

# Экспресс-анализ

франчайзингового предложения  
компании «НЕФРИТ»



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

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

Авторами настоящего аналитического отчета (экспресс-анализ) являются ООО «Франчайзинг 5» и ООО «НЕФРИТ». Любое распространение полного текста или выдержки из настоящего продукта возможно только с согласия одного из авторов. Незаконное использование объектов авторских и смежных прав влечет за собой гражданскую, административную и уголовную ответственность.

Исследование проведено в мае-июне 2018 года.

О компании

Тенденции  
рынка

Анализ  
регионов

Анализ  
конкуренентов

Этапы запуска  
франшизы

НОУ-ХАУ  
франшизы

Звезда  
франчайзи

Основные  
бизнес-  
процессы

Финансовые  
условия  
франшизы

Портрет  
идеального  
клиента

Уникальное  
торговое  
предложение

Терминология  
франчайзинга

# Суть франшизы

Первый Маркет здоровья «НЕФРИТ» был открыт в 2007 году. Сегодня компания «НЕФРИТ» является лидером продаж массажного оборудования в России.

Покупая франшизу «НЕФРИТ», франчайзи получает в свое управление проверенный и отлаженный бизнес-механизм, а также бренд, который уже успел заслужить любовь и доверие населения.

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

# В цифрах и фактах

1. Первый Маркет здоровья «НЕФРИТ» был открыт в 2007 году в Самаре.
2. В 2017 году компания провела ребрендинг – ранее сеть называлась «Островок здоровья».
3. Сегодня «НЕФРИТ» – это сеть более чем из 20-ти магазинов массажного оборудования, представленная в Самаре, Тольятти, Урае, Уфе, Перми, Сальске, Липецке, Белгороде и Чите. Также компания реализует продукцию через собственный интернет-магазин, который действует на территории всей России.
4. Компания предлагает широкий спектр современного массажного оборудования – многофункциональные массажные кресла и массажеры. Клиенты имеют возможность бесплатно ознакомиться с оборудованием, оценить его эффективность и функциональность.
5. Компания «НЕФРИТ» предоставляет гарантию на массажеры до 2-х лет и осуществляет сервисное обслуживание. При заказе через интернет-магазин клиенты компании в обязательном порядке получают кассовый чек, товарную накладную и гарантийный талон.
6. С 2017 года ТМ «Маркет Здоровья Нефрит» является членом Ассоциации Специалистов по Приборам Домашнего Оздоровления (ASDRF) и корпоративным членом Академии Медико-Технических Наук РФ.
7. Миссия компании: «Здоровье нации через служение человеку».
8. На официальные страницы в социальных сетях «НЕФРИТ» подписано более 29 тыс. пользователей.
9. 30 000 человек ежемесячно становятся клиентами сети Маркетов здоровья «НЕФРИТ».
10. Средние показатели продаж в месяц 1-ой точки: 14 массажных подушек «Jm-back», 10 массажеров для ног «M-leg», 14 нефритовых матов «J-mat».
11. Средний чек составляет 25,5 тыс. рублей.
12. Окупаемость Маркета здоровья «НЕФРИТ» составляет от 3 до 5 мес.
13. Средняя ежемесячная выручка 1-ой торговой точки составляет 1 млн рублей.
14. Средняя ежемесячная чистая прибыль 1-ой торговой точки составляет 250 тыс. рублей. Рентабельность по чистой прибыли достигает 25%.

# Тенденции рынка

На деятельность компании «НЕФРИТ» оказывает влияние развитие рынка медицины.

- **Увеличение доли медицинских центров, развивающихся по франшизе.** Все чаще для масштабирования бизнеса собственники занимаются продвижением бизнес-модели в других регионах с помощью франшизы. Так, в 2017 году на франчайзинговом рынке появилось предложение «Медицинский центр Елены Малышевой» – новый проект по созданию сети медицинских центров от известной телеведущей, профессора, врача – Елены Васильевны Малышевой.
- **В смежной отрасли – фармакологии,** аналитики консалтинговой компании IPT Group в 2018 году прогнозируют рост 4–6% в натуральном и 9% в денежном выражении – до 1,58 трлн рублей. Рост рынка будет обеспечен, в том числе, за счет старения населения. Научное развитие отечественного фармакологического рынка говорит о развитии медицинской сферы в целом. В долгосрочной перспективе внедрение разработок отечественной фармакологии будет способствовать снижению издержек компаний, оказывающих медицинские услуги.
- **Рост заболеваемости населения.** На первых местах стоят сердечно-сосудистые заболевания, болезни органов дыхания, травмы и их последствия, диабет. Эти болезни являются наиболее частой причиной смертности. Согласно данным Росстат, темп прироста зарегистрированных больных с болезнями системы кровообращения составил 85%, эндокринной системы, расстройства питания и нарушений обмена веществ 64% за последние 16 лет (2010–2016 гг.).

Заболеваемость населения по основным классам болезней на 1 тыс. населения в 2008–2016 гг., по данным Росстата



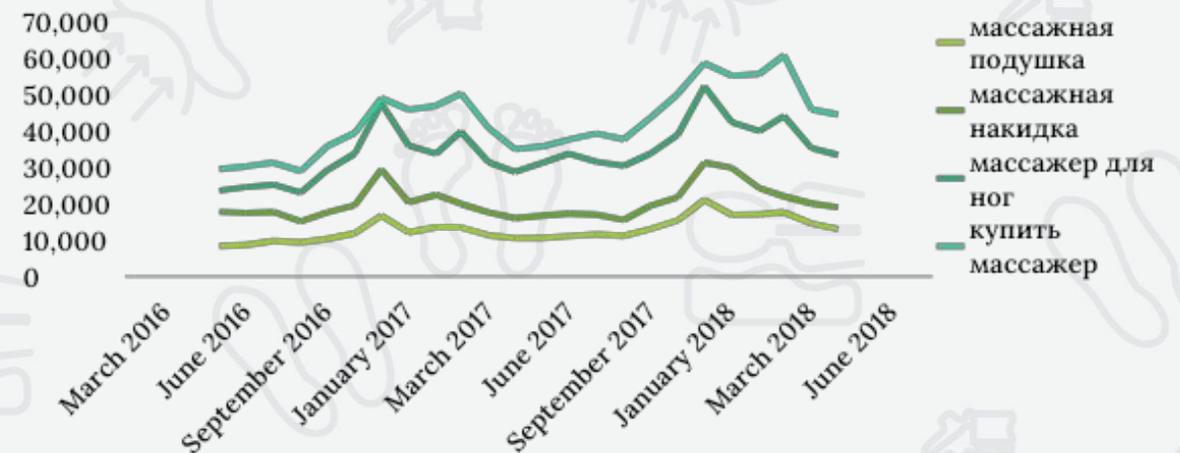
# Тенденции рынка

**Государственное стимулирование развития физического здоровья населения и повышение популярности спортивно-оздоровительных занятий.** Правительством разработана «Стратегия развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2020 года», основными целевыми ориентирами которой являются: увеличение до 35% общего числа людей систематически занимающихся физической культурой и спортом; повышение уровня обеспеченности населения спортивными сооружениями до 48%; доведение до 45% количества организаций, имеющих спортивные клубы, от общего количества организаций развивающих физическую культуру и оздоровительные направления.

**Рост рынка.** Рынок массажеров и оборудования в 2017 году вырос на 13,7% до 5,2 млн шт. в натуральном выражении. В стоимостном выражении рынок продемонстрировал рост на 8,7% и составил 74,1 млн \$, согласно данным маркетингового агентства DISCOVERY Research Group. Стоит отметить, что рынок массажеров и оборудования в большей мере определяется объемами импорта: доля производства в общем объеме рынка в стоимостном выражении составила 2,5% в 2017 г., в натуральном выражении объем производства отечественных массажеров составил 28,2 тыс. шт.

По данным аналитической системы Яндекс.Wordstat, спрос на массажеры является сверхпопулярным: запросы в интернете на словосочетание «массажер купить» возросли в 1,5 раза за период июнь 2016 – май 2018 гг. Растет спрос и на конкретные массажеры: абсолютное число поисковых запросов «массажная подушка» возросло более чем на 55% (с 8,3 тыс. до 13 тыс. в месяц), достигнув максимального значения в декабре 2017 года (21 тыс.), количество запросов на словосочетание «массажер для ног» увеличилось более чем на 44% за анализируемый период, согласно данным Яндекс.Wordstat.

Динамика количества запросов, согласно данным Яндекс.Wordstat за 2016-2018 гг.



# Тенденции рынка

**Развитие онлайн-сегмента в торговле.** С развитием гаджет-индустрии постепенно увеличивается доля покупок, которые пользователи совершают посредством мобильных устройств – мобильная коммерция становится отдельным сегментом электронной торговли.

- По данным «eMarketer», продажи в сегменте m-commerce в мире выросли на 40,3% в 2017 году до 1 357 млрд \$, что составляет 6% от общего объема розничных продаж. Для сравнения, в 2017 году общий объем продаж розничной электронной торговли во всем мире достиг 2 304 млрд \$, при этом на долю сегмента m-commerce приходилось 58,9% онлайн-продаж. Стоит отметить, что прирост на рынке e-commerce (+ 24,8% в 2017 году) был заметно ниже, чем по продажам через мобильные устройства.
- При совершении заказа российские пользователи чаще все еще выбирают ноутбуки и десктопы, мобильные устройства также вносят свой вклад. Как показал опрос «PayPal» и «Data Insight», в 2017 году 13,4% респондентов при последнем заказе в интернете совершали его через сайт онлайн-магазина с помощью смартфона, 12,3% ответивших использовали мобильное приложение.

В целом по России темп роста доли онлайн-торговли намного опережает традиционный ритейл. Несмотря на то, что пока доля онлайн-сделок не превышает 6%, большая часть оптово-розничных компаний диверсифицирует бизнес и расширяет своё присутствие на онлайн-рынке. Торговые компании на протяжении ближайших десятилетий, несомненно, будут актуальны, однако более востребованными на рынке станут те, кто активно внедряют и используют самые современные технические разработки.

