



УТИЛИТ
сервис

ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗ

франчайзингового предложения «Утилитсервис»

Данное исследование носит прикладной характер и является справочным материалом для ежедневного использования в компании «Утилитсервис» всеми сотрудниками, которые занимаются развитием франчайзинга.

Целью данного исследования является отражение в доступной форме информации о российском рынке услуг по утилизации опасных отходов, принципов успешного ведения бизнеса по франшизе и определение наиболее эффективных точек для выхода компании «Утилитсервис» на рынок франчайзинга, а именно: уникального торгового предложения франшизы, портрета идеального покупателя франшизы, состава ноу-хау франшизы.

Исследование проведено в апреле 2017 года

Содержание

Суть франшизы	4		
В цифрах и фактах		5	
Тенденции рынка	6		
Анализ привлекательности регионов для открытия бизнеса по франшизе «Утилитсервис»	10		
Наиболее привлекательные регионы РФ с точки зрения открытия компании «Утилитсервис»	18		
Защищенность рынка	19		
Преимущества открытия бизнеса		20	
Преимущества компании «Утилитсервис» перед конкурентами	21		
Конкуренция на рынке франчайзинга		22	
Франчайзинговые пакеты конкурентов		26	
Потенциал компании «Утилитсервис» на рынке франчайзинга	27		
Франчайзер оказывает полную поддержку бизнеса франчайзи на всех этапах	28		
Этапы запуска франшизы		39	
Ответственность франчайзера и франчайзи на этапе запуска франшизы	31		
Что понадобится от франчайзера при открытии «Утилитсервис». Ноу-хау франшизы	32		
Ответственность франчайзера в процессе операционной деятельности	42		
Пирамида Франчайзера. Передача видения, опыта и знаний	43		
Сопровождение франчайзи. Пирамида франчайзера. Передача опыта, видения и знаний	44		
Пирамида франчайзера. Контроль выполнения			45
Ответственность франчайзи в процессе операционной деятельности. Звезда Франчайзи		46	
Франчайзинговое направление «Утилитсервис»			47
Общие нормативно- правовые акты, регулирующие деятельность «Утилитсервис»		48	
Специальные нормативно- правовые акты, регулирующие деятельность «Утилитсервис»		49	
Основные бизнес-процессы франшизы, требующие юридического сопровождения		50	
Порядок подписания юридических документов			52
Установление паушального взноса и роялти			53
Формы роялти и периодичность оплаты			54
Размер паушального взноса			55
Размер роялти и других регулярных сборов			57
Рекомендуемые франчайзинговые пакеты			59
Распределение инвестиций		62	
Стабилизирующие факторы франчайзинговой сети			63
Портрет идеального клиента			64
Возможные варианты покупателей франшиз.			
Наши рекомендации		65	
Портрет идеального клиента для франшизы «Утилитсервис»			70
УТП для франшизы «Утилитсервис»		72	
Возможные УТП		73	
Рекомендуемая стратегия построения и развития франчайзинговой сети «Утилитсервис»			78
Терминология франчайзинга		79	
Что нужно для создания успешной франчайзинговой сети			84

Суть франшизы

Приобретая франшизу технолого-экологической компании ООО «Утилитсервис», франчайзи получает в свое управление отлаженный бизнес-механизм, который доказал свою эффективность на рынке Сибирского Федерального округа и Алтайского края.

«Утилитсервис» успешно зарекомендовало себя в сфере обращения с отходами, благодаря применению в своей деятельности наилучших доступных технологий и НОУ-ХАУ в организации бизнес процессов.

Потенциальный франчайзи может рассчитывать на постоянную поддержку со стороны франчайзера как на стадии запуска проекта, так и на протяжении всего периода деятельности.

В цифрах и фактах

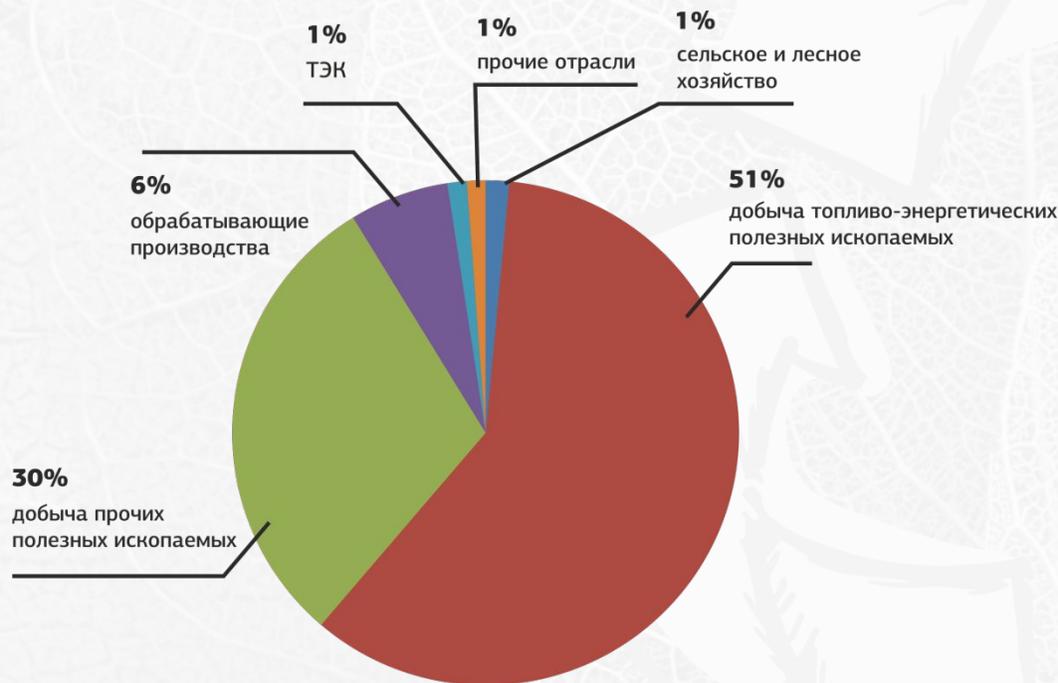
1. 5 лет на рынке переработки медицинских отходов
2. 2 года на рынке переработки промышленных отходов
3. Головной офис компании находится в г. Бийск
4. Компания имеет 3 филиала, расположенных в г. Новосибирск, г. Барнаул и г. Новокузнецк
5. На базе предприятия осуществляется переработка биологических, медицинских, промышленных, нефтесодержащих и др. более 500 видов отходов по ФККО
6. Предприятие соответствует экологическим стандартам
7. Использование в переработке отходов мобильных печей с ГЭЭ (государственной экологической экспертизой)
8. Более 150 гос. контрактов с КГБУЗ и ЛПУ в Алтайском крае, Новосибирской и Кемеровской областях
9. 420 коммерческих договоров с частными клиниками
10. 195 договоров на утилизацию промышленных отходов 1-4 класса опасности по СФО
11. 14 квалифицированных сотрудников
12. Себестоимость утилизации с учетом логистики составляет 10-15 руб./кг,
13. Размер наценки на услуги 600-1000%

Тенденции рынка

- Наблюдается повышение внимания к локальным экологическим проблемам;
- На сегодняшний день большой акцент делается на сокращении количества отходов, образующихся в процессе производства и на развитии методов по их переработке и дальнейшему использованию;
- С каждым годом происходит ужесточение законодательства в сфере утилизации опасных отходов;
- Большинство утилизирующих предприятий строятся в регионах с развитой промышленностью и большим числом предприятий.

Тенденции рынка

Структура отходов в России в 2016 году



80 % отходов в России просто вывозится на свалки. Стоимость такого способа наиболее низкая. Официальных полигонов РФ, в которых захоронено порядка 82 миллиардов тонн отходов около 11 тысяч. Их количество постоянно увеличивается, нанося тем самым большой ущерб природе. Частично мусор сжигается с последующим захоронением, однако этот способ имеет ряд недостатков.

Пищевые отходы помещаются в накопители, где под действием определенной температуры они разлагаются, компостируются. Всего лишь 3% бытовых отходов подвергается промышленной переработке. Такой способ утилизации на сегодняшний день представляет наименьшую опасность, но вся проблема заключается в строительстве подобных предприятий. Таким образом, необходимы предприятия, требуемые для открытия небольших инвестиций.

Тенденции рынка

Динамика образования отходов производства и потребления в России, млн. тонн

Показатель	2010	2013	2014	2015	2016
Всего образование отходов	3735	5153	5168	5060	5085
В т.ч. опасные	114	117	124	110	113

Класс опасности	2010	2013	2014	2015	2016
Всего	3734,7	5152,8	5168,3	5060,2	5085,4
в т.ч. I класса	0,17	0,06	0,06	0,08	0,1
II класса	0,71	0,36	0,30	0,27	0,35
III класса	16,7	19,1	19,7	21,6	29,8
IV класса	96,8	97,1	104,3	88,2	96,7
V класса	3620,4	5036,2	5044,0	4950,2	4958,05

Динамика образования опасных отходов – т.е. отходов, отнесенных к I-V классам опасности – имела в 2010-2016 гг. во многом колебательный характер: в отдельные годы отмечался рост, а в другие годы – уменьшение данного показателя.

Доля опасных отходов в общем объеме образования всех отходов производства и потребления в 2006 г. составляла 4,0%, 2015 г. – 2,1% и в 2016 г. – 2,2%.

Активное развитие промышленности способствует постоянной выработке опасных отходов, поэтому, для обеспечения необходимой безопасности, требуется активный рост предприятий по их переработке и утилизации.

Тенденции рынка

По оценке Федеральной антимонопольной службы, рынок отличается весьма низкой конкуренцией, особенно на региональном уровне. По результатам проведенного исследования сделаны следующие выводы для городов с численностью населения более 100 тыс. чел.:

- 45% городов – деятельность по вывозу и переработке отходов осуществляет один хозяйствующий субъект, преимущественно муниципальные предприятия
- 39% городов – деятельность осуществляют одновременно два-три субъекта

При этом, на рынке сортировки, переработки и утилизации отходов деятельность ведет значительно больше субъектов, в частности, предприятия малого бизнеса.

Анализ привлекательности регионов для открытия бизнеса по франшизе «Утилитсервис»

ООО «Утилитсервис» специализируется на услугах по переработке опасных отходов. Чтобы определить наиболее привлекательные регионы для открытия франшизы «Утилитсервис», необходимо рассмотреть факторы, влияющие на развитие данной модели бизнеса в конкретном регионе.

На развитие предприятия по переработке отходов в том или ином регионе влияет спрос на данную услугу, насыщенность рынка и т.д.

Поэтому для анализа привлекательности регионов рассмотрим:

