибыльным и, возможно, Вы станете лидером на рынке или же Ваше сотрудничество окажется сиюминутным и Вам придется разорвать договор, как следствие,

понести существенные убытки и при самом неблагоприятном стечении обстоятельств признать себя банкротом.

Рассмотрим основные ошибки, которые делают предприниматели при выборе франшизы.

В идеале предприятие франшизу, которого Вы приобретаете должно быть привлекательным для Вас как и бизнесмена, так и как потенциального покупателя.

В большинстве случаев, потенциальный франчайзи забывает, что основная цель его покупки – максимизация прибыли от коммерческой деятельности, в связи с чем, бренд, под которым он собирается работать, в первую очередь, должен быть привлекателен для его клиента, портрет которого необходимо определить еще до начала работ по выбору франшизы. К примеру, вряд ли стоит приобретать франшизу розничного магазина, специализация которого заключается на продаже спортивных товаров класса «люкс», если Вы собираетесь открыть магазин в районе, где средний возраст потенциального покупателя выше 40 лет, а доход – ниже среднего. Хотя, возможно, для Вас как покупателя спортивных товаров, именно этот магазин является самым привлекательным.

Также не стоит заключать договор с тем предприятием, деятельность которого противоречит Вашим моральным, религиозным или этическим убеждениям. К примеру, если Вы являетесь сторонником народной медицины, а любые лекарственные средства ассоциируются у Вас с химией, которая наносит только вред Вашему здоровью, вряд ли Вас стоит приобретать франшизу сети аптек.

Ведь Вам придется работать в этой сфере не один год, и для того чтобы стать лояльным к франчайзеру и его марке, а также сформировать у своих сотрудников приверженность к марке, Ваши взгляды должны сочетаться с убеждениями правообладателя.

Одним из факторов, который свидетельствует о том, что ваш союз окажется успешным является степень разветвленности франчайзинговой и корпоративной (собственной филиальной) сети, чем она шире, тем выше вероятность, что Вы сможете воспользоваться всеми преимуществами франчайзинговой технологии, в первую очередь, в плане маркетинга и рекламы, ведь с ростом числа франчайзи в системе увеличивается узнаваемость торговой марки, а рекламная кампания становится широкомасштабной.

Начинающий же франчайзер еще не имеет опыта и точно не знает, какую информацию следует передать партнеру, на какие стороны коммерческой деятельности стоит обратить дополнительное внимание, каким образом включить франчайзи в технологический процесс работы своей сети. Ведь вполне может оказаться, что успех

работы франчайзера напрямую связан с особенностями торговой зоны, в которой он работает, или же поддержкой со стороны государственных органов и т.п.

Как правило, первыми франчайзи во франчайзинговой системе становятся, либо лица уже имеющие отношения с франчайзером (к примеру, предприниматели, с которыми ранее вы работали на основе договора дистрибуции или ваши торговые представители и т.п.), ведь именно от них франчайзеру наиболее просто и удобно получать информацию о сильных и слабых сторонах разработанной франшизы.

Одно из заблуждений, существующих в обществе, заключается в том, что начать работать по франшизе может любой коммерсант, которому надоело быть наемным работником. В действительности, это совсем не так.

Для того чтобы приобрести франшизу Вам понадобится сделать существенные вложения, в первую очередь, в аренду или покупку помещения и его последующее переоборудование под формат франчайзера.

При открытии магазина по формату франчайзера Вам любом случае необходимо иметь помещение либо в собственности, либо в долгосрочной аренде. Одно дело, если помещение у Вас уже есть, к примеру, в настоящее время или в прошлом Вы уже занимались розничной торговлей, а теперь для улучшения своего положения на рынке решили приобрести франшизу. Совсем другая ситуация, в случае если у Вас есть финансовые ресурсы, но помещения пока нет. В последнем случае не торопитесь, не стоит начинать быстро искать помещение. Возможно, франчайзер окажет Вам помощь в поиске помещения. Эту информацию Вы сможете получить при первых переговорах с франчайзером или, по крайней мере, выясните какие требования он предъявляет к помещению и какое его месторасположение он считает более удачным.

К примеру, у большинства франчайзеров, работающих на рынке модной обуви требования к выбору помещения схожи: наличие торговой площади не менее 100 м² в отдельно стоящем здании или в торговом центре (желательно расположенных на первом этаже) в районе города с гарантированной проходимостью.

Если у Вас есть варианты помещений, которые могут быть взяты в аренду для вашего будущего магазина, то возьмите с собой информацию для переговоров с франчайзером и обсудите с ним, какое помещение он считает более удачным для открытия Вашего магазина по разработанной им бизнес – технологии.

При первых же переговорах стоит выяснить, имеет ли право покупатель франшизы оборудовать свое помещение сам по стандартам франчайзера или же придется закупать и оборудование, и материалы для оформления торгового зала у предприятий, перечень

которых представит Вам франчайзер. То же самое касается и строительных фирм, к которым вы сможете обратиться при переоборудовании помещения.