Объем рынка m-commerce в мире (прогноз до 2021 г.), ANALYTICRESEARCHGROUP (ARG)



# Анализ привлекательности регионов для открытия франшизы «НЕФРИТ»

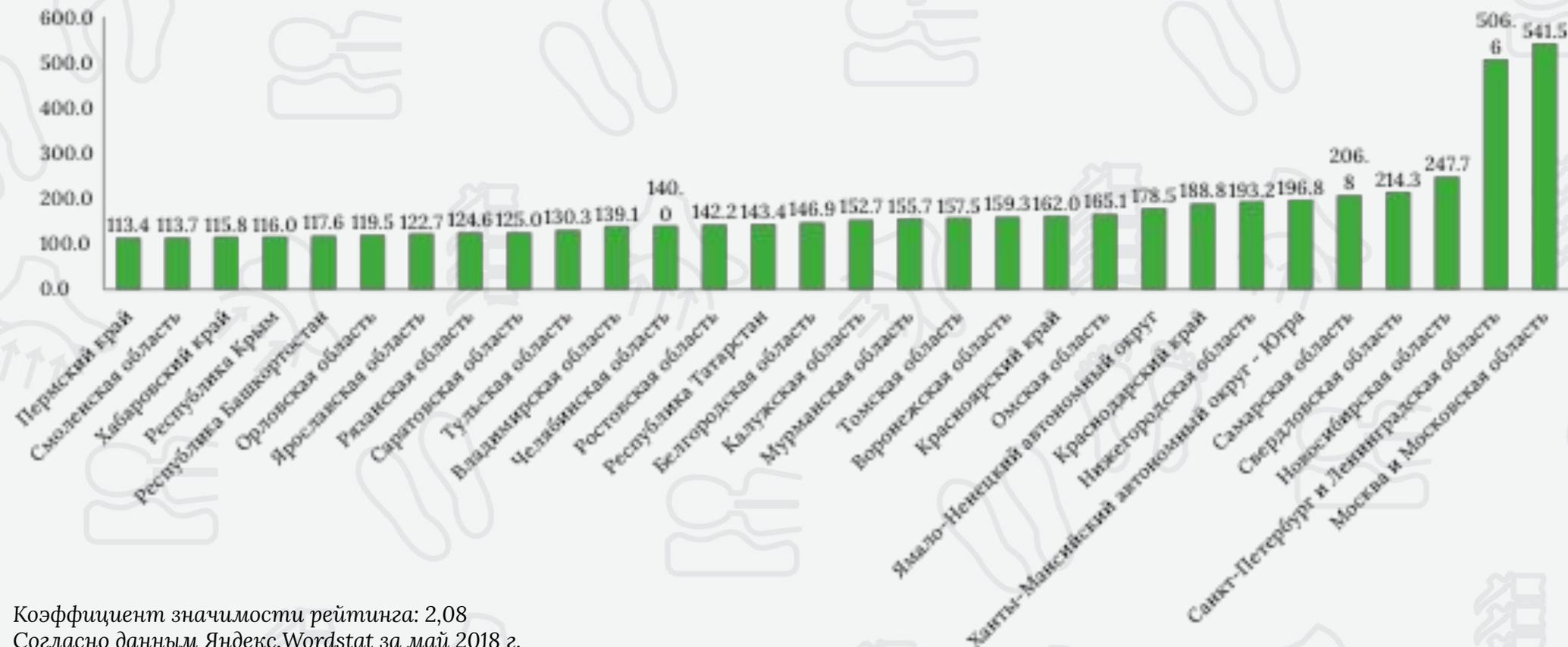
Для анализа привлекательности регионов рассмотрим:

- Регионы с наибольшей емкостью рынка по РФ, то есть регионы с наибольшим количеством запросов на конечный продукт;
- Обеспеченность городов России конкурентами;
- Регионы с наибольшим количеством запросов на открытие франшизы;
- Инвестиционную привлекательность регионов РФ;
- Регионы с наибольшей средней заработной платой.

Каждый регион рассматривается по заданным критериям анализа и затем ранжируется в порядке возрастания/убывания. Каждому региону в рейтинге присваивается балл (наиболее привлекательный регион – 1, следующий – 2...), и рейтингу присваивается коэффициент значимости в зависимости от степени влияния на компанию «НЕФРИТ». Исходя из суммы баллов по каждому анализируемому фактору, определим ТОП-30 регионов для открытия франшизы.

# Регионы с наибольшим количеством запросов на конечный продукт по РФ

Анализ проводился по запросам «купить массажер», «массажер отзывы», «массажный коврик», «массажная накидка», «массажная подушка», «массажер для ног», «массажер для спины», «массажер для шеи», «массажер для тела», «нефритовый мат», «массажное кресло» и по другим запросам. На графике представлен взвешенный спрос (количество запросов на 100 тыс. населения). Регионы с наибольшей долей запросов на численность населения считаются более привлекательными.



Коэффициент значимости рейтинга: 2,08  
Согласно данным Яндекс.Wordstat за май 2018 г.

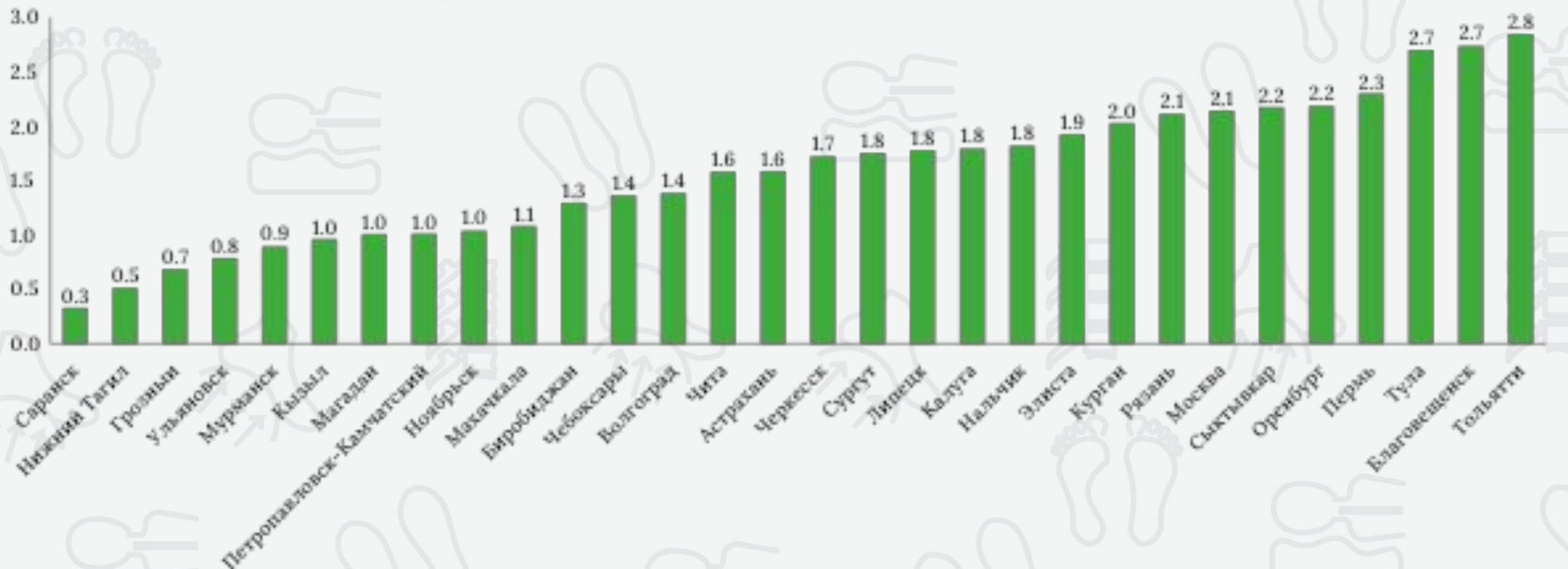
# Регионы с наибольшим абсолютным количеством запросов на конечный продукт

В таблице отражено фактическое количество запросов в регионе. Например, в Краснодарском крае более 9,6 тыс. запросов, что больше, чем в Свердловской области, однако по отношению к количеству жителей в регионе, привлекательность Свердловской области выше. Самарская область занимает 6-е место по абсолютному количеству запросов (6 701) и 5-ое место с относительным количеством 206,8 запросов на 100 тыс. жителей.

Москва и Московская область	92 068	Пермский край	3 196
Санкт-Петербург и Ленинградская область	23 615	Кемеровская область	3 136
Краснодарский край	9 675	Ставропольский край	2 963
Свердловская область	9 615	Волгоградская область	2 955
Нижегородская область	6 807	Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	2 820
Самарская область	6 701	Иркутская область	2 792
Новосибирская область	6 669	Республика Крым	2 716
Ростовская область	6 264	Тюменская область	2 241
Республика Татарстан	5 420	Белгородская область	2 220
Челябинская область	5 044	Тульская область	2 184
Республика Башкортостан	4 828	Приморский край	2 137
Красноярский край	4 804	Владимирская область	2 120
Воронежская область	3 789	Алтайский край	1 972
Омская область	3 433	Оренбургская область	1 891
Саратовская область	3 336	Удмуртская Республика	1 725

# Обеспеченность городов России конкурентами

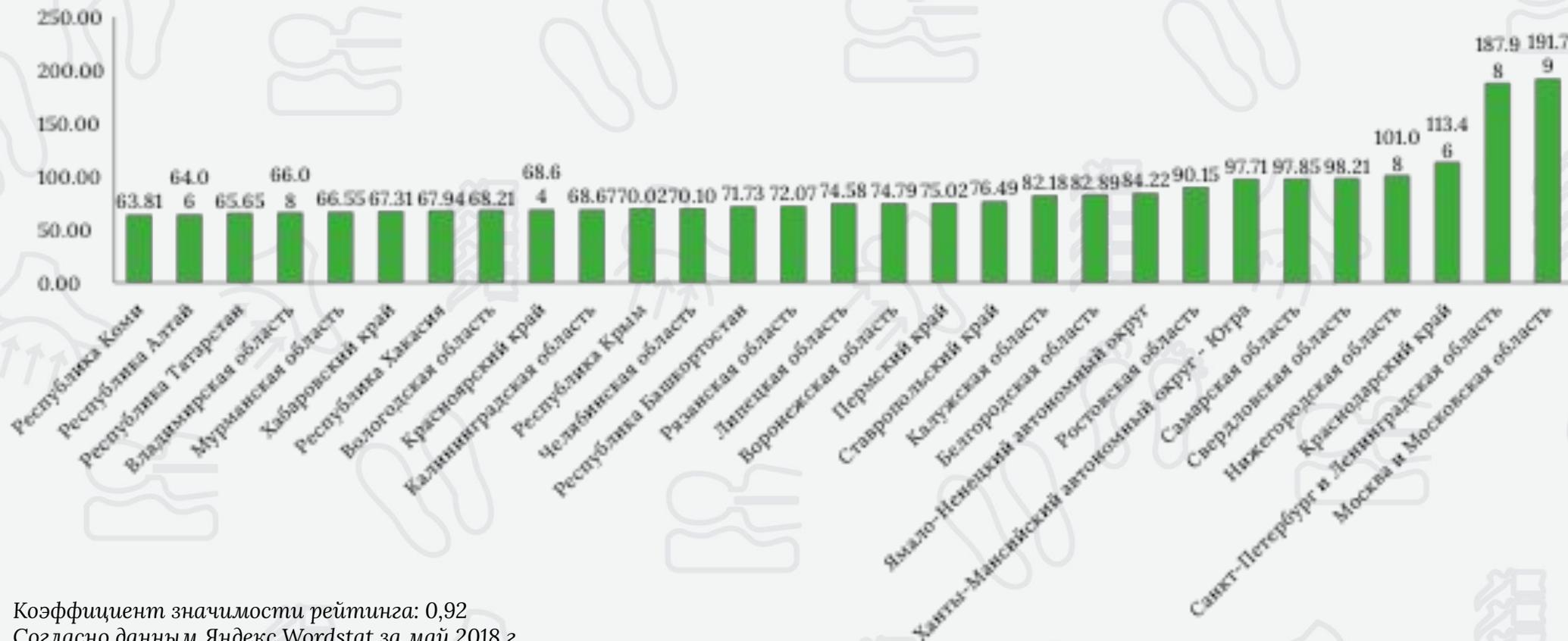
Наиболее привлекательными городами для открытия компании «НЕФРИТ» будут населенные пункты с наименьшей конкурентной средой.



Коэффициент значимости рейтинга: 1,32  
Количество компаний на 100 тыс. жителей, май 2018 г.