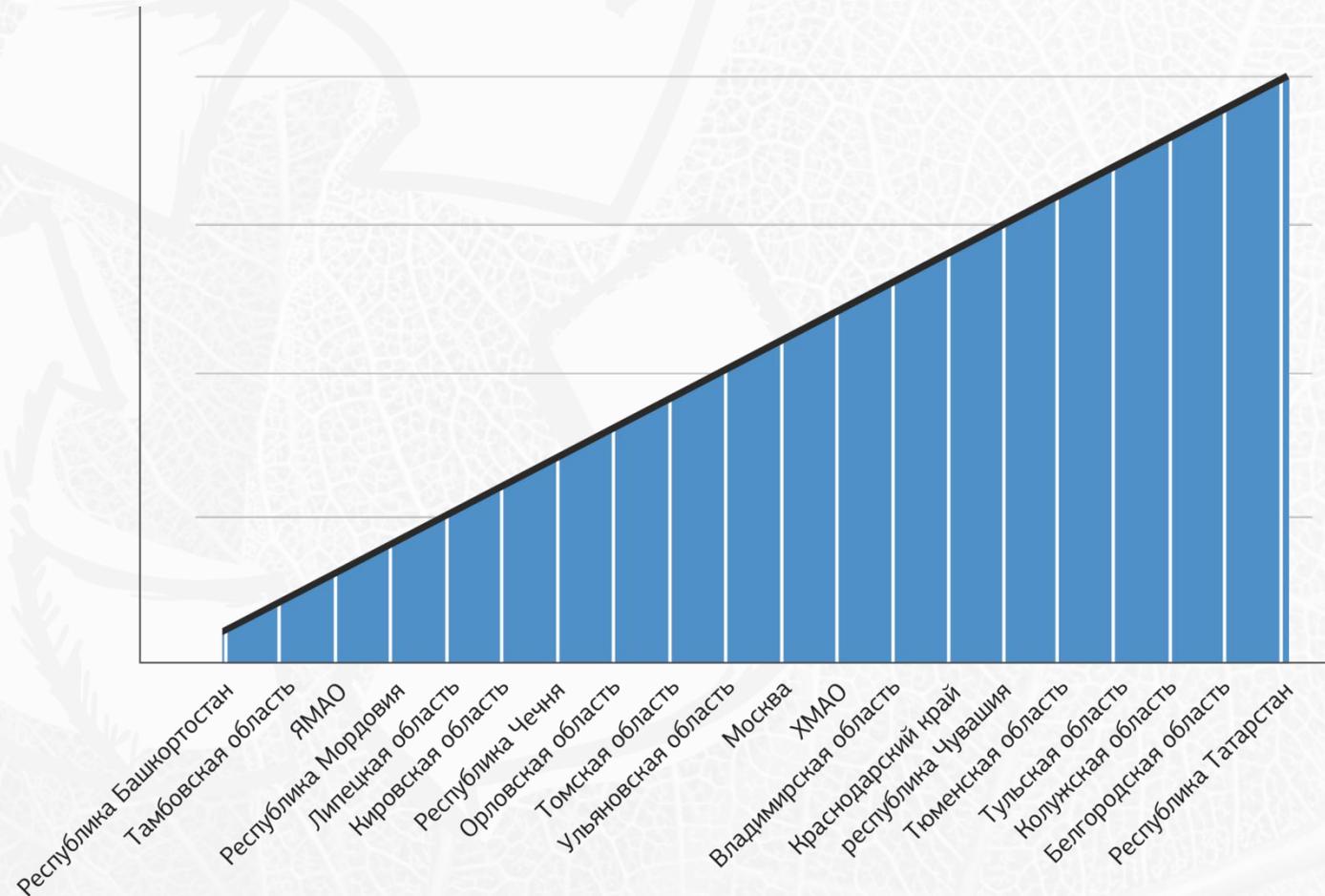
1. Инвестиционную привлекательность регионов;
2. Регионы с наибольшей средней заработной платой;
3. Обеспеченность крупнейших городов России предприятиями по утилизации опасных отходов;
4. Рейтинг запросов на франшизу по утилизации отходов;
5. Рейтинг запросов на услугу по утилизации опасных отходов;
6. Рейтинг городов России с самой загрязненной атмосферой;
7. Рейтинг самых загрязненных промышленными отходами городов России.

Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России

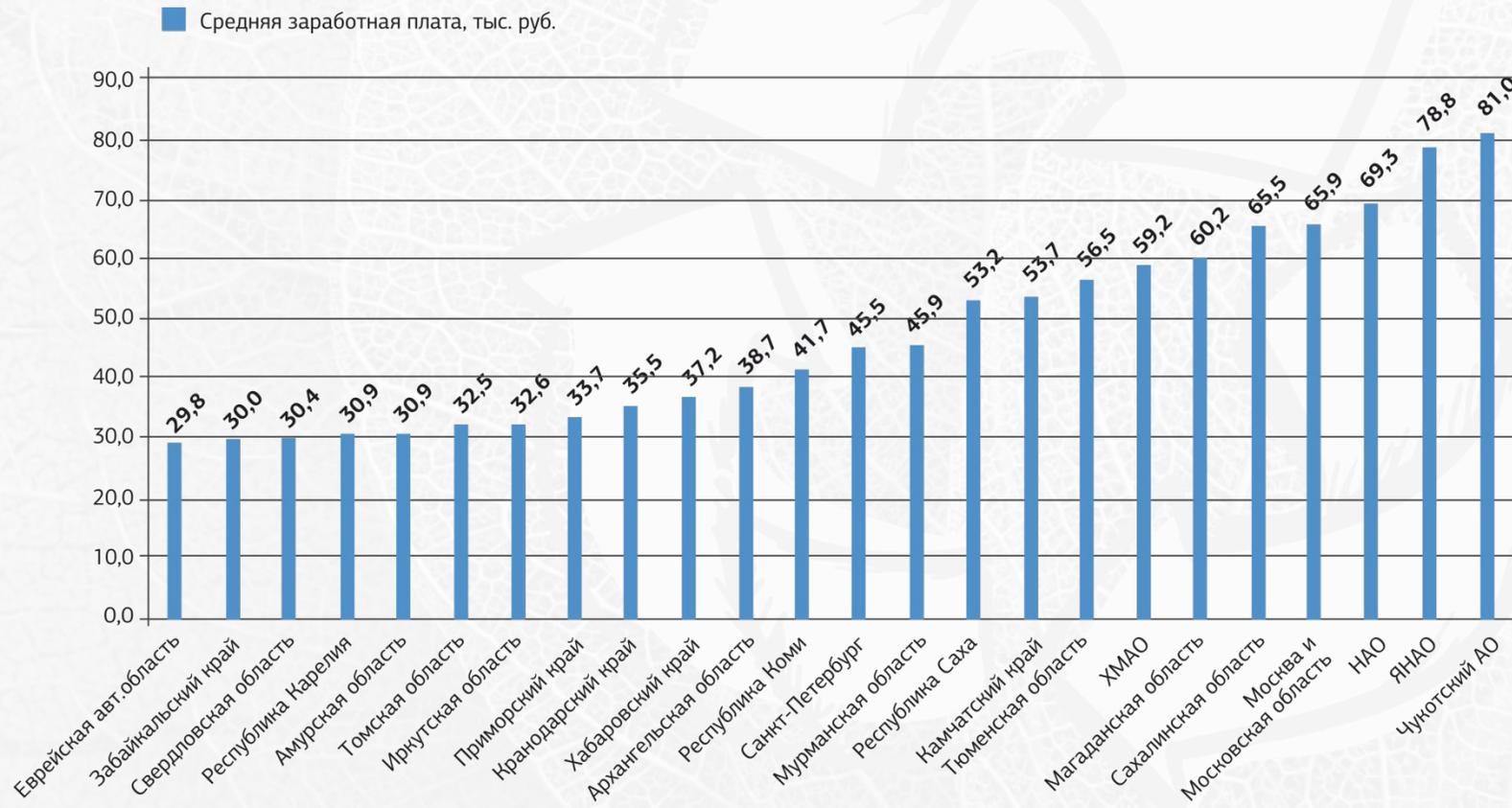
Таблица общей инвестиционной привлекательности регионов России в 2016 году
Рейтинг состоит из 45 показателей, составляющих 4 направления:

1. Регуляторная среда
2. Институты для бизнеса,
3. Инфраструктура и ресурсы
4. Поддержка малого предпринимательства.

Источник: Санкт-Петербургский экономический форум

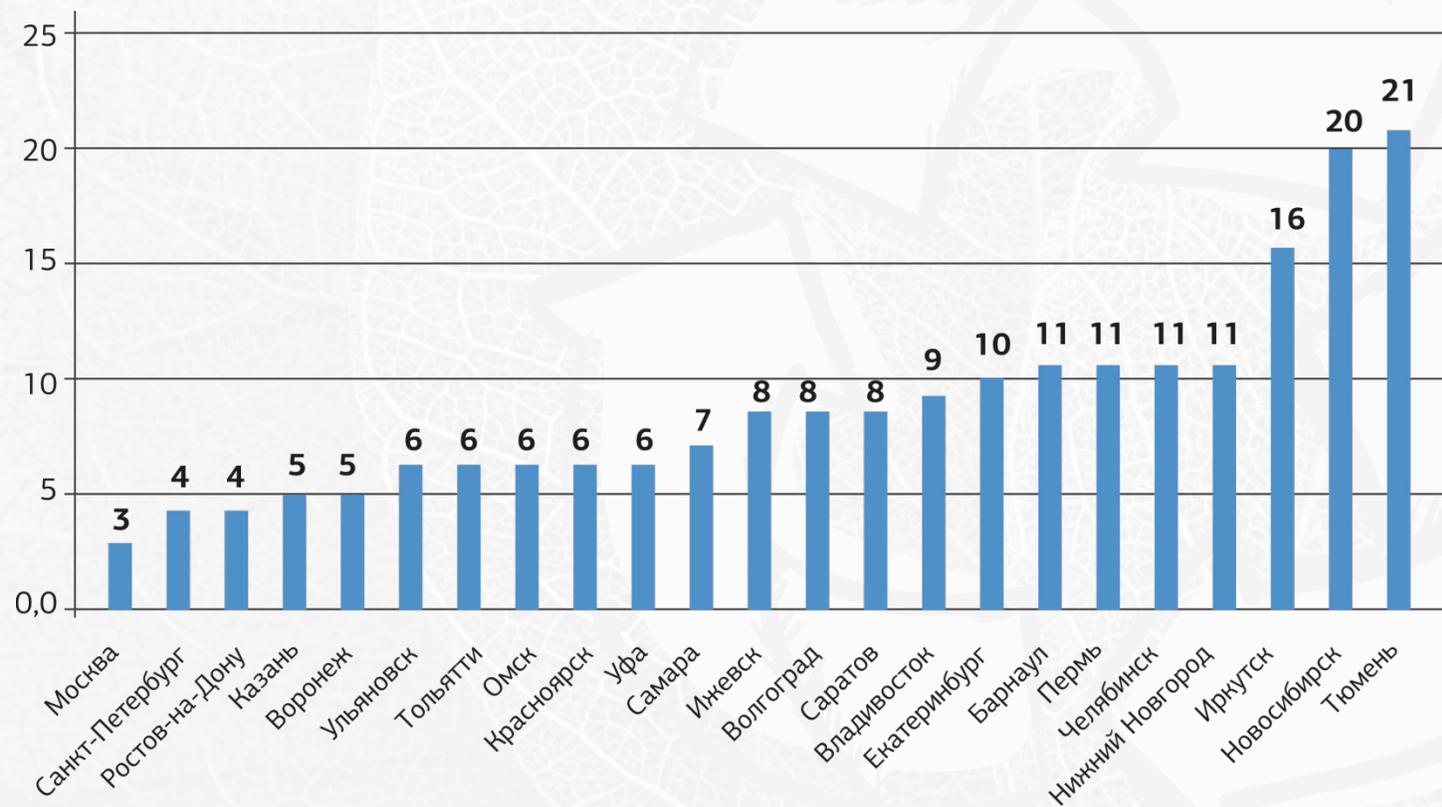


Средняя заработная плата в России по регионам



Уровень заработной платы влияет на экономическую развитость региона. Регионы с наибольшей средней заработной платой считаются более привлекательными для открытия новых предприятий.

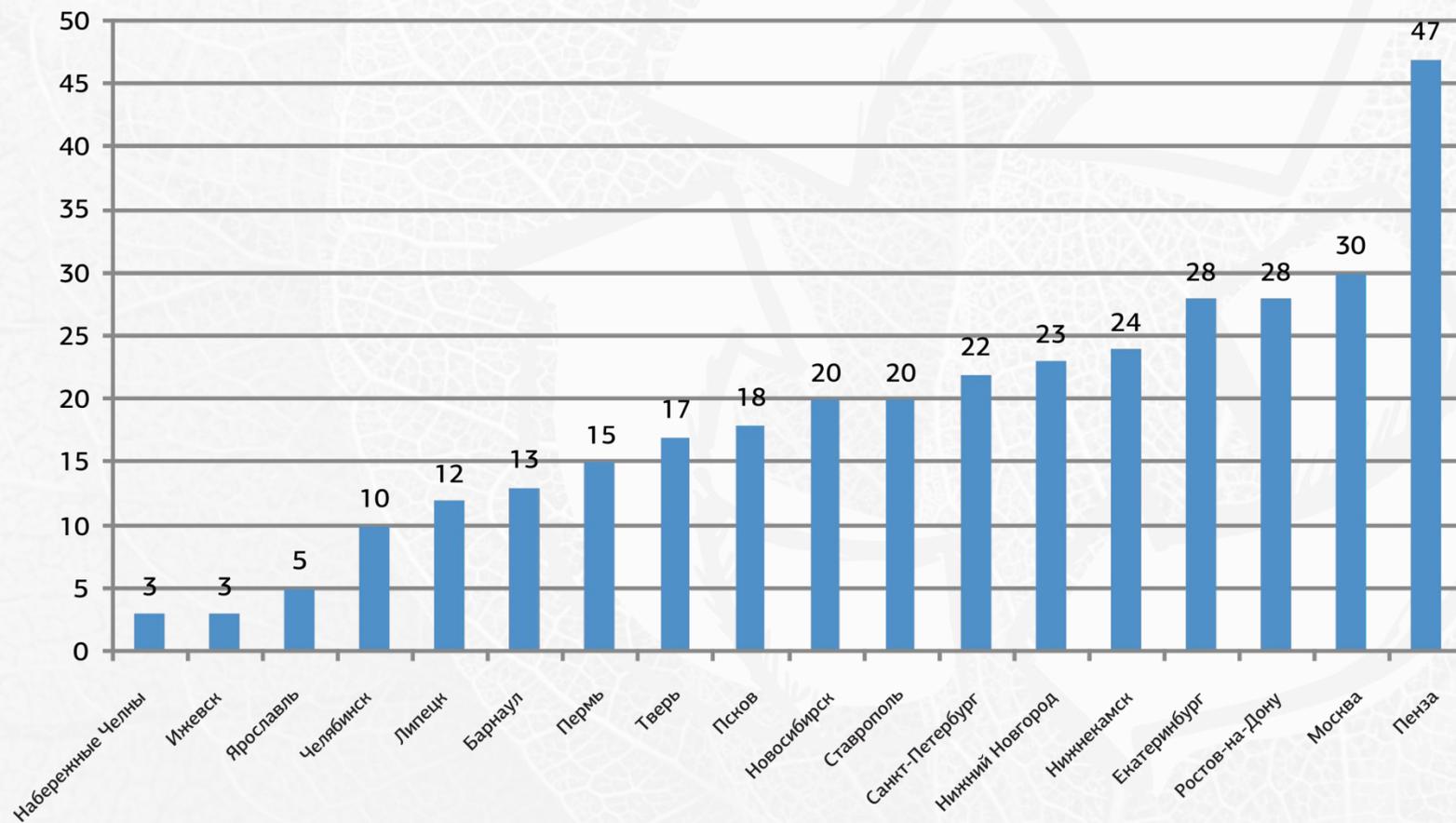
Обеспеченность предприятиями по утилизации отходов