Также обязательно уточните все виды капиталовложений, которые Вам придется сделать при открытии магазина. Схемы и размер инвестиций могут варьироваться, в зависимости от сферы деятельности, региона работы, формата открываемого предприятия и индивидуальных черт франчайзера. Выясните, какую форму финансовой поддержки может предложить Вам франчайзер:

- оборудование в лизинг или аренду;
- товарный кредит;
- программу льготного кредитования, разработанную совместно с банком, которая позволит заключить кредитный договор с более низкой кредитной ставкой или же Вам предложат более мягкие условия.

Участие в таких программах позволит франчайзи сохранить свой капитал для дальнейшего его использования в коммерческой деятельности.

Также стоит обратить внимание и на то, готовы ли Вы психологически вступить во франчайзинговую систему. Ведь в этом случае, Вы теряете свою самостоятельность и перестаете быть независимым предпринимателем, становясь элементом франчайзинговой системы и принимая на себя обязательства играть по правилам франчайзера. Вы к этому готовы?

К примеру, человек, обладающий ниже перечисленными характеристиками, полный антипод идеального франчайзи:

«Мелкий предприниматель, который через бизнес стремится повысить свой социальный статус и уровень. Возраст - 30 лет. Забросил учебу, уйдя из института со второго курса, делает ставку скорее на чутье, чем на знания. В прошлом у него вполне доходная, но не удовлетворяющая его запросов деятельность. Считает, что подчиненные готовы идти за ним «и в огонь, и в воду». Ценит, что большинство из них разделяет его идеи, только в такой атмосфере ему легко работать. Его девиз – «Все решу сам!»».

Таким образом, если Вы не готовы следовать стандартам, разработанным франчайзером и для Вас важен только бренд, который Вы получите от правообладателя, а все дальнейшие решения, как работать под этим брендом, вы хотите принимать сами, то франчайзинг не для Вас.

Одним из краеугольных вопросов может стать вопрос о распределении ресурсов франчайзи, например, об отчислениях в маркетинговый и рекламный фонды, и механизме их формирования. В большинстве случаев франчайзер устанавливает требования, в соответствии с которыми франчайзи платит определенный процент от

прибыли в фонд франчайзера и оговоренный процент прибыли франчайзи обязуется тратить на рекламу предприятия на региональном рынке. Перед подписанием франчайзингового договора убедитесь, что франчайзер имеет опыт и возможности, чтобы помочь Вам составить первоначальный план маркетинга и помогать в разработке рекламной кампании в Вашем регионе. Возможно, для этого Вам понадобится поговорить уже с работающими по этой франшизе предпринимателями.

Большинство франчайзеров предоставляют право франчайзи участвовать во всех акциях, разработанных ими, в том числе франчайзи приобретает возможность использовать все рекламные материалы, макеты, ролики и прочую рекламную продукцию, а также получает постоянные консультации специалистов по мерчандайзингу и по организации рекламных кампаний на региональном рынке.

Не старайтесь сразу получить франшизу на эксклюзивное право открытия предприятий на оговоренной территории, Вы еще не знаете, какие результаты даст ваше сотрудничество, зачем же тогда брать на себя дополнительные обязательства, да и большинство франчайзеров и сами не пойдут на это.

В любом случае, перед тем как подписать договор франчайзинга обязательно изучите договор с франчайзером, и по пунктам, которые вызывают сомнения и вопросы проконсультируйтесь с адвокатом (лучше, если он специализируется на франчайзинговых отношениях). Если какие-то положения противоречат ранее достигнутым договоренностям, обратитесь к франчайзеру за разъяснениями, то же самое касается и «расплывчатых» положений договора. Все уточнения и дополнения зафиксируйте в письменной форме.

Постарайтесь, чтобы информация, касающаяся механизма раскрытия информации, наиболее полна была отражена в договоре. Попросите у франчайзера список франчайзи, которые уже сотрудничают с ним, свяжитесь с ними, проконсультируйтесь по интересующим Вас вопросам. Также попробуйте найти информацию о франчайзи, которыми франчайзер порвал отношения, выясните причины изменения их статуса.

В то же время даже если на начальном этапе, в процессе первых переговоров с франчайзером и при подготовке к открытию вашего магазина по франшизе, вы допустили одну из выше перечисленных ошибок, в будущем ваш бизнес может быть вполне успешным, и вы получите ожидаемую прибыль. Однако усилий для этого придется приложить намного больше, чем потребовалось бы, если изначально Вы все бы проверили и сделали ли бы верно. Ведь секрет успеха в работе по франшизе заключается в проведении тщательного исследования при выборе франчайзера, внимательном отношении к последующим переговорам с ним, касающихся будущего сотрудничества и

неукоснительном соблюдении требований и рекомендаций, полученных от франчайзера и его франчайзи.

©В.Панюкова