# Рейтинг регионов с наибольшим количеством запросов на открытие франшизы

Анализ проводился по запросам «франшиза здоровье», «франшиза медицина», «франшиза магазин», «торговая франшиза», «бизнес здоровье», «как открыть магазин», «готовый бизнес торговля», «медицинская франшиза», «социальная франшиза», «массаж бизнес», «массаж франшиза» и по другим запросам. Регионы с наибольшей долей запросов на численность населения считаются более привлекательными.



Коэффициент значимости рейтинга: 0,92  
Согласно данным Яндекс.Wordstat за май 2018 г.

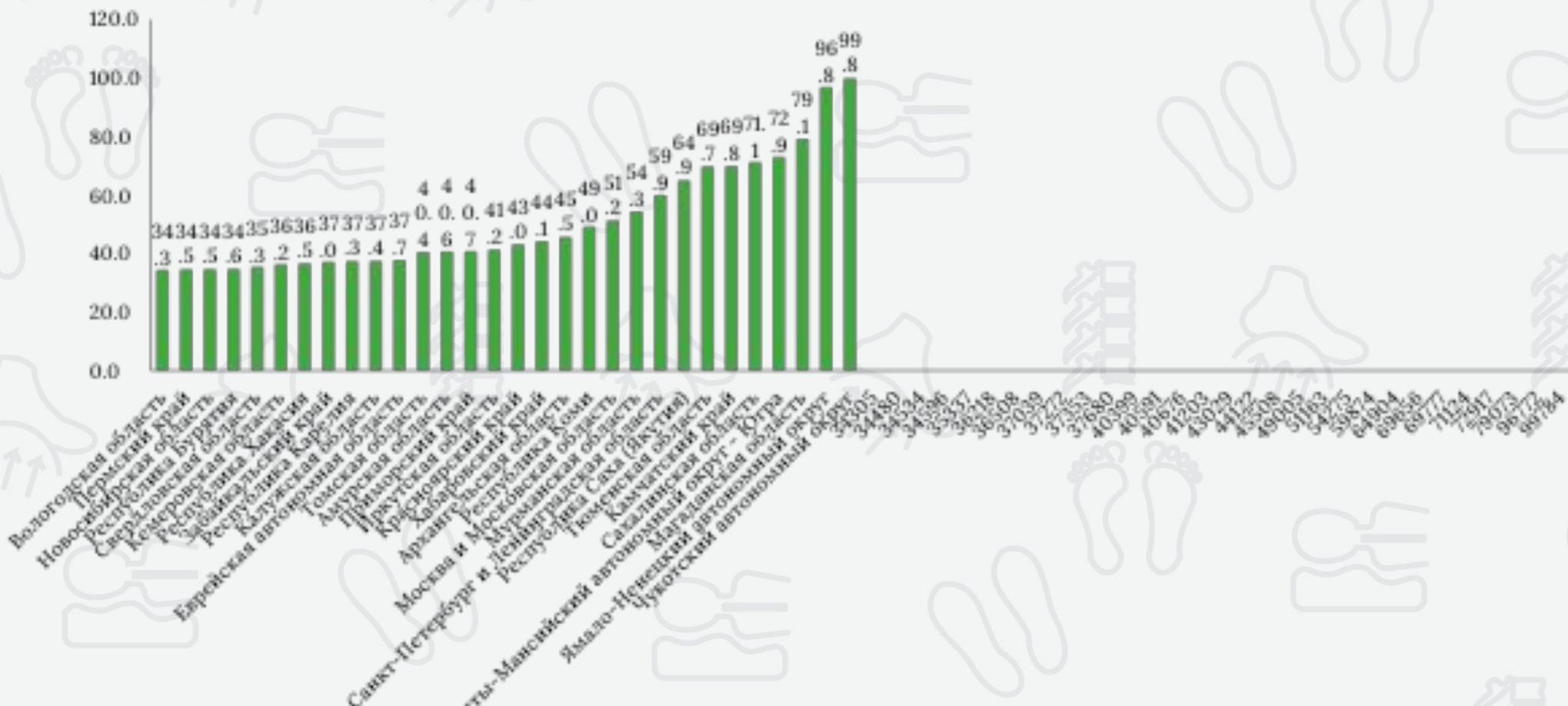
# Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России в 2017 г.

Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России ежегодно публикуется в рейтинговом агентстве «ЭКСПЕРТ РА» и оценивает инвестиционный климат субъектов Федерации. Ниже представлены данные по итогам 2017 года.

1. Москва и Московская область
2. Санкт-Петербург и Ленинградская область
3. Краснодарский край
4. Свердловская область
5. Республика Татарстан
6. Красноярский край
7. Нижегородская область
8. Ростовская область
9. Челябинская область
10. Республика Башкортостан
11. Самарская область
12. Пермский край
13. Белгородская область
14. Кемеровская область
15. Новосибирская область
16. Ханты-Мансийский автономный округ - Югра
17. Иркутская область
18. Воронежская область

# Регионы с наибольшей средней заработной платой

Регионы с наибольшей средней заработной платой считаются более привлекательными для открытия компании «НЕФРИТ».



Коэффициент значимости рейтинга: 0,43  
По данным Росстат за март 2018 г., тыс. руб.

# Привлекательные регионы РФ для открытия франшизы «НЕФРИТ»

Таким образом, по результатам анализа конкурентной среды, спроса на франшизу, спроса на конечный продукт, инвестиционной привлекательности регионов и средней заработной платы определены следующие привлекательные регионы (расположены в порядке убывания привлекательности):

1. Свердловская область
2. Москва и Московская область
3. Ямало-Ненецкий автономный округ
4. Ханты-Мансийский автономный округ - Югра
5. Санкт-Петербург и Ленинградская область
6. Новосибирская область
7. Мурманская область
8. Самарская область
9. Калужская область
10. Краснодарский край
11. Воронежская область
12. Республика Татарстан
13. Рязанская область
14. Красноярский край
15. Пермский край
16. Тульская область
17. Хабаровский край
18. Чукотка

# Защищенность рынка

С течением времени многие виды бизнеса исчезают, на смену им приходят новые сферы деятельности. Для анализа защищенности рынка компании «НЕФРИТ» рассмотрим основные влияющие отрасли.

- **Индустрия красоты и здоровья.** В целом, индустрия красоты и здоровья является той сферой, спрос в которой постоянен и минимально зависит от сезонных факторов, а колебания в спросе на услуги во многом зависят от модных тенденций. Связано это с тем, что в средствах массовой информации, включая интернет и телевидение, культивируется внешняя красота как неотъемлемый элемент успешности и процветания; реклама в полной мере работает на индустрию – мотивирует людей на регулярное посещение салонов красоты, спа- и массажных центров и различных косметологических клиник, которые призваны решать все проблемы, касающиеся внешности. Доля дохода российской женщины, выделяемого ею на приобретение косметических товаров и услуг, составляет порядка 13%, что в три раза больше затрат западноевропейской женщины относительно ее дохода.
- **Медицина.** Оказание медицинских услуг относится к виду «вечного бизнеса», уровень спроса на которые остаётся стабильным из года в год в силу того, что услуга является необходимой для жизни человека. Аналитики прогнозируют развитие сферы ДМС\* и стоимостное расширение области коммерческой медицины. Это связано с изменением менталитета жителей страны (развивается культура страхования жизни и здоровья) и ростом востребованности ДМС в целом.
- **Тенденция ведения здорового образа жизни.** Правительство России утвердило паспорт приоритетного проекта «Формирование здорового образа жизни». Главная цель проекта - увеличение доли граждан, приверженных здоровому образу жизни, до 50% к 2020 году и до 60% к 2025 году. Также предполагается увеличить долю граждан, систематически занимающихся физкультурой и спортом, до 38% в 2019 году и до 45% в 2025 году.

Таким образом, бизнес-модель компании «НЕФРИТ» защищена как в силу специфики самого конечного продукта, так и в силу тенденций смежных рынков, которые будут развиваться и останутся инвестиционно привлекательными ближайшие десятилетия.

*ДМС\* - добровольное медицинское страхование*

# Специфика рынка говорит о его перспективности

- **Россияне всё серьезнее относятся к собственному здоровью.** Мода на здоровый образ жизни и заботу о себе сделала потребителей более сознательными. Спрос на оздоровительные товары и услуги остается неэластичным даже в кризисные периоды.
- **Товары востребованы в любое время года,** что обеспечивает постоянный спрос. Более того, использование массажеров в домашних условиях не требует специальных знаний и навыков и дополнительных временных затрат, что делает их использование крайне удобным. По этой причине покупателей массажного оборудования не станет меньше: посещение массажных кабинетов требует от человека постоянных материальных и временных затрат, что вызывает сложности у значительной части населения.
- **Возросшая потребность жителей мегаполисов в релаксации и борьбе с хронической усталостью и стрессами** рождает спрос на массажное оборудование и услуги массажа. Так, в последнее время салоны красоты с целью привлечения большего количества посетителей включает в ассортиментный набор услуг разнообразные SPA-процедуры, тем самым занимая нишу бань, саун, бассейнов и даже туристического бизнеса.
- **Наблюдается тенденция «омоложения» заболеваемости населения.** Болезни, которые ранее считались характерными для взрослых или даже пожилых людей, теперь все чаще встречаются у людей молодого возраста или даже у детей. Так, остеохондроз все чаще диагностируют детей 6-9 лет - современный нездоровый образ жизни привел к омоложению заболевания и увеличению числа пациентов с симптомами болезни.
- **Развитию рынка также способствует рынок IT.** Сегодня мировой рынок IT в медицинской области составляет порядка 90 млрд \$, к 2035 году, по оценкам экспертов, он может достигнуть 1,5-2 трлн \$. Внедрение новых технологичных решений для диагностики и лечения заболеваний способствует росту спроса на медицинские и оздоровительные товары/услуги - рынок будет расширяться вместе с IT-сферой.
- **Рост реальных доходов населения.** Согласно прогнозу Министерства экономического развития РФ, прогнозный рост реальных доходов населения в ближайшие 2 года ожидается на уровне 3,9% в 2018 г. и 1,3% в 2019 г. Данный фактор обуславливает увеличение доли средств на уход за собой и здоровьем, а значит рынок будет расширяться.

# Преимущества открытия бизнеса в сфере массажного оборудования

- Слабое развитие формата (торговля массажерами) в регионах представляет собой зону роста для масштабирования компаний и открытия новых точек продаж. Например, в Ульяновске 0,8 компаний по продаже массажного оборудования на 100 тыс. населения, в то время как в Ижевске 12,3 точки на 100 тыс. жителей.
- Безграничный рост возможностей расширения бизнеса по причине развития научной сферы (позволяет внедрять новые технологии и увеличивать предложение).
- Возможность максимизации прибыли торговой точки при расширении ассортимента и должном уровне качества обслуживания.
- Возможность постоянного увеличения среднего чека за счет продажи сопутствующих товаров.
- Высокий спрос на массажное оборудование (32 899 целевых запросов на словосочетание «купить массажер» и 28 422 целевых запросов на словосочетание «массажное кресло», по данным Яндекс.WordStat за май 2018 г.).
- Отсутствуют барьеры, зачастую присущие другим видам бизнеса, такие как:
  - Необходимость покупки/аренды большого помещения;
  - Необходимость найма крупного штата;
  - Уникальное, труднодоступное оборудование: на рынке существует огромное предложение различного оборудования и мебели для торговых точек;
  - Необходимость использования других сильно ограниченных или труднодоступных ресурсов.