Количество предприятий по утилизации и переработке отходов на 100 тыс. населения.

Самый насыщенный рынок наблюдается в г. Тюмень: на 100 тыс. населения приходится 21 предприятие (при численности населения около 622 тыс. человек). Таким образом, следует обращать внимание на регионы с наименьшим числом предприятий.

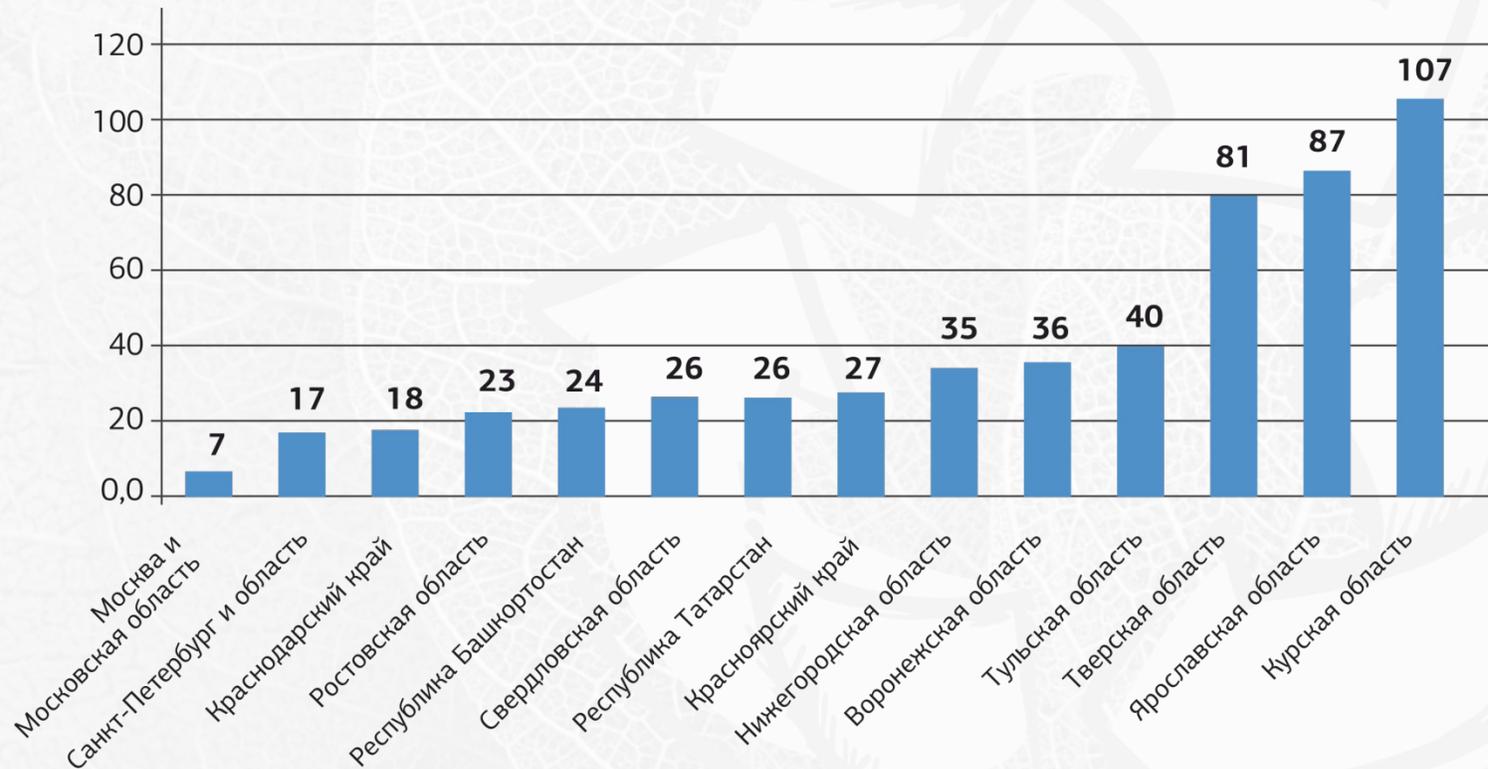
Рейтинг запросов на франшизу по утилизации ОТХОДОВ



Количество запросов на открытие предприятия по утилизации отходов.

Больше всего запросов на франшизу приходится на г. Пенза: 47 запросов за апрель-май 2017 г.

Рейтинг запросов на услугу по утилизации отходов

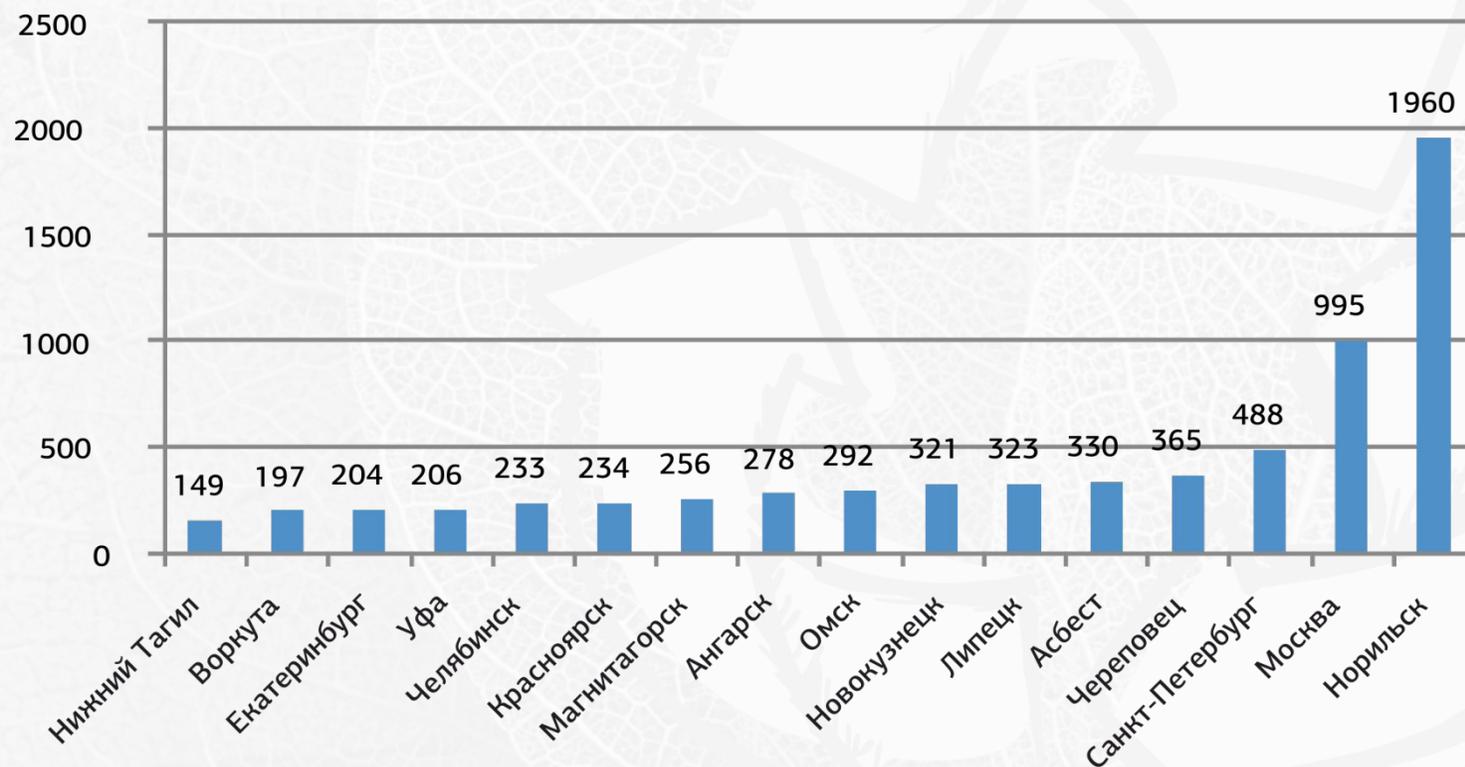


Рейтинг запросов на услугу по утилизации опасных отходов по регионам в расчете на 100 тыс. человек.

Больше всего запросов в Курской области.

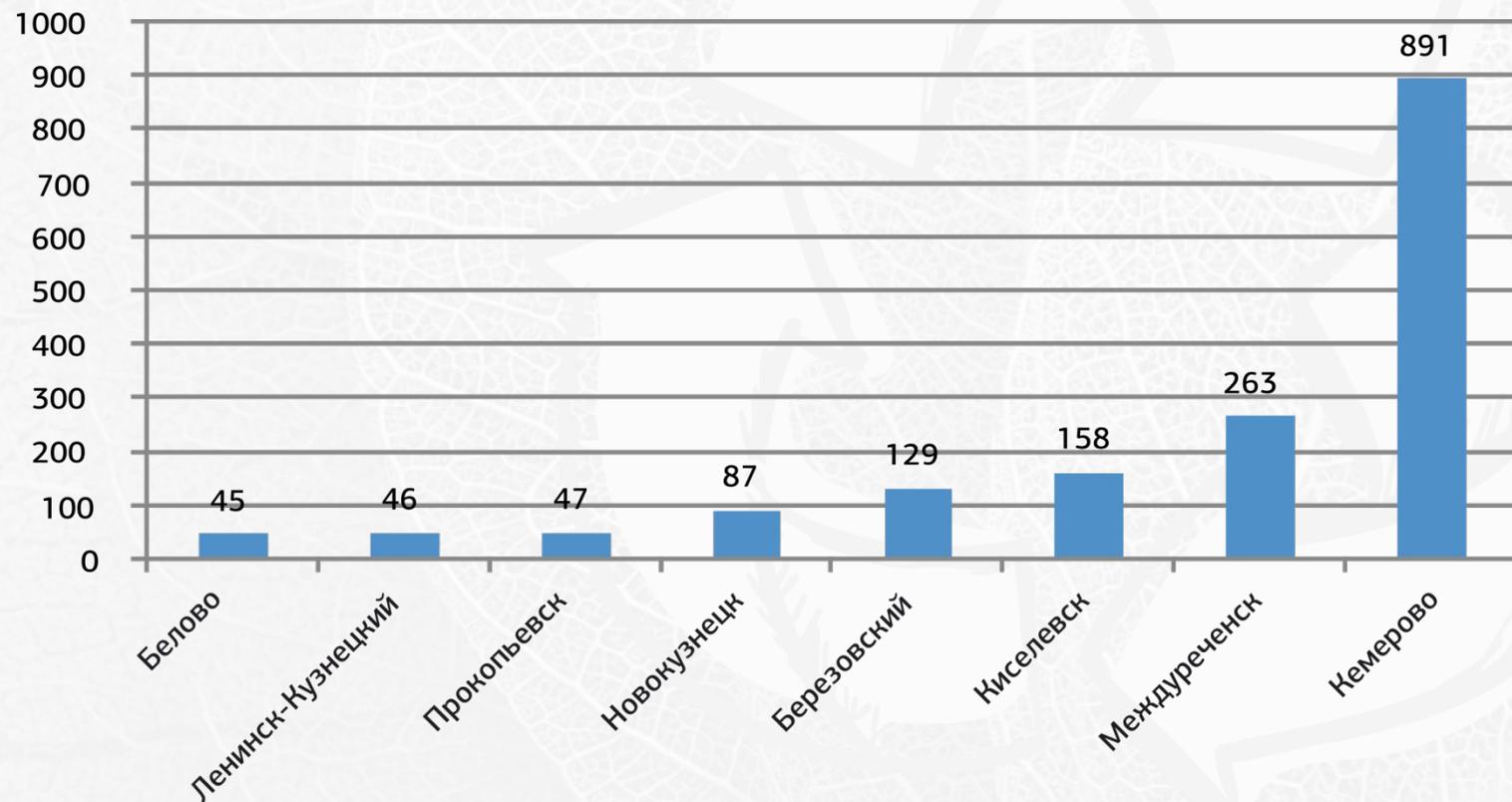
Минимальное количество запросов в Москве и МО, что связано с большой плотностью населения.