# Конкуренция на рынке франчайзинга

## Косвенные конкуренты

Компания	Бизнес-модель	УТП	Какие особенные преимущества могут предложить своим франчайзи другие компании?	Какие преимущества предлагает своим франчайзи «НЕФРИТ»
<b>Body Forming</b>	EMS-тренировки	Франшиза центра EMS-тренировок «BODY FORMING»: готовый бизнес в сфере красоты и здоровья	Сопровождение, помощь в управлении и сервисное обслуживание оборудования. Эксклюзивный торговый представитель компании Lonsego. Поставка оборудования, мебели, элементов декора.	Поставка продукции. Сопровождение по всем сферам бизнеса. Возможен эксклюзив на город. Коучинг, плановые тренинги и семинары, скайп сопровождения, еженедельные скайп-встречи.
<b>Клиника здоровой спины</b>	Медицинский центр	Открыть свою Клинику здоровой спины – очень просто!	Готовые проекты по дизайну и оформлению клиники, предоставление медицинского персонала и обучение специалистов франчайзи. Комплексные услуги по кадровому и IT сопровождению.	Помощь в подборе сотрудников: критерии отбора персонала, консультации по найму. Обучение сотрудников франчайзи. Добавление на сайт ГО. Проведение тренингов и семинаров, скайп-встреч.
<b>Близкие люди</b>	Центр социального обслуживания	Социальное предпринимательство. Ваш личный вклад, чтобы сделать мир лучше	Обучение, стажировка, руководство, образцы документов. Права на товарный знак «Близкие люди», эксклюзив на территорию, система автоматизации. Пакет материалов для быстрого старта.	Онлайн вебинары и обучения, тренинги. Проведение промо-акций. Рекламная и маркетинговая поддержка. Право пользования ТЗ компании «Нефрит». Рекомендации и инструкции по запуску бизнеса.
<b>Планета Здоровья</b>	Аптека	Отсутствует	Запуск аптеки «под ключ»: подбор помещения, переговоры с арендодателем.	Возможен запуск Маркета здоровья «под ключ». Готовый интернет-магазин.
<b>Аптека №1</b>	Аптека	Откроем аптеку по франшизе Аптека №1 от 495 000 рублей за 60 дней	Бонусы от производителей до 17,5% от оборота, программа сравнения цен позволит выбирать определенный товар среди нескольких поставщиков по самой низкой цене и передавать заказ напрямую каждому поставщику. Оценка конкурентного окружения и примерной проходимости помещения.	Поддержка по всем сферам бизнеса. Руководство по использованию фирменного стиля, рекомендации по подбору и оформлению помещения. Рекламная и маркетинговая поддержка. Возможен эксклюзив на город. Выгодные условия поставки массажеров.
<b>Хорошая аптека</b>	Аптека	Команда сети аптек «Хорошая аптека» берет на себя всю работу по открытию аптеки с нуля до полноценного функционирования	Франчайзер обязуется вернуть деньги в полном объеме в случае неуспеха бизнеса, индивидуальный дизайн-проект, сетевая дилерская скидка.	Полные детальные инструкции по открытию франшизы. Рекламная, маркетинговая поддержка. Поставка продукции ГО по партнерским ценам с гарантией 100% реализации (ГО заберет нереализованный товар).
<b>Оптимист Оптика</b>	Интернет-магазин	Начните свой бизнес с компанией «Оптимист Оптика»!	Онлайн торговля в регионе франчайзи на базе сайта Головной организации.	Руководство по использованию фирменного стиля. Рекламная и маркетинговая поддержка. Полное сопровождение и поддержка на всех этапах. Обучение персонала франчайзи. Интернет-магазин.

# Сравнение компаний

## Косвенные конкуренты

Компания	Паушальный взнос	Франчайзинговые пакеты	Первоначальные инвестиции	Роялти	Заявленная окупаемость инвестиций	Заявленная прибыль
<b>Body Forming</b>	300 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Body-центр, от 50 до 70 кв. м</li> <li>• Body-станция, от 10 до 15 кв. м</li> <li>• Body-мобил</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 0,65 до 1,5 млн руб.</li> <li>• От 0,5 до 1,2 млн руб.</li> <li>• От 0,7 до 1 млн руб.</li> </ul>	От 10 до 20 тыс. руб.	От 3 до 8 мес.	От 300 до 700 тыс. руб.
<b>Клиника здоровой спины</b>	От 150 тыс. руб.	От 30 до 400 тыс. руб.	От 650 тыс. руб.	Индивидуально	От 3 мес.	От 200 тыс. руб.
<b>Близкие люди</b>	От 60 до 300 тыс. руб.	Пакеты наполняемые по модулям: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Руководство, обучение</li> <li>• Товарный знак, эксклюзив</li> <li>• Быстрый старт</li> </ul>	От 150 до 800 тыс. руб. (в среднем от 300 до 400 тыс. руб.)	От 0 до 10 тыс. руб.	От 6 до 12 мес.	От 30 до 300 тыс. руб. (в зависимости от количества офисов)
<b>Планета Здоровья</b>	Отсутствует	Торговая площадь, от 30 до 120 кв. м	От 600 тыс. руб.	Отсутствует	От 3 до 6 мес.	От 200 тыс. руб.
<b>Аптека №1</b>	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Микро, от 20 до 29 кв. м</li> <li>• Мини, от 30 до 49 кв. м</li> <li>• Стандарт, от 50 до 79 кв. м</li> <li>• Макси, от 80 кв. м</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 978 тыс. руб.</li> <li>• 1,3 млн руб.</li> <li>• 1,57 млн руб.</li> <li>• 1,87 млн руб.</li> </ul>	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 12 мес.</li> <li>• От 10 мес.</li> <li>• От 8 мес.</li> <li>• От 5 мес.</li> </ul>	От 80 тыс. руб.
<b>Хорошая аптека</b>	От 150 до 300 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Полная франшиза</li> <li>• Долевое участие</li> <li>• Ребрендинг</li> </ul>	От 700 тыс. руб.	Отсутствует	От 4 до 8 мес.	От 175 тыс. руб.
<b>Оптимист Оптика</b>	50 тыс. руб.	Торговая площадь, от 35 до 80 кв. м	От 850 тыс. до 2,3 млн руб.	Отсутствует	От 6 до 7 мес.	От 150 тыс. руб.

# Конкуренция на рынке франчайзинга

## Прямые конкуренты

Компания	Город	Год основания компании	Год начала франчайзинговой деятельности	Собственных точек	Франчайзинговых точек	Заявленные особые НОУ-ХАУ
Доброта.ру	Москва	2001	2013	25	21 франчайзи (более 100 дилерских точек)	Бренд.
Здоровая семья	Санкт-Петербург	1999	2017	6	1	Автоматизированная система оформления заказов.
NOVUMEDICAL	Международная ассоциация (Япония, Южная Корея, США, Украина, Казахстан, Россия)	На рынке более 15-ти лет, точных данных не предоставили		Более 50-ти в странах СНГ		Международный бренд.
US MEDICA	Москва	1987 (США), 2001 (РФ)	2008	В 47-ми городах РФ (более 95-ти точек), 1 точка в Белоруссии, 2 точки в Украине, 2 точки в Казахстане		Международный бренд.
Массажный Рай	Москва	2005	2013	2 точки + более 500 пунктов выдачи		Нет заявленных особых НОУ-ХАУ.
Доступная среда	Челябинск	2009	2013	2	5	Нет заявленных особых НОУ-ХАУ.
Медтехника для дома	Санкт-Петербург	2007	н/д	4	0	Нет заявленных особых НОУ-ХАУ.

# Конкуренция на рынке франчайзинга

## Прямые конкуренты

Компания	Город	Год основания компании	Год начала франчайзинговой деятельности	Собственных точек	Франчайзинговых точек	Заявленные особенные НОУ-ХАУ
<b>Кладовая здоровья</b>	Санкт-Петербург	1993 (2001 первый магазин)	2008	144	91	Бренд. Программное обеспечение, описанные бизнес-процессы.
<b>Оптика МИО (АЙКРАФТ)</b>	Москва	2007	2013	45	120 (всего более 500 магазинов)	Бренд. Подключение к единой IT-системе и ПО.
<b>СмартОптик (Счастливый взгляд)</b>	Санкт-Петербург	2003 (СмартОптик с 2016)	2012 (СмартОптик с 2016)	1	5 (3 в стадии открытия)	Единое программное обеспечение.
<b>ПенснЭ Оптик</b>	Москва	2012	2012	15	80	Программное обеспечение.
<b>BODYKRAFT (REDMOND)</b>	Санкт-Петербург	Компания REDMOND развивает дилерское предложение.				
<b>БИОТРОНИКА</b>	Воронеж	2008	2015	4 точки		Единая CRM система.
<b>Островок Здоровья</b>	Киев	2008	н/д	Более 160-ти точек в 40 городах РФ и СНГ		Бренд.

# Конкуренция на рынке франчайзинга

## Прямые конкуренты

Компания	Бизнес-модель	УТП	Какие особенные преимущества могут предложить своим франчайзи другие компании?	Какие преимущества предлагает своим франчайзи «НЕФРИТ»
Доброта.ру	Медицинский магазин	Франшиза «Доброта.Ру» – Ваш магазин «под ключ». Предлагаем Вам открыть магазин с полным ассортиментом компании «Армед» по программе франчайзинга «Доброта.ру»...	Обучение персонала на базе учебного центра с прохождением практики в действующих магазинах и последующей аттестацией. Готовая ассортиментная матрица, изготовление и поставка торгового и IT оборудования, подключение к единой IT системе. Услуги call-центра. Рекламная поддержка (федеральная интернет-реклама, продвижение в соц. сетях, разработка сезонных рекламных макетов и статей).	Подключение к единой CRM системе. Помощь в подборе площадки для проекта. Подключение к сайту ГО и интернет-магазину. Подробный алгоритм запуска магазина. Предоставление фирменного стиля и стандартов оформления. Маркетинговое продвижение, помощь в настройке рекламы. Обучение специфике продаж. Постоянный коучинг, скайп-встречи, семинары и тренинги. Единая горячая линия.
Здоровая семья	Ортопедический салон	Франшиза федеральной сети ортопедических салонов нового поколения. Стабильный бизнес без крупных вложений	Обучение и повышение квалификации партнеров в учебном центре, поставка СТМ, бизнес-бук, пакет документов по работе с персоналом, по управлению финансами, подключение к интернет-магазину.	Обучение сотрудников франчайзи. Помощь в подборе помещения для проекта. Стандарты оформления. Рекламные и маркетинговые материалы. Подключение к сайту ГО и интернет-магазину. Онлайн вебинары и обучения, тренинги.
NOVU-MEDICAL	Продажа массажно-теплового оборудования	Предлагаем Вам открыть собственный бизнес по корейской технологии с бесплатными демонстрациями массажно-теплового оборудования компании CERATECH под брендом NOVUMEDICAL	Рекламные и маркетинговые материалы. Обучение продавцов-консультантов работе по демонстрации товаров. Собственная «Школа Здоровья и Долголетия», в которой можно пройти обучение.	Подключение к единой CRM системе. Полный курс по маркетингу, продвижению услуг и привлечению клиентов. Руководство по использованию фирменного стиля. Возможность дополнительного обучения сотрудников на базе действующих точек, стажировки и повышения квалификации персонала. Тренинги раз в квартал, конференции 2 раза в год.
US MEDICA	Продажа массажного оборудования	Франчайзинг US MEDICA	Корпоративные стандарты US MEDICA по программе развития, оснащению магазина, обслуживанию клиентов. Дизайн-проект помещения. Обучение персонала на базе учебного центра US MEDICA. Интернет-магазин. Маркетинговая и рекламная поддержка, макеты и материалы. Скидка на выставочные образцы. Брендбук.	Интернет-магазин. Развитие по корпоративным стандартам, методикам и скриптам. Федеральная сеть более чем из 20-ти точек. Онлайн вебинары и обучения, тренинги и конференции. Консультации по ассортименту товаров. Обучение в ГО на базе действующих магазинов. Фирменный стиль.

# Конкуренция на рынке франчайзинга

## Прямые конкуренты

Компания	Бизнес-модель	УТП	Какие особенные преимущества могут предложить своим франчайзи другие компании?	Какие преимущества предлагает своим франчайзи «НЕФРИТ»
<b>Массажный Рай</b>	Продажа массажного оборудования	Отсутствует	Срок гарантийного обслуживания составляет до 10 лет в зависимости от производителя.	Срок гарантийного обслуживания составляет 2 года. ГО готова забрать у партнера нереализованную продукцию. Поставки товаров по партнерским ценам.
<b>Доступная среда</b>	Продажа медицинского и реабилитационного оборудования	Приглашаем Вас стать участником нашей программы. Вы получите готовую модель успешного бизнеса и сможете открыть в своем регионе медицинские магазины под нашей торговой маркой	Товарное наполнение. Рекламные и маркетинговые материалы, печатная рекламная продукция. Пакет документов (стандарты, руководство по открытию, брендбук, мерч-бук). Обучение персонала на базе учебного центра с прохождением практики в действующих магазинах и последующей аттестацией.	Поставка товаров ГО, формирование ассортимента. План проведения торжественного открытия. Консалтинг, маркетинговая поддержка. Возможность дополнительного обучения сотрудников Головной организацией, стажировки и повышения квалификации персонала. Онлайн вебинары и обучения, тренинги.
<b>Медтехника для дома</b>	Продажа медицинской техники для дома	Зарабатывайте от 100 000 до 300 000 руб./мес. уже через 3 месяца открыв магазин-салон по франшизе «Медтехника для дома»	Личный куратор. Пошаговый маркетинг-план. Пошаговые схемы работы бизнеса. Наполнение магазина-салона «под ключ» по минимальным ценам. Брендбук и фирменный стиль. Работающий сайт и настроенная реклама.	Подробный алгоритм запуска магазина массажного оборудования. Поддержка по всем направлениям бизнеса. Поставка массажеров по партнерским ценам, формирование ассортимента. Рекламная, маркетинговая поддержка. Возможен эксклюзив на город. Федеральный бренд. Сайт и интернет-магазин.
<b>Кладовая здоровья</b>	Ортопедический салон	Франчайзинг Кладовая здоровья. Инвестиции от 1 000 000 руб. Окупаемость от 6 мес.	Возможность обмена непроданного товара внутри сети. Фирменные стандарты обслуживания, горячая линия, комплексное обучение персонала в учебном центре, пакет программ и отчетов. Скидка 25% на первую закупку, 10% от суммы первого заказа перечисляются на продвижение в регионе (занимается ГО), далее по 5% от заказа.	Помощь в выборе помещения. Обучение сотрудников франчайзи всем аспектам работы, дальнейшая поддержка. Руководство по использованию фирменного стиля. Интернет-магазин. Горячая линия. Франчайзи может вернуть нереализованную продукцию ГО. Подключение к CRM системе.
<b>Оптика МИО (АЙКРАФТ)</b>	Оптика	Франшиза оптики «Оптика МИО» – Ваша возможность открыть свой магазин оптики с чистым доходом от 300 000 рублей в месяц	Возможность открытия 2-го магазина в рассрочку. Эксклюзив на территорию. Помощь в поиске и обучении персонала, проведение тренингов. Быстрый запуск за 15 дней. Маркетинг-план и PR. Подключение к ПО.	Рекомендации по продвижению, консультации по обслуживанию клиентов, механизмы привлечения покупателей. Фирменный стиль и бренд. Постоянный коучинг, скайп-встречи, семинары и тренинги. Подключение к CRM системе.

# Конкуренция на рынке франчайзинга

## Прямые конкуренты

Компания	Бизнес-модель	УТП	Какие особенные преимущества могут предложить своим франчайзи другие компании?	Какие преимущества предлагает своим франчайзи «НЕФРИТ»
<b>СмартОптик (Счастливый взгляд)</b>	Оптика	ПАРТНЕРСКАЯ ПРОГРАММА НА УСЛОВИЯХ ФРАНЧАЙЗИНГА ОТ ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЕТИ ОПТИК СЧАСТЛИВЫЙ ВЗГЛЯД	В случае расторжения выкупают оборудование обратно. Брендбук, пособие по мерчендайзингу. Пособие по оформлению салона, помощь в разработке дизайн-проекта. Пособие по рекламной и маркетинговой активности. Очное обучение персонала 7 дней (с выездом персонала в СПб или выездом главврача и/или тренинг-менеджера).	Франчайзи может вернуть нереализованную продукцию ГО. Детальные инструкции по ведению бизнеса, бренд и фирменный стиль. Поставка продукции Головной компанией. Онлайн вебинары и обучения, тренинги. Подключение к единой CRM системе. Очное обучение и стажировка персонала как на базе действующих точек ГО, так и на новой точке франчайзи. Единая горячая линия.
<b>ПенснЭ Оптик</b>	Оптика	Прибыльный бизнес. Салон оптики с прибылью от 250 000 руб. в месяц. Бесплатное обучение и сопровождение. Окупаемость от 3-х месяцев.	Помощь в формировании сбалансированного ассортимента по товару. Обучение франчайзи в центральном офисе в Москве или онлайн. Маркетинговая поддержка, маркетинговые и имиджевые материалы. Программа аудита и повышения лояльности.	Подробный алгоритм запуска магазина. Полный обучающий курс по ведению бизнеса. Руководство по использованию фирменного стиля. Поставка продукции по партнёрским ценам. Обучение франчайзи и персонала, повышение квалификации, семинары и тренинги. Правила работы с клиентами.
<b>BODYKRAFT (REDMOND)</b>	Продажа массажного оборудования	Присоединяйтесь к команде BODYKRAFT!	Предоставление торгового оборудования, дизайн-проекта магазина, обучение и частичная компенсация затрат на продвижение. Возможно обучения продавцов в магазинах ГО в СПб.	Руководство по использованию фирменного стиля. Реклама и маркетинг. Возможность дополнительного обучения сотрудников Головной организацией, стажировки и повышения квалификации персонала.
<b>БИОТРОНИКА</b>	Продажа массажного оборудования и др.	Франшиза сети магазинов БИОТРОНИКА. Присоединяйтесь к профессионалам розничного рынка массажных кресел, спа-бассейнов, саун и др. товаров для здоровья	Стандарты работы персонала. Книга продаж и бизнес-процессов. Дизайн-макет магазина в соответствии с брендбуком. Готовый собственный сайт для франчайзи. Подключение к другим интернет-магазинам компании, монобрендовым сайтам и к лендингам компании.	Онлайн вебинары и обучения, тренинги. Детальные рекомендации и инструкции по открытию и ведению бизнеса. Обучение франчайзи и его персонала, обучение специфике продаж и работе с клиентами. Бренд и фирменный стиль. Подключение к сайту ГО, интернет-магазину, горячей линии и CRM системе.
<b>Островок Здоровья</b>	Продажа массажного оборудования	Как подарить близким 10 лет жизни? Бизнес, который сделает окружающих Вас людей здоровыми!	Инструкции по всем аспектам работы магазина: открытие, маркетинг, управление и обучение персонала, обслуживание клиентов и работа в сети. Маркетинговые материалы, рекламная поддержка. Эксклюзивные права на город, район или область.	Полные инструкции и рекомендации по открытию бизнеса. Сопровождение и коучинг, регулярные скайп-встречи, тренинги и конференции. Бренд и фирменный стиль, рекламные и маркетинговые материалы. Возможен эксклюзив на территорию. 6

# Сравнение компаний

## Прямые конкуренты

Компания	Паушальный взнос	Франчайзинговые пакеты	Первоначальные инвестиции	Роялти	Заявленная окупаемость инвестиций	Заявленная прибыль
Доброта.ру	150 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Доброта Классик, от 70 до 100 кв. м</li> <li>Доброта Компакт, 40 кв. м</li> <li>Доброта Мини, 20 кв. м</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,9 млн руб.</li> <li>От 900 тыс. руб.</li> <li>От 490 тыс. руб.</li> </ul>	Сервисное обслуживание 15 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 12 до 15 мес.</li> <li>От 9 до 12 мес.</li> <li>От 6 до 12 мес.</li> </ul>	От 100 тыс. руб.
Здоровая семья	<ul style="list-style-type: none"> <li>100 тыс. руб.</li> <li>150 тыс. руб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стандарт, от 20 до 40 кв. м</li> <li>Элит, от 40 кв. м</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 0,9 млн руб.</li> <li>От 1,3 млн руб.</li> </ul>	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 12 мес.</li> <li>От 16 мес.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 100 тыс. руб.</li> <li>От 170 тыс. руб.</li> </ul>
NOVUMEDICAL	В ходе анализа было установлено, что компания не готова сотрудничать по франшизе, не имеет готового партнерского предложения и решила развиваться в другом направлении.					
	Не предоставили информацию.	Торговая точка, от 100 кв. м	От 1 млн руб.	Не предоставили информацию.		
US MEDICA	Приостановили развитие по франшизе (только дилерское предложение). Ниже описаны условия развития действовавшей ранее франшизы.					
	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стандартный, от 40 кв. м</li> <li>Профи, от 60 до 100 кв. м</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1,5 млн руб.</li> <li>2,5 млн руб.</li> </ul>	Отсутствует	От 9 до 12 мес.	От 200 тыс. руб.
Массажный Рай	Приостановили развитие по франшизе.					
Доступная среда	75 тыс. руб.	Торговая площадь, от 50 до 150 кв. м	От 800 тыс. руб.	Отсутствует	От 9 до 15 мес.	От 100 тыс. руб.
Медтехника для дома	50 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Фирменный отдел, от 10 до 15 кв. м</li> <li>Фирменный салон, от 20 до 35 кв. м</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>До 300 тыс. руб.</li> <li>До 450 тыс. руб.</li> </ul>	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>До 6 мес.</li> <li>До 9 мес.</li> </ul>	От 100 до 300 тыс. руб.
Кладовая здоровья	<ul style="list-style-type: none"> <li>150 тыс. руб.</li> <li>100 тыс. руб.</li> </ul> <p>Открытие 3-х точек одновременно обсуждается</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Салон, от 30 до 60 кв. м</li> <li>Секция, от 10 до 20 кв. м</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,8 до 2,4 млн руб.</li> <li>От 860 тыс. до 1,3 млн руб.</li> </ul>	Отсутствует (ежеквартальный закуп от 500 тыс. руб.)	От 6 до 10 мес.	От 150 тыс. руб. через 6 мес.