Рейтинг городов России с самой загрязненной атмосферой



Рейтинг сформирован Росстатом, в нем учитывается объем загрязнений атмосферы вредными веществами (тыс. тонн) от выбросов автомобилей и промышленных объектов.

Рейтинг самых загрязненных промышленными отходами городов России



Рейтинг сформирован Министерством природных ресурсов и экологии Российской Федерации по объему загрязнений промышленными отходами (млн. тонн)

Наиболее привлекательные регионы РФ с точки зрения открытия компании «Утилитсервис»

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. Москва и Московская область | 14. Воронежская область |
| 2. Санкт-Петербург и Ленинградская область | 15. Иркутская область |
| 3. Ханты-Мансийский автономный округ | 16. Кемеровская область |
| 4. Ямало-Ненецкий автономный округ | 17. Нижегородская область |
| 5. Сахалинская область | 18. Новосибирская область |
| 6. Магаданская область | 19. Республика Татарстан |
| 7. Красноярский край | 20. Свердловская область |
| 8. Челябинская область | 21. Республика Крым |
| 9. Курская область | 22. Республика Башкортостан |
| 10. Ярославская область | 23. Ростовская область |
| 11. Тверская область | 24. Самарская область |
| 12. Тульская область | 25. Омская область |
| 13. Краснодарский край | 26. Ульяновская область |
| | 27. Владимирская область |
| | 28. Волгоградская область |
| | 29. Пермский край |
| | 30. Калужская область |

При анализе учитывается инвестиционная привлекательность регионов, рейтинг средней заработной платы, обеспеченность рынка региона утилизирующими предприятиями (расчет производится на 100 тыс. населения), рейтинг запросов на услугу и т.д. Каждому региону присваивается определенный балл, в зависимости от его положения в рейтинге (наиболее привлекательному региону присваивается 1 место в рейтинге, далее – 2 и т.д.; в анализе обеспеченности рынка 1 место присваивается тому региону, в котором действует наименьшее количество утилизирующих предприятий, т.е. рынок данного региона менее насыщен). Исходя из суммы баллов по каждому анализируемому фактору, определяется список ТОП-30 наиболее привлекательных регионов для открытия франшизы.

Защищенность рынка

Для анализа степени защищенности необходимо рассмотреть смежные области ведения бизнеса, которые ориентируются на ту же целевую аудиторию, удовлетворяют схожие, взаимозаменяемые или взаимодополняемые потребности клиентов и требуют примерно одинакового размера затрат

Таковыми являются предприятия, специализирующиеся на переработке и утилизации пластика, твердых бытовых отходов и т.д.

Услуга по утилизации имеет непрерывный спрос и будет всегда востребована, так как:

- 1) на законодательном уровне установлены нормативы об обязательной утилизации опасных отходов
- 2) увеличивается количество промышленных предприятий
- 3) у населения и предприятий в целом возрастает степень ответственности за состояние окружающей среды.

Преимущества открытия бизнеса в сфере услуг по утилизации опасных отходов

1. Бизнес не имеет сезонности и предпосылок к снижению, т.к. утилизация отходов требуется постоянно, и необходимость в ней только возрастает
2. Повышение значимости проблемы экологической безопасности диктует спрос на современные и технологичные предприятия по переработке и утилизации различных видов отходов
3. В связи с ужесточением законодательства в сфере утилизации опасных отходов увеличивается спрос на предприятия способные обеспечить данную потребность
4. Наценка на услуги по утилизации составляет 600-1000%

Преимущества компании «Утилитсервис» перед конкурентами

- Предприятие соответствует экологическим стандартам и имеет лицензию РосПриродНадзора
- Предприятие специализируется на утилизации нескольких видов отходов
- Предоставление услуги по утилизации биологических отходов
- Компания располагает наилучшим доступным оборудованием, позволяющим обеспечить высокотемпературное (до 1200 °С) уничтожение отходов со 100 % обезвреживанием
- Вывоз опасных отходов по звонку
- Для транспортировки отходов компания имеет 11 единиц специализированного автотранспорта с разрешениями на перемещение опасных отходов
- Квалификация сотрудников подтверждается профессиональными удостоверениями на право обращения с отходами
- Отдаленность предприятия от жилых домов
- Консультирование по предоставляемым услугам

Конкуренция на рынке франчайзинга

В данном анализе рассмотрены прямые конкуренты компании «Утилитсервис».

К прямым конкурентам относятся развивающиеся по франчайзинговой системе компании, специализирующиеся сборе, транспортировке и утилизации опасных отходов.

Рассмотренные компании ориентированы на одну и ту же целевую аудиторию.

Конкуренция на рынке франчайзинга

Компании	УТП	Какие преимущества могут предложить своим франчайзи другие компании?	Какие преимущества предлагает своим франчайзи компания «Утилитсервис»
ЭКОИНВЕСТ	Франшиза первой Федеральной экологической компании по утилизации опасных отходов с 10-летним опытом работы	<ul style="list-style-type: none">• Предоставляют свой бренд и полную технологию работы• Работа ведется не просто в CRM системе, а в автоматизированной системе управления бизнесом BPMS, в которой представлены все аспекты бизнеса• Помощь в получении лицензии	<ul style="list-style-type: none">• Подготовка разрешительной документации
Ртутная безопасность	Быстрокупаемое предприятие по утилизации особо опасных отходов «под ключ»	<ul style="list-style-type: none">• Возможность для франчайзи самостоятельно укомплектовать франчайзинговый пакет с необходимыми критериями	<ul style="list-style-type: none">• Помощь в заключении первых договоров. Прием и предварительная обработка заявок до подписания договора, передача договоров к исполнению.
Эко Архитектура	Франшиза предприятия по профессиональной утилизации отходов I-V класса опасности с подробными инструкциями при открытии	<ul style="list-style-type: none">• Call-center, действующий на территории всей России	<ul style="list-style-type: none">• Оформление документации на участие в тендерах.

Конкуренция на рынке франчайзинга

Франшиза		Заявленные особенные НОУ-ХАУ:
ЭКОИНВЕСТ	Город: Москва Год основания: 2010 Собственных точек: 1 Год начала франчайзинговой деятельности: 2013 Франчайзинговых точек: 8	<ul style="list-style-type: none">• Передача инструкций по использованию мобильного оборудования для уничтожения отходов I-IV класса опасности на территории России• На сделку закрепляется персональный менеджер, который круглосуточно будет "на связи" и будет сопровождать сделку. Предоставление услуги для экологов «под ключ»
Ртутная безопасность	Город: Краснодар Год основания: 2008 Собственных точек: 2 Год начала франчайзинговой деятельности: 2012 Франчайзинговых точек: 1	<ul style="list-style-type: none">• Информационная и маркетинговая поддержка
Эко Архитектура	Город: Екатеринбург Год основания: 2008 Собственных точек: 1 Год начала франчайзинговой деятельности: 2010 Франчайзинговых точек: 2	<ul style="list-style-type: none">• Помощь в случае чрезвычайных ситуаций и экологических катастроф• Разработка паспортов отходов

Сравнение франшиз прямых конкурентов с компанией «Утилитсервис»

Критерии сравнения	ЭКОИНВЕСТ	Ртутная безопасность	Эко Архитектура	Утилитсервис
Паушальный взнос	От 499 000 руб. до 1 297 000 руб.	200 000 руб.	Нет открытой информации	От 300 тыс. до 600 тыс. руб.
Первоначальные инвестиции	От 3 000 000 руб.	От 2 млн. до 20 млн. руб.	От 4 000 000 руб.	От 2 725 000 руб.
Роялти	От 10 %	От 10 %	Нет открытой информации	От 10% (с 4-ого месяца работы)
Заявленная окупаемость инвестиций	От 9 месяцев	От 1,5 лет	От 5 месяцев	От 6 месяцев
Требования к помещению	От 220 м ²	От 350 м ² Производственная площадка + офис продаж	От 250 м ²	От 150 м ² Производственная площадка + офис продаж
Услуги	Сбор, транспортировка, утилизация, лабораторные услуги	Утилизация ртутьсодержащих, медицинских, спиртосодержащих, животноводческих, нефтесодержащих отходов и производство пиролизного топлива	Утилизация, транспортировка, хранение и переработка отходов I-V класса опасности	Утилизация медицинских, промышленных отходов, утилизация биологических отходов

Франчайзинговые пакеты конкурентов

Компании	Пакеты	Описание
ЭКОИНВЕСТ	Пакет «Эконом» - паушальный взнос от 499 тыс. руб.	Подходит для начинающих бизнесменов
	Пакет «Обычный» - паушальный взнос от 1 297 тыс. руб.	Подходит для всех. В пакет входит получение лидов с рекламной компании Экоинвеста
	Пакет «Полный комплект» - паушальный взнос от 28 900 тыс. руб.	Подходит для опытных бизнесменов. В пакет входит оборудование для утилизации отходов и лицензия на их обезвреживание
Ртутная безопасность	Пакет №1 – инвестиции от 2 млн. руб.	Франчайзи приобретает необходимый минимум оборудования, обусловленный техническим заданием ООО «Агентство «Ртутная безопасность»
	Пакет №2 – инвестиции от 5 до 20 млн. руб.	Основой служит организация участка утилизации с выпуском жидкого котельно-печного топлива, технического углерода и сбор, транспортировка и утилизация еще более ста видов отходов.
Эко Архитектура	Нет открытой информации	

Потенциал компании «Утилитсервис» на рынке франчайзинга

1) Высокий спрос на франшизы

- Рынок франчайзинга в целом развивается большими темпами. Общий спрос на франшизы в России достигает полумиллиона в месяц.