# Сравнение компаний

## Прямые конкуренты

Компания	Паушальный взнос	Франчайзинговые пакеты	Первоначальные инвестиции	Роялти	Заявленная окупаемость инвестиций	Заявленная прибыль
<b>Оптика МИО (АЙКРАФТ)</b>	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>Торговая площадь, от 20 кв. м</li> <li>• Оптика без мед. кабинета</li> <li>• Оптика с мед. кабинетом</li> <li>• Оптика с мед. кабинетом и диагностикой</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 670 тыс. руб.</li> <li>• От 810 тыс. руб.</li> <li>• От 1,2 млн руб.</li> </ul>	Отсутствует	От 2 мес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 200 тыс. руб.</li> <li>• От 280 тыс. руб.</li> <li>• От 390 тыс. руб.</li> </ul>
<b>СмартОптик (Счастливый взгляд)</b>	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мой салон</li> <li>• Все и сразу</li> <li>• Переход под бренд</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 1,24 млн руб.</li> <li>• От 1,29 млн руб.</li> <li>• От 300 тыс. руб.</li> </ul>	Отсутствует	7 мес.	270 тыс. руб.
<b>ПенснЭ Оптик</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 350 тыс. руб.</li> <li>• 500 тыс. руб.</li> <li>• 850 тыс. руб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Базовый, до 200 тыс. человек</li> <li>• Оптимальный, от 200 тыс. человек (+ рекламный короб)</li> <li>• Престиж, от 200 тыс. человек (+ кабинет врача)</li> </ul>	От 800 тыс. руб.	Отсутствует	От 3 мес.	От 250 тыс. руб.
<b>BODYKRAFT (REDMOND)</b>	Отсутствует	В ходе анализа было установлено, что компания сотрудничает по дилерскому договору.		Отсутствует	До 12 мес.	От 50 тыс. руб.
<b>БИОТРОНИКА</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 199 тыс. руб.</li> <li>• 450 тыс. руб.</li> <li>• 750 тыс. руб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Островок, от 10 до 15 кв. м</li> <li>• Минимаркет, от 25 до 60 кв. м</li> <li>• Магазин, от 60 до 150 кв. м</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 400 тыс. руб.</li> <li>• От 1,7 млн руб.</li> <li>• От 3,5 млн руб.</li> </ul>	2% от выручки + маркетинговый сбор по пакетам: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 тыс. руб.</li> <li>• 29 тыс. руб.</li> <li>• 39 тыс. руб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 3 мес.</li> <li>• От 9 мес.</li> <li>• От 12 мес.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 80 тыс. руб.</li> <li>• От 200 тыс. руб.</li> <li>• От 290 тыс. руб.</li> </ul>
<b>Островок Здоровья</b>	1 тыс. \$ (≈ 62 тыс. руб.)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Островок в ТЦ</li> <li>• Бутик</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 5 тыс. \$ (≈ от 310 тыс. руб.)*</li> <li>• От 10 тыс. \$ (≈ от 620 тыс. руб.)*</li> </ul>	Отсутствует	До 6 мес.	Не вышли на связь.

\* по курсу ЦБ РФ на 01.06.2018 г. Доллар США 62,0188

# Сравнение компаний

Специфика франчайзингового рынка предполагает, что целевая аудитория принимает решение о покупке франшизы, основываясь не только на уникальности конечного продукта, но и на основе информации о совокупном уровне инвестиций и сфере деятельности компании. Исходя из этого:

- в качестве прямых конкурентов рассматриваются организации, которые предлагают схожую бизнес-модель и ориентированы на тот же уровень инвестиций (торговые франшизы в сфере товаров для здоровья, медицины и др.);
- в качестве косвенных конкурентов рассматриваются компании из других сфер и/или отличных бизнес-моделей со схожим уровнем инвестиций.

Анализ показал, что на франчайзинговом рынке есть ряд сильных игроков с крупной франчайзинговой сетью. Это компании «Доброта.ру», «Кладовая здоровья», «Оптика МИО» (АЙКРАФТ) и «ПенснЭ Оптик». Основными преимуществами данных компаний являются: высокий уровень поддержки франчайзи в сети, налаженные системы отбора франчайзи и сопровождения на начальном этапе, регламентированные стандарты работы, контроль соблюдения стандартов компаний.

Компании «Оптика МИО», «СмартОптик», «Медтехника для дома», «Кладовая здоровья» и «Здоровая семья» оперативно вышли на связь с «тайным покупателем» и предоставили информацию по сотрудничеству. Компании «Счастливый взгляд» и «СмартОптик» - две сети, принадлежащие одному владельцу (в настоящее время продвигают франшизу «СмартОптик»). Франчайзинговые предложения «Оптика МИО» и «АЙКРАФТ оптика» также имеют единую Головную организацию - сейчас продвигают только франшизу «Оптика МИО». Стоит отметить, что описание франчайзинговых предложений компаний «Доброта.ру» (АРМЕД) и «Доступная среда» практически идентичны (на сайтах компаний совпадает часть описания), изменены только цифры и показатели.

Консультант компании «NovuMedical» оперативно вышел на связь и предложил провести «живое» общение. Стоит отметить, что представитель компании не был готов ответить на вопросы «тайного покупателя», при запросе подробной информации (в свободном доступе ее практически нет) уходил от ответа, а позже перестал выходить на связь. Возможно у компании нет оформленного коммерческого предложения, что является минусом при развитии, так как условия оговариваемы «на словах» вызывают меньше доверия. Позже представитель вышел на связь и сообщил: «Мы свое развитие видим в обучении людей, работающих в действующих центрах, поэтому пакетного предложения для людей со стороны у нас нет». Таким образом, компания «NovuMedical» не является конкурентом на франчайзинговом рынке.

# Сравнение компаний

Также есть компании, которые ранее занимались продажей франшиз, однако сейчас приостановили масштабирование бизнеса. Например, зам. руководителя отдела маркетинга и рекламы компании «LADOMED» сообщил о приостановлении развития франчайзингового направления, но в каталогах франшиз еще можно встретить предложение компании. Компания «Массажный Рай» (более 500 пунктов выдачи) в настоящее время приостановила франчайзинговое развитие, однако представитель компании сообщил о возможности рассмотрения предложений со стороны «тайного покупателя», которые можно направить на почту. Компания «US MEDICA» сообщила о приостановлении франчайзингового направления, но готова рассмотреть дилерское сотрудничество с действующими розничными магазинами.

В ходе анализа было установлено, что компания BODYKRAFT (REDMOND) предлагает сотрудничество на условиях дилерского договора, поэтому не является конкурентом на франчайзинговом рынке.

Компании «БИОТРОНИКА, «Островок здоровья», «Доступная среда» не вышли на связь с «тайным покупателем», по заявкам на франшизы через онлайн формы и телефонные звонки ответы не получены. Возможно компании приостановили масштабирование бизнеса по франшизе. Головной офис компании «Островок здоровья» находится в Украине, что усложняет процесс коммуникаций для потенциальных франчайзи. На сайте компании отсутствует контактный телефон для жителей России, на заявки и электронные письма ответы не поступили. Возможно компания приостановила развитие франчайзингового направления в России в силу политической ситуации и сопутствующих сложностей для бизнеса.

Большинство компаний активно продвигают франшизы, используя как собственный сайт, так и каталоги франшиз; охотно идут на контакт, оперативно высылают коммерческие предложения, перезванивают и тщательно удерживают клиента на франшизу. Это говорит о том, что конкуренты заинтересованы в развитии по франчайзингу.

На основе проведенного анализа также было выявлено, что на рынке франчайзинговых предложений для потенциальных франчайзи при выборе бизнес-модели на первое место выходят уровень предоставляемой поддержки и финансовые показатели франшизы.

# Потенциал компании «НЕФРИТ» на рынке франчайзинга

## Высокий спрос на франшизы

Высокий уровень спроса на франшизы в сфере медицины и здоровья. Целевые запросы по России (по данным Яндекс.Wordstat за май 2018 г.):

как открыть магазин	92 356
франшиза магазин	15 253
социальный бизнес	15 169
бизнес здоровье	1 550
медицинская франшиза	720
массаж бизнес	623
торговая франшиза	355
франшиза здоровье	307
готовый бизнес торговля	230
франшиза медицина	162

Общий спрос на франшизы в России более 500 тыс. запросов в месяц

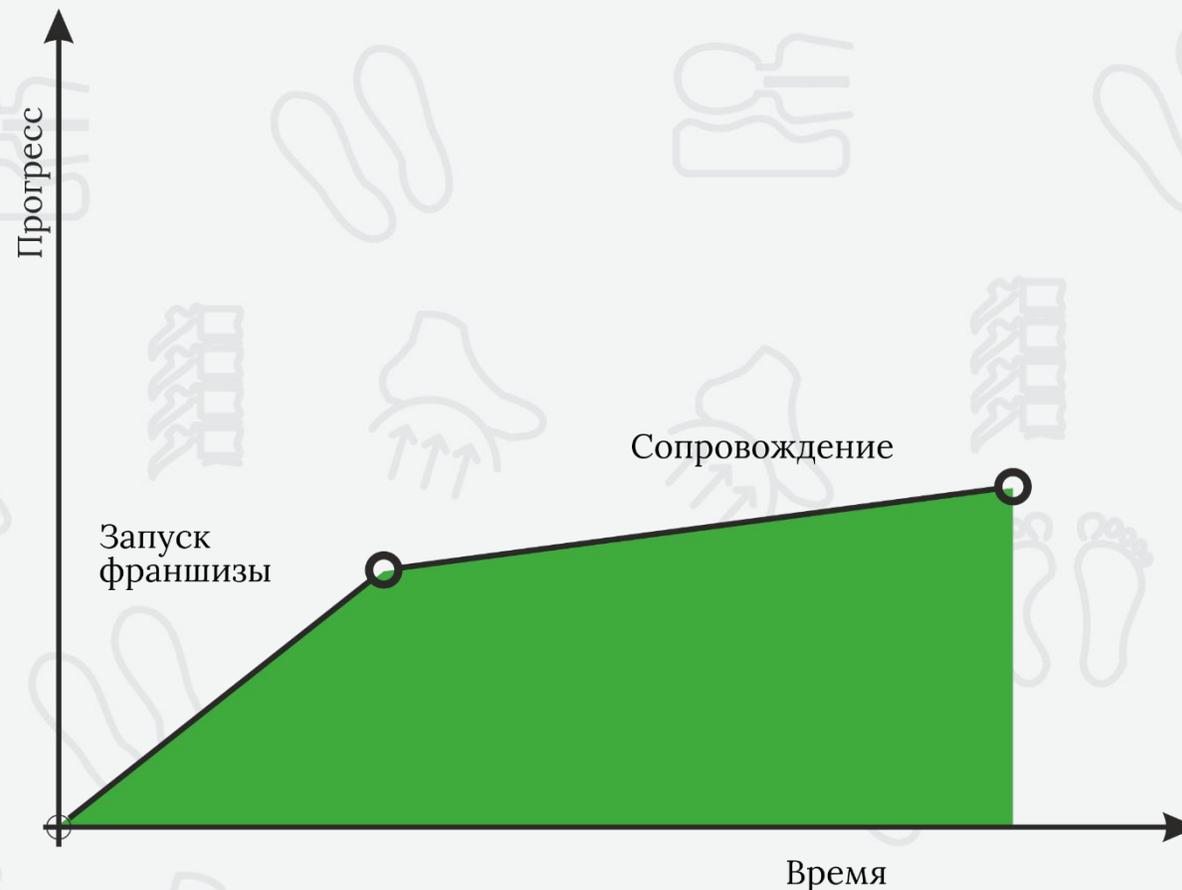
## Высокий спрос на услуги

Большое количество потребителей обеспечивают высокий спрос на конечный товар, что в свою очередь приносит прибыль и франчайзи, и франчайзеру. Целевые запросы по России (по данным Яндекс.Wordstat за май 2018 г.):

купить массажер	32 899
массажное кресло	28 422
массажер отзывы	19 274
массажный коврик	17 405
массажная накидка	14 987
массажер для спины	13 689
массажная подушка	10 495

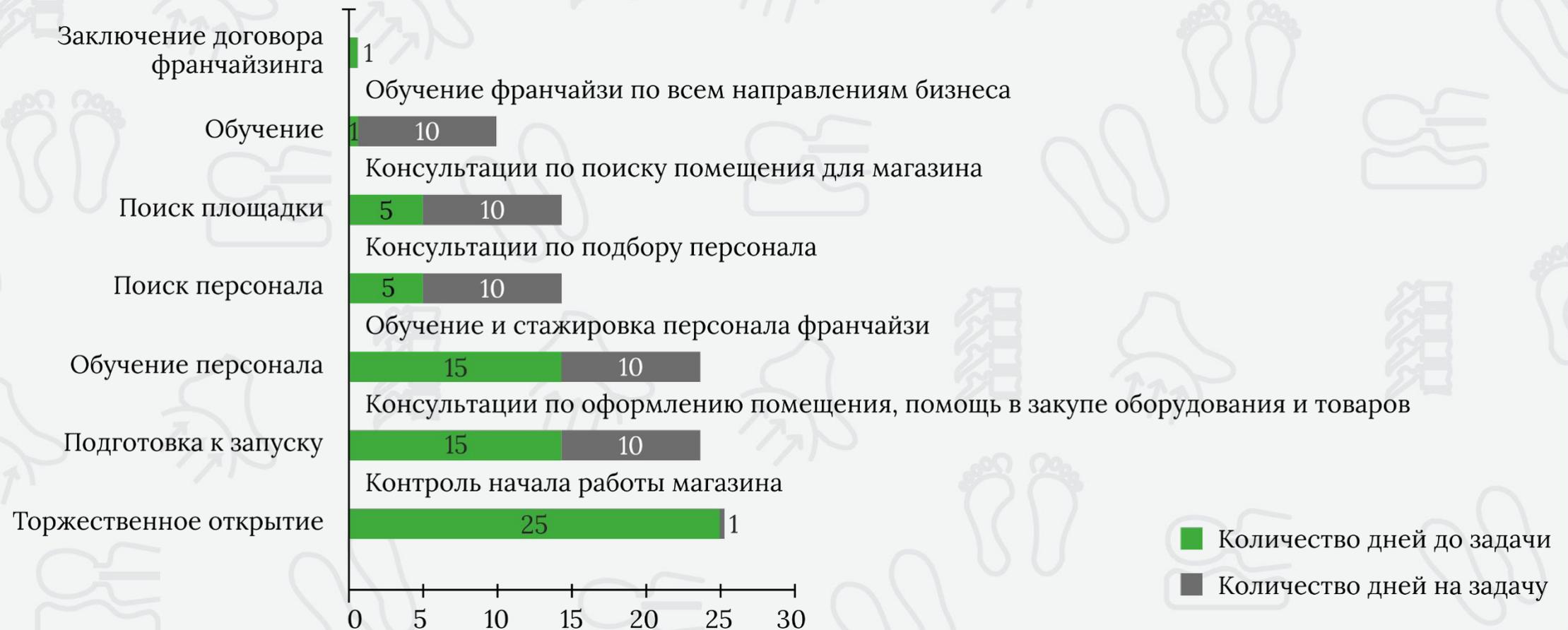
# Франчайзер оказывает полную поддержку бизнесу франчайзи на всех этапах

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.



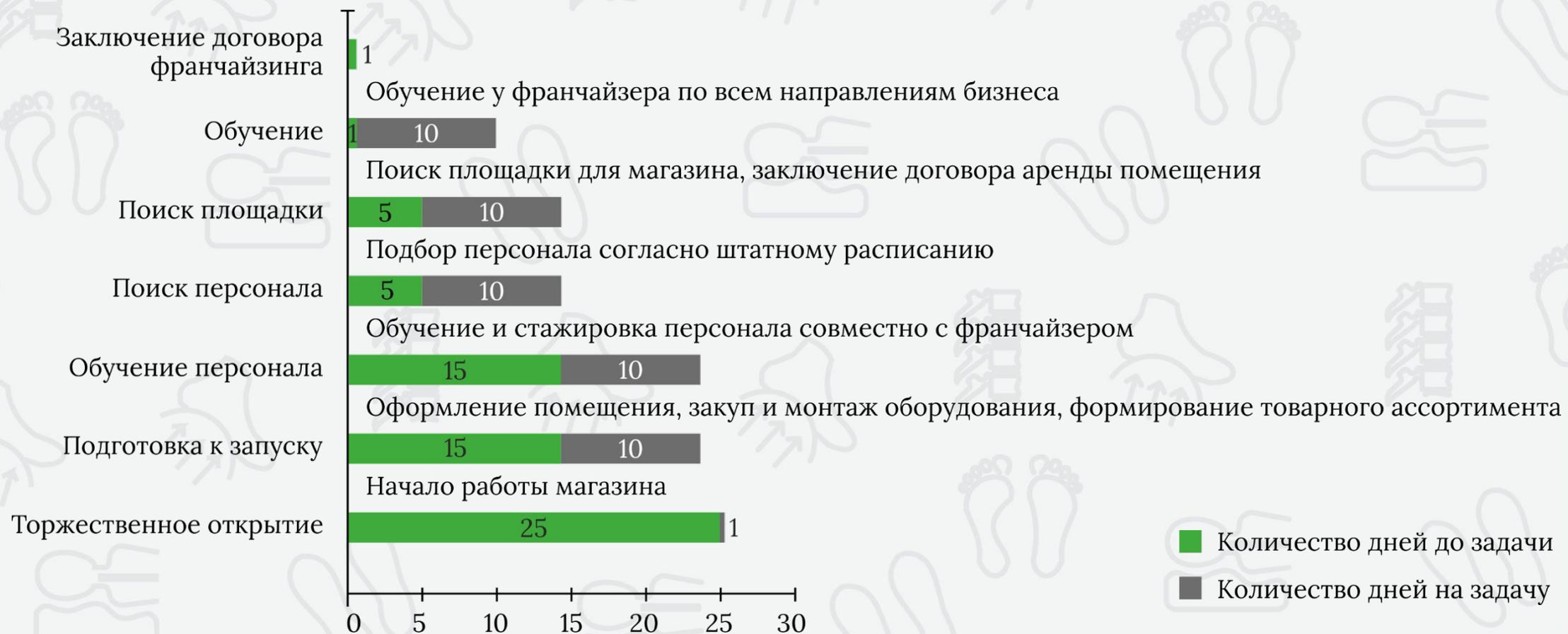
# Этапы запуска франшизы. Действия франчайзера

Диаграмма Гантта по запуску франшизы



# Этапы запуска франшизы. Действия франчайзи

Диаграмма Гантта по запуску франшизы



# Ответственность франчайзера и франчайзи на этапе запуска франшизы

## Франчайзер

- Передать ноу-хау
- Провести обучение и аттестацию
- Провести стажировку
- Довести до торжественного открытия

## Франчайзи

- Оплатить паушальный взнос
- Выполнить в срок все действия по запуску франшизы
- Подписать акт о получении ноу-хау и выполнении работ
-

# Что понадобится от франчайзера при открытии компании «НЕФРИТ». Ноу-Хау франшизы

**НОУ-ХАУ франшизы** – это товарный знак и совокупность знаний и опыта, которые собраны в процессе предпринимательской деятельности в сфере торговли массажным оборудованием.

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

В ноу-хау входят знания и опыт в вопросах:

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

# Ноу-хау франшизы: Идеология

- Ключевые ценности
  - оздоровление нации через оказание высококачественного сервиса
  - оказание помощи каждому человеку на пути оздоровления
- Миссия
  - «Здоровье нации через служение человеку. Мы помогаем встать на путь оздоровления каждому человеку»
- Бизнес-идея
  - «Поднять предпринимательский класс»
- Ключевые компетенции
  - владение техниками продаж
  - управленческие навыки
- Долгосрочные цели
  - открытие салонов в каждом субъекте РФ
- Стратегии
  - побудить каждого клиента иметь дома комплекс оздоровления, состоящий из кресла/комплекта массажеров – «комплект здоровья»

# 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, подключение к программному обеспечению);
  - 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

- Отбор персонала
  - тексты объявлений о найме на работу
  - критерии отбора персонала
  - сценарий проведения собеседований
  - скрипты проведения первичных собеседований
- Адаптация персонала
  - должностные инструкции

# Ноу-хау франшизы: Обучение

- Ознакомительное обучение франчайзи в течение 10-ти дней по всем направлениям бизнеса
  - информационные блоки: история компании, ценности, миссия, цели, задачи, знакомство с коллективом, этапы запуска бизнеса по франшизе, терминология, HR, продукт, маркетинг, продажи, финансы и бухгалтерия, бизнес-аналитика
- Очное обучение и стажировка персонала франчайзи на базе салона ГО (в Уфе или Самаре) и стажировка на точке франчайзи:
  - управляющий торговой точкой – стажировка на базе салона ГО (в Уфе или Самаре)
  - аудиторное обучение персонала – 3 дня
  - стажировка персонала – 3 дня (на базе точки франчайзи под руководством команды запуска ГО и управляющего)
- Текстовые материалы по проведению обучения и аттестации новых сотрудников
- План регулярных тренингов
- Аттестация персонала франчайзи

# Ноу-хау франшизы: Продукт

- Полный перечень ассортимента товаров Маркета здоровья «НЕФРИТ»
- Методы и технологии осуществления продаж
- Список оборудования для торговой точки с описанием технических данных
- Поставка продукции

# Ноу-хау франшизы: Маркетинг

- Консультации по подбору площади для торговой точки
- План проведения торжественного открытия Маркета здоровья
- Право использования обозначения Маркет здоровья «НЕФРИТ» в предпринимательской деятельности Лицензиата
- Руководство по использованию фирменного стиля и требования относительно использования товарных знаков и других знаков и обозначений
  - технический регламент по производству и оформлению торговой точки и производства вывески
- План проведения промо-акций для снижения влияния сезонных факторов
- Перечень каналов и инструментов для онлайн и офлайн-продвижения, включая макеты и инструкции по использованию в городе по местонахождению франчайзи
- Партнерские программы
- PR (газета)

# Ноу-хау франшизы: Продажи

- Добавление на официальный сайт Маркета здоровья «НЕФРИТ»
- Подключение к единому интернет-магазину компании
- Сценарий проведения переговоров с клиентами
- Этапы проведения переговоров с клиентами
- Скрипты продаж
- Подключение к единой CRM системе
- Подключение к единой горячей линии

# Ноу-хау франшизы: Юриспруденция

- Инструкция по регистрации юридического лица, открытию расчетного счета
- Юридическая документация по запуску и операционному сопровождению деятельности точки
- Трудовые договоры с сотрудниками
- Договор аренды площадей для точки
- Договор поставки товаров/оборудования
- Договор купли-продажи товара
- Заключение договора с юристом ГО (обязательное условие)

# Ноу-хау франшизы: Бухгалтерия

- Инструкция по ведению бухгалтерского учета (КРІ-отчет)
- Консультации по ведению бухгалтерии
- Возможно предоставление дополнительной услуги по ведению бухгалтерии (за доп. плату)

# Ноу-хау франшизы: Бизнес-аналитика

- Финансовая модель с рекомендациями по переменным и постоянным расходам
- Правила финансового планирования
- Образец ежемесячного управленческого отчета

# Звезда Франчайзи



Звезда франчайзи исчерпывающе определяет составные части бизнеса. Повышение эффективности работы любого из этих направлений влечет за собой повышение эффективности работы бизнеса в целом. Ответственность франчайзи, как управляющего, поддерживать и выполнять действия по каждому из 10 направлений, что обеспечит запланированную прибыль и поступательное развитие франчайзинговой точки.