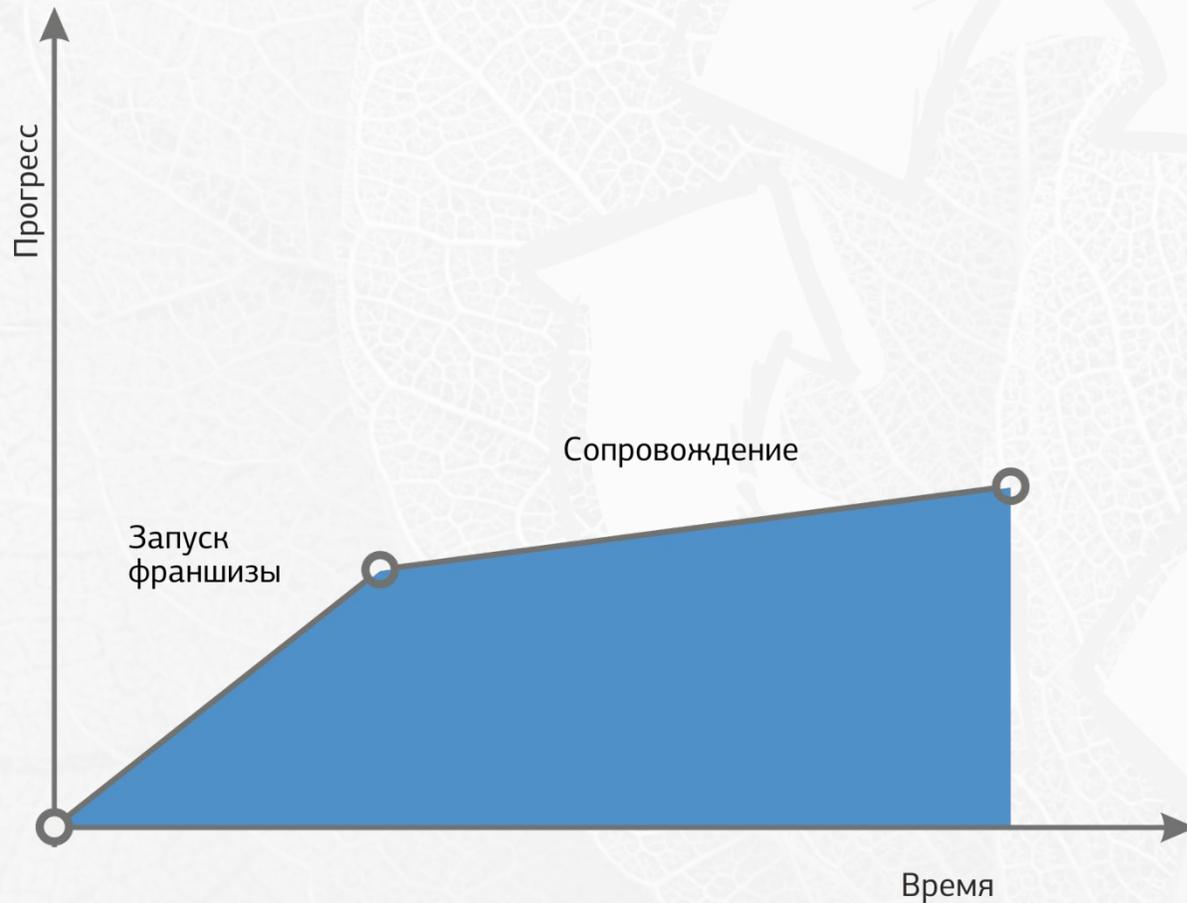
2) Высокий потенциал на рынке франчайзинга

- Наблюдается тенденция активного распространения услуг по переработке отходов
 - Низкая конкуренция на рынке франчайзинга: всего 3 прямых конкурента.

3) Высокий спрос на предоставляемые услуги

- Большое количество потенциальных потребителей, которые обеспечивают высокий спрос на конечные услуги

Франчайзер оказывает полную поддержку бизнеса франчайзи на всех этапах

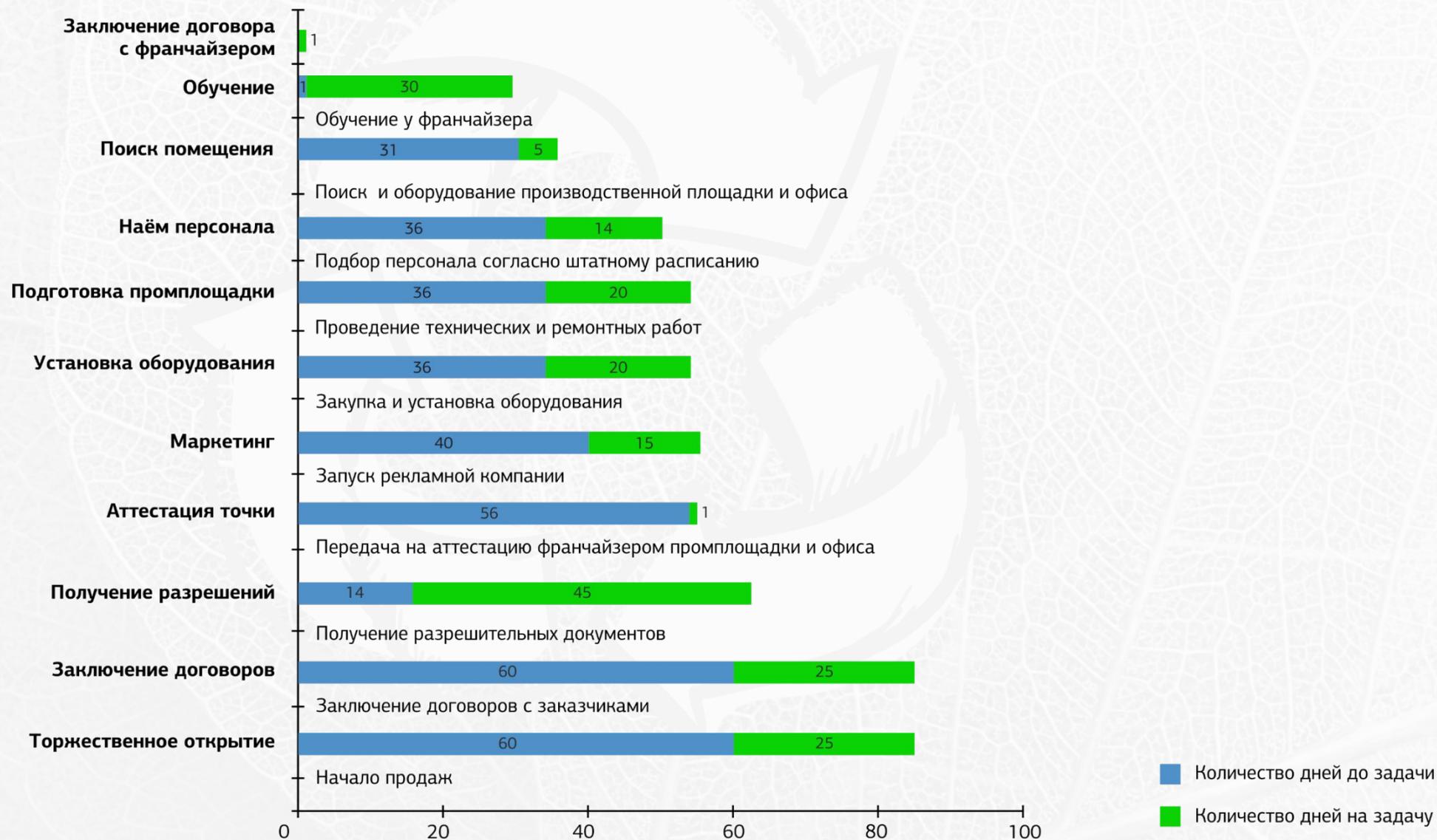


В начале работы франчайзер передает все НОУ-ХАУ своим франчайзи, сопровождает его вплоть до торжественного открытия. После начала операционной деятельности франчайзи также может рассчитывать на поддержку франчайзера по всем вопросам

Этапы запуска франшизы. Действия франчайзера



Этапы запуска франшизы. Действия франчайзи



Ответственность франчайзера и франчайзи на этапе запуска франшизы

Франчайзер	Франчайзи
Передать ноу-хау	Оплатить паушальный взнос
Провести обучение и аттестацию	Выполнить в срок все действия по запуску франшизы
Провести стажировку	Подписать акт о получении ноу-хау и выполнении работ
Довести до торжественного открытия	

Что понадобится от франчайзера при открытии компании «Утилитсервис». Ноу-хау франшизы

Ноу-хау франшизы – это товарный знак и совокупность знаний и опыта, сведения предпринимательского характера (технические, экономические, организационные и др.), которые собраны Лицензиаром в процессе предпринимательской деятельности в сфере услуг по утилизации опасных отходов.

Ноу-хау франшизы (секрет производства) включается в лицензионный договор / договор коммерческой концессии.

В ноу-хау входят знания и опыт в вопросах:

1. Система управления
2. Команда
3. Обучение
4. Продукт
5. Маркетинг
6. Продажи
7. Юридический блок
8. Бухгалтерия
9. Бизнес-аналитика

Ноу-хау франшизы. Система управления

Инструменты управления:

- **Управление компанией** – комплекс административных инструментов планирования, организации и контроля, включающий:
 - Стратегическое планирование (планирование работы компании)
 - Организация бизнес-процессов технология выполнения всех процессов компании
 - инструменты и правила контроля
- **Управление сотрудниками** – комплекс инструментов мотивации, включающий:
 - Создание условий – это разработка такой мотивации, которая учитывает закон оптимального поведения, при котором выполнение трудовых функций сотрудниками становится неотвратимым и при котором цели компании и сотрудников совпадают.
 - Доминирование – это создание преимущества, которое при этом не накладывает на доминирующего никаких обязательств. Этот инструмент управления основан на том, что сотрудники принимают преимущество руководства и с ним соглашаются (например, большой кабинет с дорогим ремонтом).
 - Лидерство – это делегирование построения картины мира от ведомого к лидеру, связанное с более адекватной картиной мира у лидера.
 - Информационное дистанцирование – это локальное лидерство (лидерство в каком-то вопросе).
 - Администрирование – это создание правил нормирования поведения сотрудников и системы поощрений и наказаний.
 - Делегирование – это определение перечня прав, которые руководитель делегирует и которые не делегирует сотруднику.

Передавайте Вашим франчайзи те инструменты управления, которыми Вы уже овладели

Ноу-хау франшизы. Команда

1. Поиск персонала
 - тексты объявлений
 - скрипты проведения первичных собеседований
 - критерии отбора персонала
2. Отбор персонала
 - сценарий проведения собеседований
3. Адаптация персонала
 - должностная подготовка
4. Кадровое делопроизводство
 - инструкция по ведению кадрового делопроизводства

Ноу-хау франшизы. Обучение

Программа обучения, аттестации и стажировки

1. Обучение франчайзи в течение 5 рабочих дней
2. Обучение проведению обучения и аттестации
3. Видео, аудио, текстовые материалы по проведению обучения и аттестации новых сотрудников
4. План регулярных тренингов
5. Информационные блоки: история компании, ценности, миссия, цели, задачи, знакомство с коллективом, этапы запуска бизнеса по франшизе, терминология, HR, продукт, маркетинг, продажи, финансы и бухгалтерия

Ноу-хау франшизы. Продукт

1. Полный перечень услуг
2. Методы и технологии оказания услуг
3. Список необходимого оборудования с описанием технических данных

Ноу-хау франшизы. Маркетинг

1. Критерии по подбору помещения для офиса и производственной площадки, консультации по поиску места и согласование
2. Право использования обозначения компании в предпринимательской деятельности Лицензиата
3. Руководство по использованию фирменного стиля и требования относительно использования товарных знаков и других знаков и обозначений

Ноу-хау франшизы. Продажи

1. Сценарий проведения переговоров с клиентами
2. Этапы проведение переговоров с клиентами
3. Скрипты продаж
4. Подключение, установка и настройка программного обеспечения
5. CRM

Ноу-хау франшизы. Юридический блок

1. Инструкция по регистрации юридического лица, открытию расчетного счета
2. Юридическая документация по запуску и операционному сопровождению деятельности точки
3. Договор аренды площадей
4. Трудовые договоры с сотрудниками
5. Договор оказания услуг
6. Иные договоры

Ноу-хау франшизы. Бухгалтерия

1. Инструкция по ведению бухгалтерского учета
2. Образец ежемесячного БДДС
3. Образец ежемесячного отчета
4. Правила взаиморасчетов с контрагентами

Ноу-хау франшизы. Бизнес-аналитика

1. Финансовая модель с рекомендациями по переменным и постоянным расходам
2. Правила финансового планирования

Ответственность франчайзера в процессе операционной деятельности

Смысл всех действий выражает «Пирамида Франчайзера»



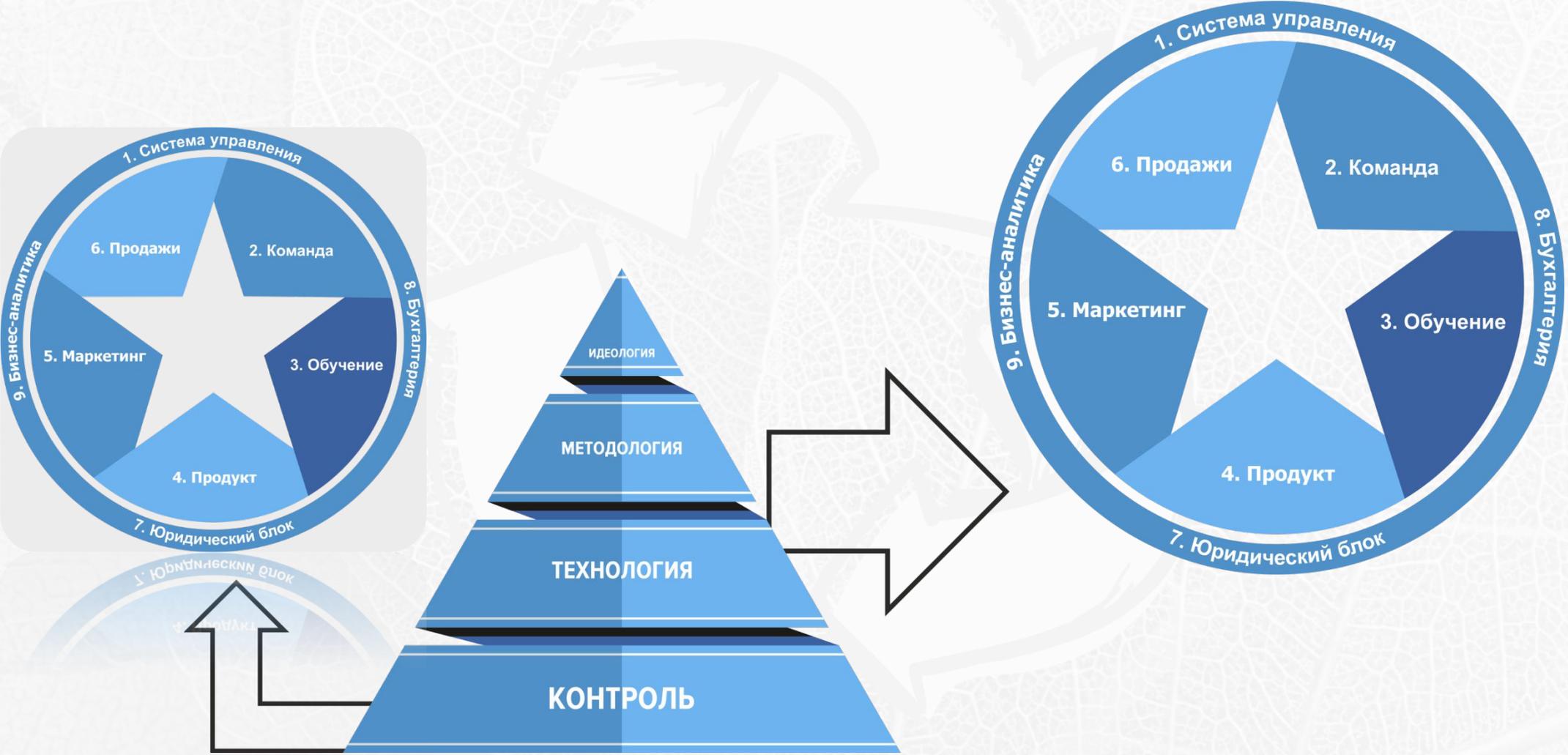
ИДЕОЛОГИЯ – это определение ключевых ценностей компании, миссии, бизнес-идеи и стратегии и долгосрочных целей

МЕТОДОЛОГИЯ – это определение способов и принципов достижения целей компании

ТЕХНОЛОГИЯ – это путь получения желаемого результата с наименьшими затратами денег и времени

КОНТРОЛЬ – это процесс наблюдения и фиксации количественных и качественных показателей бизнес-процессов и их участников

Пирамида Франчайзера. Передача видения, опыта и знаний



Сопровождение франчайзи. Пирамида франчайзера. Передача опыта, видения и знаний

Передовые наработки по бизнесу:

1. Система управления
2. Команда
 - 1 раз в 2 года обучающие консультации по развитию корпоративной культуры для руководителей и персонала
3. Обучение
 - предоставление актуальной информации о рынке
4. Продукт
 - 1 раз в квартал консультации по ассортименту услуг, улучшению качества услуг
5. Маркетинг
 - размещение информации об открытии офиса франчайзи в сообществах в социальных сетях компании
 - консультации по привлечению клиентов и партнеров
 - доступ к новым маркетинговым разработкам
 - рекомендации по ценообразованию
6. Продажи
 - Каждые полгода консультации по увеличению выручки
7. Юридический блок
 - консультации по оптимизации расходов каждый квартал
8. Бухгалтерия
9. Бизнес-аналитика
 - консультации по финансовому планированию и анализу

Пирамида франчайзера. Контроль выполнения

Бизнес процесс	Контрольные точки
Система управления	Растущая прибыль и стоимость компании, а также увеличивающаяся доля рынка компании
Команда.	Своевременно закрытые вакансии компании высокопроизводительными сотрудниками, которые своей работой повышают прибыль компании, ее стоимость и долю рынка
Обучение	Сотрудники, обученные и прошедшие аттестацию по: специальным (собранным в компании) знаниям для соответствующей должности передовым знаниям рынка
Продукт	Благодарственные отзывы от клиентов, % повторных покупок клиентов, рекомендации клиента продукта компании своему кругу общения, Растущий LTV
Маркетинг	Количество переданных лидов в отдел продаж, соответствующих портрету идеального клиента
Продажи	Выполнение планов по воронке продаж
Юридический блок	Отсутствие судебных споров, претензий от контролирующих организаций
Бухгалтерия	Отсутствие претензий от налоговой
Бизнес-аналитика	Совпадение на 90-95% прогнозов в сформулированных выводах на основе собранных в дэшборд показателей о наиболее эффективных действиях компании в текущий момент времени (месяц), а также в краткосрочном (квартал-полгода) и среднесрочном периоде (полгода-год)

Ответственность франчайзи в процессе операционной деятельности. Звезда франчайзи



Франчайзинговое направление «Утилитсервис»

Должность	Результат для компании, ЦКП
Руководитель отделения франчайзинга	Отлаженная работа действующих франчайзи и постоянный рост франчайзинговой сети
Менеджер по запуску	Франчайзи, прошедшие обучение, знающие и понимающие как им действовать на старте проекта
Региональный директор	Выполнение плана продаж курируемых франчайзи; продажа дополнительных услуг от франчайзера
Менеджер по сопровождению	Быстрое решение всех возникающих вопросов франчайзи

Общие нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность «Утилитсервис»

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 года;
2. Гражданский кодекс Российской Федерации часть первая от 30 ноября 1994 года №51-ФЗ;
3. Гражданский кодекс Российской Федерации часть вторая от 26 января 1996 года №14-ФЗ;
4. Гражданский кодекс Российской Федерации часть третья от 26 ноября 2001 года №146-ФЗ;
5. Гражданский кодекс Российской Федерации часть четвертая от 18 декабря 2006 года №230-ФЗ;
6. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 года №146-ФЗ;
7. Налоговый кодекс Российской Федерации часть вторая от 05 августа 2000 года №117-ФЗ;
7. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 года №197-ФЗ;
8. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08 августа 2001 года №129-ФЗ;
9. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06 декабря 2011 года №402-ФЗ;
10. Федеральный закон «О персональных данных» от 27 июля 2006 года №152-ФЗ;
11. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 года №38-ФЗ;
12. Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29 июля 2004 года №98-ФЗ;
13. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 4 мая 2011 года №99-ФЗ;
14. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
15. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ;
16. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»;
17. Уголовный кодекс Российской Федерации (УК РФ) от 13 июня 1996 года №63-ФЗ;
18. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;
19. Федеральный закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования»;
20. Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».
21. Федеральный закон от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа»;
22. Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»;
23. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 400-ФЗ «О страховых пенсиях»;
24. Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»;
25. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Специальные нормативно- правовые акты, регулирующие деятельность «Утилитсервис»

1. Федеральный закон от 10.01.2002 №7-ФЗ «Об охране окружающей среды»;
2. Федеральный закон от 24.06.1998 №89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» (документ не прямого действия, его конкретизируют более десятка подзаконных актов);
3. Федеральный закон от 04.05.1999 №96-ФЗ «Об охране атмосферного воздуха»;
4. Федеральный закон от 30.03.1999 №52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»;
5. Федеральный закон от 04.05.2011 №99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
6. Постановление Правительства РФ от 03.10.15 №1062 «О лицензировании деятельности по сбору, транспортированию, обработке, утилизации, обезвреживанию, размещению отходов I – IV классов опасности»
7. СанПиН 2.1.7.1322-03 «Гигиенические требования к размещению и обезвреживанию отходов производства и потребления»;
8. СанПиН 42-128-4690-88 «Санитарные правила содержания населенных мест»;

Основные бизнес-процессы франшизы, требующие юридического сопровождения

1. Продажа франшизы
2. Подбор и подготовка помещения
3. Оформление трудовых взаимоотношений с сотрудниками
4. Продажи

Подготовка пакета юридических документов для франшизы

1. Продажи франшизы, передача права пользования товарным знаком

- Договор коммерческой концессии
- Договор на сопровождение

2. Подбор и подготовка помещения

- Договор аренды помещения

3. Оформление трудовых взаимоотношений с сотрудниками

- Трудовые договоры

4. Продажи

- Договоры на оказание услуг

Порядок подписания юридических документов с франчайзи

01

Договор о намерениях

02

*Лицензионный договор / договор
коммерческой концессии*

Договор на сопровождение

Договор о неразглашении

03

Акт приемки

Установление паушального взноса и роялти

Паушальный взнос – это вступительный платеж франчайзеру.

На уровень паушального взноса влияют:

- 1) Срок окупаемости бизнеса
- 2) Предоставляемые услуги для франчайзи на этапе запуска бизнеса (инвестиции в запуск франшизы со стороны франчайзера)
- 3) Паушальный взнос прямых и косвенных конкурентов со схожим уровнем инвестиций

Паушальный взнос позволит франчайзеру покрыть расходы на этапе запуска проекта: в стоимость паушального взноса может входить стоимость предоставления команды профессионалов для помощи в запуске точки, разработка сайта, подключение программного обеспечения и прочее.

Роялти – ежемесячные платежи франчайзи франчайзеру, которые взимаются в процессе операционной деятельности как плата за поддержку от Головной организации.

На уровень роялти влияют:

- 1) Рентабельность франшизы
- 2) Срок окупаемости бизнеса
- 3) Предоставляемая поддержка франчайзи в процессе операционной деятельности
- 4) Затраты на содержание отдела сопровождения франчайзи
- 5) Вид франчайзинга
- 6) Размер роялти прямых и косвенных конкурентов со схожим уровнем инвестиций

Для франчайзи важно прозрачно показать, какой он будет платить паушальный взнос и роялти и что он получит за данный платеж.

Формы роялти и периодичность оплаты

Роялти устанавливается в % от выручки, % от маржи или в фиксированном размере. Чем выше контроль франчайзера над операционной деятельностью франчайзи, тем чаще устанавливается роялти в %. Фиксированный роялти может изменяться в зависимости от сезона. Также величина роялти может изменяться в зависимости от результатов франчайзи: чем выше - тем меньше роялти.

Периодичность взимания роялти, как правило, устанавливается раз в месяц. При этом может меняться форма оплаты: предоплата или постоплата.

Размер паушального взноса

Факторы, влияющие на размер роялти	Комментарии		
Срок окупаемости бизнеса	От 6 месяцев		
Рентабельность франшизы	Около 40 %		
Затраты на запуск франшизы со стороны франчайзера	Передача НОУ-ХАУ с учетом альтернативных издержек сотрудников – около 70 тыс. руб.		
Размер паушального взноса у франшиз со схожими инвестициями и сроком окупаемости *	Название	Паушальный взнос.	Инвестиции.
	Металлоломная компания «Тайммет Вторчермет»	От 500 тыс. руб.	От 2,2 млн. руб.
	Изготовление свайных фундаментов «Стройматик»	От 200 тыс. руб.	От 2,6 млн. руб.
	Производство автохимии «ХимRussia»	30 тыс. руб.	От 2 млн. руб.
Размер паушального взноса у прямых конкурентов	Название	Паушальный взнос.	Инвестиции,
	ЭКОИНВЕСТ	От 499 до 1 297 тыс. руб.	От 3 500 тыс. руб.
	Ртутная безопасность	200 тыс. руб.	От 2 до 20 млн. руб.
	Эко Архитектура	Нет открытой информации	От 4 млн. руб.

*- По данному пункту рассматриваются франшизы, которые вызовут интерес у потенциального франчайзи, если в выборе он ориентируется на объем требуемых инвестиций , а не конкретно на франшизу в данной сфере деятельности .

Размер паушального взноса

- Паушальный взнос на франчайзинговом рынке утилизирующих предприятий варьируется от 200 000 руб. до 1 297 000 руб.
- Средний размер роялти у конкурентов 10% от оборота в месяц

Рекомендуем установить паушальный взнос в диапазоне от 300 до 600 тыс. руб. В паушальный взнос входит:

- Передача товарного знака и бренда «Утилитсервис»
- Обучение франчайзи: руководства и консультации по управлению, HR, обучению, продажам, маркетингу, продукту, финансам и бухгалтерии
- Обучение персонала франчайзи Головной организацией
- Передача видеоинструкций, аудиоматериалов
- Предоставление готовых рекламных макетов
- Список необходимого оборудования и материалов для оборудования помещений
- Полная консультация и поддержка на этапе запуска франшизы
- Настройка и обучение корпоративной CRM системы
- Юридическая поддержка в получении разрешительной документации
- Помощь в заключении первых договоров

Также паушальный взнос позволит франчайзеру покрыть расходы на создание отдела сопровождения франчайзи.

Размер роялти и других регулярных сборов

Факторы, влияющие на размер роялти	Комментарии		
Срок окупаемости бизнеса	От 6 месяцев		
Рентабельность франшизы	Около 40 %		
Затраты на содержание отдела франчайзи	Руководитель отделения франчайзинга, менеджер по запуску, региональный директор, менеджер по сопровождению – более 200 тыс. руб.		
Вид используемого франчайзинга	производственный		
Размер роялти у франшиз со схожими инвестициями и сроком окупаемости	Название	Роялти.	Инвестиции, тыс. руб.
	Металлоломная компания «Тайммет Вторчермет»	От 25 тыс. руб. в месяц	От 2,2 млн. руб.
	Изготовление свайных фундаментов «Стройматик»	От 15 тыс. руб. в месяц	От 2,6 млн. руб.
	Производство автохимии «ХимRussia»	15 тыс. руб. в месяц	От 2 млн. руб.
Размер роялти у прямых конкурентов	Название	Роялти	Инвестиции, тыс. руб.
	ЭКОИНВЕСТ	От 10 % в месяц	От 3,5 млн. руб.
	Ртутная безопасность	От 10 % в месяц	От 2 до 20 млн. руб.
	Эко Архитектура	Нет открытой информации	От 4 млн. руб.

Размер роялти и других регулярных сборов

Рекомендуемый размер роялти: 10%-15% от оборота в месяц

В роялти входит:

- Поддержка франчайзи по всем возникающим вопросам в процессе операционной деятельности
- Полное сопровождение в тендерах
- Ведение бухгалтерского учета
- Еженедельные консультации
- Регулярное проведение консультаций по ценообразованию, увеличению уровня выручки, управлению сотрудниками и прочее

Данный уровень роялти позволит покрыть расходы на содержание отдела сопровождения франчайзи.

Рекомендуем не устанавливать маркетинговый сбор так как франчайзер не будет заниматься активным развитием бренда. Франчайзи может самостоятельно вкладывать определенный уровень выручки в маркетинг (по согласованию с Головной организацией).

С учетом всех вышеперечисленных фактов, рекомендуем установить :

Паушальный взнос: от **300 до 600 тыс. руб.**

Размер роялти: **10%-15% от оборота в месяц**

Маркетинговый сбор: **не устанавливать**

Рекомендуемые франчайзинговые пакеты

Основными факторами при разделении франчайзинговых пакетов являются:

1. Масштаб города: Количество потенциальных клиентов, развитие бизнеса- платежеспособность и менталитет. (удаленность, пробки и т.д.) Активность контролирующих органов Уровень операционные затраты – логистика

2. Расходы на открытие бизнеса со стороны франчайзи.

Уровень вовлеченности франчайзи в процесс открытия точки

3. Расходы на открытие точки со стороны франчайзера

Уровень поддержки франчайзи

4. Операционное управление франшизой

Кто занимается: франчайзер или франчайзи

Рекомендуемые франчайзинговые пакеты

Франчайзинговые пакеты - это разные "комлектации" Вашей франшизы, каждая из которых имеет свой набор "опций". Франчайзинговые пакеты расширяют круг потенциальных покупателей франшизы и тем самым увеличивают доход франчайзера.

Для франшизы компании «Утилитсервис» рекомендуется выделить 3 франчайзинговых пакета в зависимости от численности населения города, для которого приобретается франшиза. Данное разделение считается оптимальным в связи с тем, что в городах с разным уровнем экономического развития, как правило, разный уровень цен, выручки и соответственно затрат на запуск бизнеса.

Также рекомендуется продавать франшизу только одному франчайзи на один город (передавать в управление территорию). Таким образом, франчайзи будет иметь эксклюзивное право на открытие в своем городе (регионе) определенного количества точек.

Рекомендуемые франчайзинговые пакеты

	«Town»	«City»	«Megapolis»
	Для городов с населением от 200 до 500 тыс. человек	Для городов с населением от 500 тыс. до 1 млн. человек	Для городов с населением от 1 млн. человек
Паушальный взнос, тыс. руб.	300	400	600
Инвестиции, тыс. руб.	3 025 000	3 125 000	3 325 000
Роялти (ежемесячно), % от оборота.	15% (с 4-ого месяца работы)	15% (с 4-ого месяца работы)	10% (с 4-ого месяца работы)

Распределение инвестиций

Инвестиции	Сумма, тыс. руб.
Помещение	
Аренда производственной площадки, тыс. руб. (3мес)	60
Аренда офисного помещения (3мес)	45
Ремонт, тыс. руб.	70
Закупка и установка основного производственного оборудования:	
Инсинератор ИУ-500 + доставка	600 000
20 ф ж/д контейнер + установка	50 000
20 ф морской рефконтейнера + установкой	350 000
Газель Термобудка (газ/бензин)	950 000
Монтаж навеса и подготовка бытовки	150 000
Закупка основного оборудования для офиса	
Компьютерное оборудование	40 000
Офисная мебель	45 000
Прочее	15 000
Административные расходы	
Оформление разрешительной документации	150 000
Заработная плата сотрудников (на 3 месяца)	150 000
Маркетинг	0
Накладные и непредвиденный расходы	50 000
Всего, тыс. руб.	2 725 000

Стабилизирующие факторы франчайзинговой сети «Утилитсервис»

Основная идея: факторы удержания франчайзи в сети

Факторы, препятствующие выходу из сети

- Гарантированный, непрерывный поток заявок от клиентов

Факторы, мотивирующие франчайзи находиться в сети

- Общая рекламная кампания, деятельность под зарекомендованным брендом
- Полное сопровождение в тендерах
- Создание общей дружелюбной корпоративной культуры сети
- Консалтинг в управлении бизнесом
- Предоставление руководства с описанием всех необходимых бизнес-процессов для ведения бизнеса
- Обоснованность взимания роялти
- Еженедельные консультации

Портрет идеального клиента

Какие бывают клиенты?

Целевая аудитория – это такие клиенты, с которыми интересно выстраивать долгосрочные отношения: они будут покупать постоянно, и нашей компании интересно помогать таким клиентам решать их профессиональные задачи.

Нецелевая аудитория – это не обязательно те, кто не купит, по разным причинам часть «не ЦА» может сделать 1-2 покупки (например, приверженец здорового питания раз в полгода может зайти в Макдональдс).

Идеальный клиент – это клиенты, которые Вас вдохновляют и заряжают энергией, которым Ваша компания сможет дать значительно больше ценности, чем другим клиентам, и сами клиенты могут для Вашей компании принести в 10-20-30 раз больше дохода, чем другие клиенты.

Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

1. Инвесторы. Владельцы или генеральные директора крупных промышленных, строительных и нефтегазовых компаний и т.д. Для них на первый план выходит статус (известность, бренд) франшизы и количество чистой прибыли, которую они могут приносить. Инвесторы рассматривают открытие бизнеса как возможность диверсификации бизнеса. Это крупные производства, сети магазинов и ресторанов. Суммарные инвестиции могут быть любыми и измеряются десятками миллионов рублей/долларов.

Почему инвесторам может быть интересна франшиза «Утилитсервис»?

- ✓ Расширение спектра предоставляемых услуг с помощью франшизы «Утилитсервис»
- ✓ Один из немногих видов бизнеса, развивающихся даже в кризисные периоды

Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

2. Эксперты. Это люди, которые работают в определенной области бизнеса и обладают рынками сбыта, конкретным опытом, денежными, материальными и другими ресурсами. Покупка франшизы может являться инструментом развития уже существующего бизнеса. Рассматривают вложения во франчайзинговые проекты смежных направлений деятельности. Суммарные инвестиции до 1 000 000 долларов.

Почему экспертам может быть интересна франшиза «Утилитсервис»?

- ✓ Регулярное получение прибыли на основе существующей концепции бизнеса
- ✓ Возможность начать собственный бизнес при поддержке команды специалистов
- ✓ Избегание возможных ошибок и незапланированных затрат при осуществлении предпринимательской деятельности (минимизация рисков)

Рекомендации: Данный тип имеет опыт и высоко заинтересован в успешной реализации проекта. Отличный партнер для построения франчайзинговой сети.

Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

3. Баловни судьбы. Это жены, дети, племянники и другие родственники обеспеченных и успешных людей – в общем, те люди, которые не покупают сами, а которым дарят бизнес по франшизе. Повышенным спросом среди этой категории клиентов пользуются туристические компании, спа-салоны, салоны красоты, магазины одежды и бизнесы в сфере общепита (кафе-рестораны). Суммарные инвестиции составляют до 30 000 000 рублей, срок окупаемости проекта второстепенен.

Почему баловням судьбы может быть интересна франшиза «Утилитсервис»?

- ✓ Самореализация в сфере интересного им бизнеса
- ✓ Запуск бизнеса с хороших стартовых позиций с поддержкой команды специалистов
- ✓ Получение доступа к активной бизнес-среде актуальной сферы предпринимательства

Рекомендации: заключать договор с данным типом только убедившись в серьезности намерений работать по данному направлению. Будьте готовы «вести за руку» такого партнера на каждом шаге.

Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

4. Приверженцы бренда. Это группа постоянных потребителей услуг, ассоциирующих с брендом свой образ жизни. Их главная мотивация – стать частью (представителем) бренда, чтобы ассоциации у потребителей в определенном регионе были связаны именно с ним. Суммарный объем инвестиций – до 10 000 000 рублей.

Почему приверженцам бренда может быть интересна франшиза «Утилитсервис»?

- ✓ Возможность стать частью (представителем) бренда
- ✓ Продвижение бренда в своем регионе
- ✓ Возможность развиваться сразу после подписания договора

Рекомендации: Данный тип очень лоялен и может стать очень успешным франчайзи. В то же время заключайте договор с данным типом покупателей, только убедившись, что клиент лоялен к Вашей компании достаточно давно и имеет серьезный интерес к франшизе.

Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

5. Наемные работники. Это люди, которые работают по найму руководителями бизнесов или на ключевых должностях в различных компаниях. Их характеризует высокий уровень ответственности, принятие решений с «холодной головой». Основное требование, предъявляемое к компании-франчайзеру – это стабильность. Суммарный объем инвестиций – до 5 000 000 рублей.

Почему «Наемным работникам» может быть интересна франшиза «Утилитсервис»?

- ✓ Возможность в разумные сроки увеличить свой доход в несколько раз
- ✓ Стабильность с самого начала развития бизнеса, так как в распоряжении имеется опыт франчайзера
- ✓ Получение доступа к активной бизнес-среде актуальной сферы предпринимательства
- ✓ Возможность получения независимости и новых возможностей
- ✓ Повышение компетенций в сфере управления бизнесом

Рекомендации: Данный тип покупателей заинтересован в успешности проекта. С другой стороны, имеет недостаточно опыта в ведении бизнеса в данной сфере, поэтому будьте готовы оказывать поддержку такому партнеру на каждом шаге.

Портрет идеального клиента для франшизы «Утилитсервис»

Параметры идеального клиента

Личностные характеристики и качества:

Пол: мужской

Возраст: от 30 до 45 лет

Место жительства: города с населением от 200 тыс. человек

Доход: средний и выше среднего

Семейное положение: женат

Предпочтения: желание развиваться и делать бизнес в сфере экологии и обращения с отходами производства, высокая доходность бизнеса, известный бренд

«Проблемы», которые он хочет решить (критерии выбора): увеличение дохода, повышение социального статуса

Страхи: непредвиденные риски, снижение благосостояния

Цель: создание стабильного долгосрочного бизнеса

Профессиональные навыки:

Образование: высшее

Опыт в предпринимательской деятельности: от 3 лет в сфере экологической безопасности, опыт управленческой деятельности

Дополнительно: наличие в собственности коммерческой недвижимости

Портрет идеального клиента для франшизы «Утилитсервис»

Пример идеального клиента:

- Собственники бизнеса, занимающиеся другими видами отходов и желающие освоить дополнительную нишу в бизнесе
- Человек из области здравоохранения (понимающий движение денежных средств в этой сфере и желающий без особых хлопот войти на рынок).

Целевая аудитория:

- Предприниматели из сферы экологии, арендаторы.
- Владельцы промышленных площадок вблизи городов.

Уникальное торговое предложение для франшизы «Утилитсервис»

Уникальность

- Откройте бизнес в сфере утилизации и обезвреживания медицинских и промышленных отходов 1-4кл. опасности и обеспечения экологической безопасности Вашего региона с оборотом от 20 млн. руб. в год

Специфичность

- Присоединяйтесь к команде профессионалов в сфере обращения с промышленными отходами, вместе с франшизой «Утилитсервис»

Срочность

- Успейте получить эксклюзивное право на открытие в своем городе филиала компании «Утилитсервис» и гарантированно получайте постоянный поток клиентов
- Успейте занять лидирующее место на рынке утилизации опасных отходов вместе с франшизой «Утилитсервис»

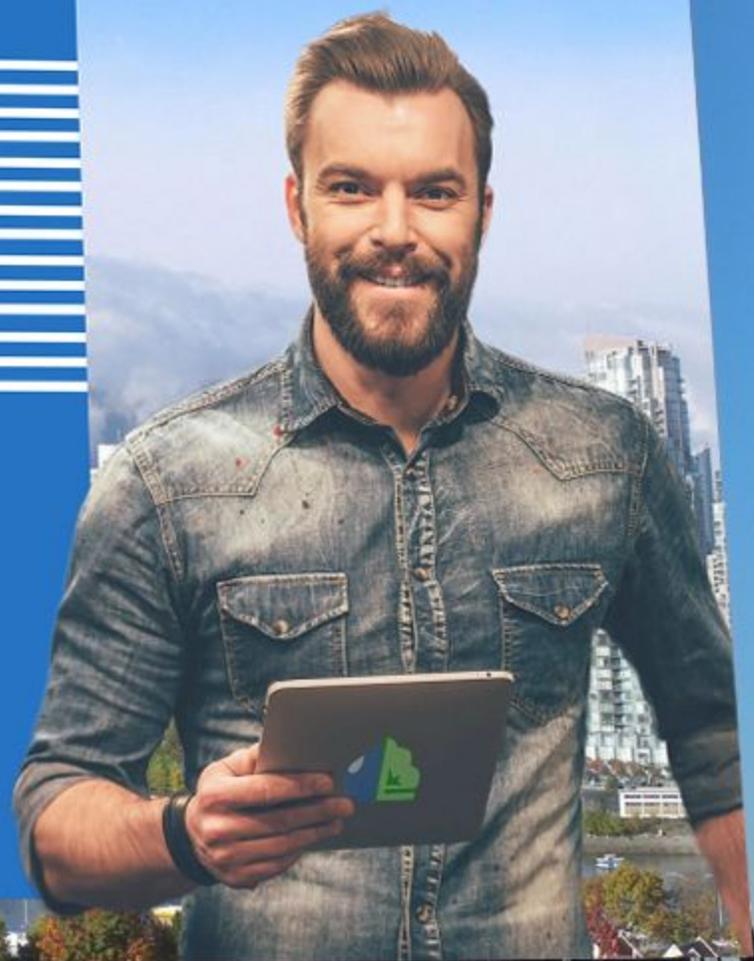
Полезность

- Просто следуйте нашим детальным инструкциям и запустите Ваш собственный бизнес уже через 4 месяца
- Франшиза «Утилитсервис» – высокорентабельный бизнес в сфере экологии с постоянным спросом не имеющим сезонности!

БИЗНЕС, В КОТОРОМ НУЖДАЕТСЯ КАЖДЫЙ ГОРОД



**– франшиза современного
предприятия по утилизации
отходов «Утилитсервис»**



REGENCY



ОТКРОЙТЕ БИЗНЕС
в сфере обеспечения
экологической
безопасности с оборотом

от 20 млн. Р
в год



Экологичный бизнес
с доходом более

300 000 Р

каждый месяц

франшиза компании
по утилизации отходов
«Утилитсервис»

ОТКРОЙТЕ СОВРЕМЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ



ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

с франшизой автоматизированной компании
по утилизации отходов «Утилитсервис»

Рекомендуемая стратегия построения и развития франчайзинговой сети «Утилитсервис»

Позиционирование перед франчайзи – это современное оборудование, проверенная 5-летним опытом бизнес-модель и постоянная поддержка со стороны франчайзера.

Рекомендуем в первый год открывать не более 3 франчайзинговых предприятий, чтобы иметь возможность контролировать качество работы франчайзи, отточить все бизнес-процессы и довести соблюдение стандартов до 100%. Это позволит развивать розничную сеть по всей стране без потерь в качестве управления и выстраивать грамотную маркетинговую политику. Начиная со 2-3 года работы темпы развития будут более активные (до 5 точек), при этом необходимо укрепить команду по сопровождению франчайзи.

Залог успеха – поиск надежных партнеров, которые будут наиболее близко соответствовать портрету идеального покупателя. Основным инструментом поиска таких партнеров – холодные звонки, контекстная реклама (при сформированной базе целевых email-ов или номеров телефонов). Надежный партнер – человек, имеющий опыт управленческой деятельности.

Терминология франчайзинга

Франчайзинг

Franchising

Франчайзинг – это форма ведения бизнеса, при которой франчайзер представляет франчайзи проверенную на собственном опыте и успешную в течение длительного времени бизнес-идею. Франчайзер предлагает проверенные и испытанные «рецепты бизнеса», которые можно многократно применять в различных регионах. При этом у франчайзи есть возможность начать новый бизнес, избежав большинства ошибок и сократив путь, по которому неизбежно придется следовать тому, кто решит самостоятельно начать новое дело.

Франчайзер

Franchiser

Франчайзер – это собственник прав на франшизу. Лицензирует и «продает» (фактически, передает в пользование) свою интеллектуальную собственность (товарный знак, ноу-хау), сначала испробовав ее на собственном бизнесе.

Франчайзи

Franchisee

Франчайзи – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, приобретающий права на франшизу на определенной территории согласно франчайзинговому договору или иного договора, направленного на создание франчайзинговой точки или сети на этой территории.

Терминология франчайзинга

Паушальный взнос (Вступительный)

Franchise Fee (Up-front, Front-end, Initial, Fixed)

Паушальный взнос – это разовый платеж франчайзеру, который покрывает расходы по предоставлению услуг и подготовке персонала франчайзи, премию франчайзера за ноу-хау и пользование франчайзи фирменным наименованием и/или товарным знаком для товаров/услуг. Паушальный взнос может включать плату за помещение, оборудование, товары, материалы и другие обусловленные договором элементы, предоставляемые франчайзи. Оплата происходит при заключении франчайзингового договора.

Роялти

Royalty

Роялти – это периодические платежи, которые выплачиваются франчайзи франчайзеру за сопровождение и помощь в развитии бизнеса, а также за пользование интеллектуальной собственностью. Обычно рассчитывается как процент от валовых продаж, также может иметь и форму фиксированной платы или включаться в стоимость продаваемого франчайзи товара/услуги. Может устанавливаться по прогрессивной или регрессивной шкале.

Маркетинговые/Рекламные услуги

Marketing/Advertising Services

Маркетинговые/рекламные услуги – это услуги по рыночным исследованиям, рекламе и продвижению товаров/услуг франчайзинговой сети. Франчайзер может установить дополнительный процент к роялти или фиксированный платеж на эти расходы (маркетинговый/рекламный взнос) или же обязать франчайзи использовать определенную (указывается в договоре) часть средств на проведение рыночных исследований, рекламу и продвижение товара.

Классификация франчайзинга

СЕРВИСНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Сервисный франчайзинг относится к сфере услуг. Франчайзер дает франчайзи права пользования своим ноу-хау в виде технологий и инструментов ведения бизнеса для предоставления определенного вида услуг. Франчайзи оформляет свою точку товарным знаком франчайзера, пользуется его поддержкой в обучении персонала и методологии обслуживания клиента. Также сервисный франчайзинг предусматривает доступ франчайзи к определенной информации, базам данных, специальному программному обеспечению. Например, сервисный франчайзинг используют парикмахерские, химчистки, юридические компании и т.д.

ТОРГОВЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Торговый франчайзинг сконцентрирован на сбыте или дистрибьюции товара франчайзера. В этом случае франчайзи необязательно полностью копирует бизнес-модель компании франчайзера, а только систему дистрибьюции и сервиса. Франчайзер передает в качестве франчайзингового пакета право на продажу и сервисное обслуживание фирменного товара, товарный знак, сам товар с идентифицируемым брендом. Например, торговый франчайзинг используют автодилеры.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Производственный франчайзинг является наиболее эффективной организацией производства определенного вида продукции. Фирма, обладающая секретом производства и запатентованной технологией изготовления, обеспечивает франчайзи сырьем и передает права на использование своей технологии. Наиболее ярким представителем, использующим систему производственного франчайзинга, является компания Coca-Cola.

СМЕШАННЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ

Смешанный франчайзинг сочетает в себе признаки предыдущих видов. Франчайзер может быть производителем товара, а франчайзи занимается реализацией его товара через свою франчайзинговую точку и одновременно предоставляет услуги, связанные с использованием этой продукции.

Классификация франчайзинга

ФРАНЧАЙЗИНГ ДИСТРИБУЦИИ ПРОДУКТА

Франчайзинг дистрибуции продукта характеризуется тем, что франчайзер делает ставку на интенсивное количественное развитие франчайзинговой сети, то есть увеличение территории сбыта своего товара. Франчайзи имеет право на продажу ассортимента товаров или предоставления перечня услуг под торговой маркой франчайзера. Классический пример - дистрибьюторы автомобилей.

ФРАНЧАЙЗИНГ БИЗНЕС-ФОРМАТА

Франчайзинг бизнес-формата является наиболее комплексным. Франчайзер передает франчайзи товарный знак, технологию ведения бизнеса, свои конкурентные преимущества и оказывает поддержку на всем протяжении действия договора. При этом ведение бизнеса осуществляется по единой методологии. Франчайзи полностью идентифицируется с франчайзером и становится частью общей корпоративной системы.

Формы франчайзинга

Форма франчайзинга определяет условия франшизы, закрепляя обязанности между франчайзером и франчайзи. Согласно международной классификации выделяют 4 формы франчайзинга:

1. Прямой франчайзинг. Является самым простым и наиболее распространенным методом развития сети. Договор на открытие одной точки заключается непосредственно между франчайзером и франчайзи. Контроль, поддержка, предоставление сопутствующих услуг и прочее описанное в договоре выполняется самим франчайзером.

2. Развитие территории. При данном виде франчайзер предоставляет право на открытие определенного количества франчайзинговых точек на оговоренной территории в установленные сроки. Обычно привлекаются франчайзи или субфранчайзи, которые уже имеют право работать под торговой маркой франчайзера.

3. Субфранчайзинг. Отличается тем, что франчайзер вместе с заключением договора предоставляет франчайзи часть своих прав по продаже франшизы и контролю за франчайзи третьим лицам. Передача прав также свидетельствует о переходе ответственности за развитие территории франчайзи.

4. Мастер-франчайзинг. Подразумевает полное делегирование своих прав, но не исключительного характера. Франчайзи получает практически такие же права и обязанности, как и франчайзер. Он получает полное право создавать предприятия и продавать франшизу третьим лицам. Обычно этот вид франчайзинга имеет очень крупные масштабы – территорией развития может быть целая страна или сразу несколько стран, объединенных по какому-либо признаку (экономическому, культурному, политическому и др.)

Среди выделенных видов франчайзинга наиболее медленному освоению рынка соответствует прямой франчайзинг, наиболее агрессивными методами завоевания рынка считаются субфранчайзинг и мастер-франчайзинг.

Что нужно для успешной франчайзинговой сети

- ✓ Маршрут франчайзингового развития
- ✓ Товарный знак
- ✓ Фирменный стиль
- ✓ Профессиональный менеджмент (включая сопровождение от головного офиса)
- ✓ Режим коммерческой тайны
- ✓ Маркетинг
- ✓ Система продаж (привлечение сильных партнеров)
- ✓ Автоматизация



Спасибо за внимание