# Сопровождение франчайзи. Передача видения, опыта и знаний

## Бизнес процесс Контрольные точки

Идеология • передача франчайзи видения ключевых ценностей, миссии, бизнес-идеи, стратегии, ключевых компетенций компании

Система управления • консультации по управлению и развитию бизнеса (по мере необходимости)  
• ежемесячный разбор плана-факта, коучинг франчайзи  
• еженедельные скайп-встречи

Команда • консультации по подбору персонала (по мере необходимости)  
• консультации по ведению кадрового делопроизводства (по мере необходимости)  
• участие в выставках «Красота и здоровье»

Обучение • предоставление актуальной информации о рынке (по мере необходимости)  
• обучение новоприбывшего персонала франчайзи  
• проведение тренингов (раз в квартал) и регулярных семинаров, скайп-встречи  
• стажировка персонала франчайзи в действующих успешных точках

Продукт • консультации по ассортименту товаров (по мере необходимости)  
• контроль соблюдения стандартов и качества обслуживания клиентов  
• поставка продукции

Маркетинг • постоянный доступ к новым маркетинговым и рекламным разработкам, промо материалам  
• консультации по привлечению клиентов и партнеров (по мере необходимости)  
• рекомендации по ценообразованию (по мере необходимости)

Продажи • консультации по увеличению выручки (по мере необходимости)  
• поддержание работы CRM системы и интернет-магазина  
• своевременная актуализация информации на сайте  
• поддержка работы единой горячей линии

Юриспруденция • полное сопровождение, консультации и решение вопросов юристом ГО (по мере необходимости)

Бухгалтерия • консультации по оптимизации расходов (по мере необходимости)  
• возможно предоставление дополнительной услуги по ведению бухгалтерии (за доп. плату)

Бизнес-аналитика • консультации по бизнес-аналитике (по мере необходимости)

# Контроль выполнения

Бизнес процесс	Контрольные точки
Идеология	Достижение стратегических и долгосрочных целей компании
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	Выполнение планов по ELTV (Employee Lifetime Value - это совокупная прибыль, получаемая каждым сотрудником от одного клиента за все время сотрудничества с ним)
Продукт	Выполнение планов по LTV (Lifetime Value - это совокупная прибыль компании, получаемая от одного клиента за все время сотрудничества с ним)
Маркетинг	Выполнение плана по количеству переданных лидов в отдел продаж, соответствующих портрету идеального клиента
Продажи	Выполнение планов по воронке продаж
Юриспруденция	Отсутствие судебных споров с клиентами, контрагентами, сотрудниками, а также претензии от контролирурующих организаций
Бухгалтерия	Отсутствие претензий от налоговой
Бизнес-аналитика	Совпадение на 95-100% прогнозов в сформулированных выводах на основе собранных в дэшборд показателей о наиболее эффективных действиях, которые приведут к выполнению планов по увеличению прибыли компании, стоимости компании и доле рынка, компании в текущий момент времени (месяц), а также в краткосрочном (квартал-полгода) и среднесрочном периоде (полгода-год).

# Франчайзинговое направление «НЕФРИТ»

Франчайзинг – это инструмент получения прибыли.

Франчайзинговое направление можно рассматривать как самостоятельную бизнес-единицу. Поэтому должна быть определена четкая структура.

## 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

**Менеджер по сопровождению**

Быстрое решение всех возникающих вопросов франчайзи

# Общие нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность компании «НЕФРИТ»

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. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ;
5. Налоговый кодекс Российской Федерации часть вторая от 05 августа 2000 года № 117-ФЗ;
6. Уголовный кодекс Российской Федерации (УК РФ) от 13 июня 1996 года № 63-ФЗ;
7. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 года № 197-ФЗ;
8. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года № 195-ФЗ;
9. Федеральный закон от 8 февраля 1998 года № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»;
10. Федеральный закон от 08 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»;
11. Федеральный закон от 26 октября 2002 года № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»;
12. Федеральный закон от 22 мая 2003 года № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа»;
13. Федеральный закон от 29 июля 2004 года № 98-ФЗ «О коммерческой тайне»;
14. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»;
15. Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
16. Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
17. Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных»;
18. Федеральный закон от 26 декабря 2008 года № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»;
19. Федеральный закон от 24 июля 2009 года № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования»;
20. Федеральный закон от 06 декабря 2011 года № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;
21. Федеральный закон от 03 июля 2016 года № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации.

# Специальные нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность компании «НЕФРИТ»

1. Федеральный закон от 21 декабря 1994 года № 69-ФЗ «О пожарной безопасности»;
2. Федеральный закон от 9 января 1996 года № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
3. Федеральный закон от 30 марта 1999 года № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»;
4. Федеральный закон от 22 июля 2008 года № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности»;
5. Федеральный закон от 21 ноября 2011 года № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»;
6. Федеральный закон от 28 декабря 2013 года № 426-ФЗ «О специальной оценке условий труда»
7. Постановление Правительства РФ от 15 августа 1997 года № 1037 «О мерах по обеспечению наличия на ввозимых на территорию Российской Федерации непродовольственных товарах информации на русском языке»;
8. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 года № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации»;
9. Постановление Правительства РФ от 30 июня 2004 года № 322 «Об утверждении Положения о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека»;
10. Постановление Правительства РФ от 23 июля 2007 года № 470 «Об утверждении Положения о регистрации и применении контрольно-кассовой техники, используемой организациями и индивидуальными предпринимателями»;
11. Постановление Правительства РФ от 27 сентября 2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом»;
12. Постановление Правительства РФ от 16 июля 2009 года № 584 «Об уведомительном порядке начала осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности»;
13. Постановление Правительства РФ от 1 декабря 2009 года № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия с которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии»;
14. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2009 № 1222 «О видах и характеристиках товаров, информация о классе энергетической эффективности которых должна содержаться в технической документации, прилагаемой к этим товарам, в их маркировке, на их этикетках, и принципах правил определения производителями, импортерами класса энергетической эффективности товара»;
15. Постановление Правительства РФ от 25 апреля 2012 года № 390 «О противопожарном режиме» (вместе с «Правилами противопожарного режима в Российской Федерации»).

# Основные бизнес-процессы франшизы на стадиях запуска и операционной деятельности, требующие юридического сопровождения

*Продажа франшизы, передача права пользования товарным знаком*

*Работа с персоналом*

1

3

2

4

*Подбор и подготовка помещения*

*Закуп оборудования*

# Подготовка пакета юридических документов для франшизы

Продажа франшизы, передача права пользования товарным знаком (договор коммерческой концессии, договор на сопровождение)

Работа с персоналом (трудовые договоры)

1

3

2

4

Подбор и подготовка помещения (договор аренды помещения)

Закуп оборудования (договор закупки оборудования)

# Порядок подписания юридических документов с франчайзи

1



*Договор о намерениях*

2



*Лицензионный договор/  
договор коммерческой концессии*

*Договор на сопровождение*

*Договор о неразглашении*

3



*Акт приемки*

# Определение размера паушального взноса и роялти

На сегодняшний день основополагающими факторами как для франчайзера (при установке паушального взноса и роялти) так и для будущих франчайзи (при принятии решения о покупке франшизы) являются:

- наглядное понимание наполнения франшизы (ноу-хау и дополнительных услуг, которые предоставляет франчайзер на этапе запуска и в процессе операционной деятельности);
- текущие финансовые показатели франшизы (срок окупаемости, рентабельность, уровень выручки, прибыли и другие инвестиционные показатели);
- ясное представление о сложившейся в настоящее время конкурентной среде (уровень паушального взноса и роялти у прямых и смежных конкурентов).

Таким образом, для определения оптимального паушального взноса и роялти, франчайзеру необходимо располагать среднестатистическими данными по конкурентному рынку и учитывать ряд существенных факторов в предлагаемой им франшизе.

# Определение размера паушального взноса

Факторы, влияющие на размер паушального взноса	Комментарий						
Вид франчайзинга	Торговый						
Размер паушального взноса у прямых конкурентов	Название	Паушальный взнос	Инвестиции	Название	Паушальный взнос	Инвестиции	
		Доброта.ру	150 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,9 млн руб.</li> <li>От 900 тыс. руб.</li> <li>От 490 тыс. руб.</li> </ul>	Оптика МИО (АЙКРАФТ)	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 670 тыс. руб.</li> <li>От 810 тыс. руб.</li> <li>От 1,2 млн руб.</li> </ul>
		Здоровая семья	<ul style="list-style-type: none"> <li>100 тыс. руб.</li> <li>150 тыс. руб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 0,9 млн руб.</li> <li>От 1,3 млн руб.</li> </ul>	СмартОптик (Счастливый взгляд)	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,24 млн руб.</li> <li>От 1,29 млн руб.</li> <li>От 300 тыс. руб.</li> </ul>
		Доступная среда	75 тыс. руб.	От 800 тыс. руб.	ПенснЭ Оптик	<ul style="list-style-type: none"> <li>350 тыс. руб.</li> <li>500 тыс. руб.</li> <li>850 тыс. руб.</li> </ul>	От 800 тыс. руб.
		Медтехника для дома	50 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>До 300 тыс. руб.</li> <li>До 450 тыс. руб.</li> </ul>	БИОТРОНИКА	<ul style="list-style-type: none"> <li>199 тыс. руб.</li> <li>450 тыс. руб.</li> <li>750 тыс. руб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 400 тыс. руб.</li> <li>От 1,7 млн руб.</li> <li>От 3,5 млн руб.</li> </ul>
		Кладовая здоровья	<ul style="list-style-type: none"> <li>150 тыс. руб.</li> <li>100 тыс. руб.</li> </ul> Открытие 3-х точек одновременно обсуждается	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,8 до 2,4 млн руб.</li> <li>От 860 тыс. до 1,3 млн руб.</li> </ul>	Островок Здоровья	1 тыс. \$ (≈ 62 тыс. руб.)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 5 тыс. \$ (≈ от 310 тыс. руб.)*</li> <li>От 10 тыс. \$ (≈ от 620 тыс. руб.)*</li> </ul>

\* по курсу ЦБ РФ на 01.06.2018 г. Доллар США 62,0188

# Определение размера роялти и других регулярных сборов

Факторы, влияющие на размер роялти	Комментарий					
Окупаемость бизнес-модели	От 3 до 5 мес. (быстрый срок окупаемости)					
Размер роялти и других регулярных сборов у прямых конкурентов	Название	Роялти	Инвестиции	Название	Роялти	Инвестиции
	Доброта.ру	Сервисное обслуживание 15 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,9 млн руб.</li> <li>От 900 тыс. руб.</li> <li>От 490 тыс. руб.</li> </ul>	Оптика МИО (АЙКРАФТ)	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 670 тыс. руб.</li> <li>От 810 тыс. руб.</li> <li>От 1,2 млн руб.</li> </ul>
	Здоровая семья	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 0,9 млн руб.</li> <li>От 1,3 млн руб.</li> </ul>	СмартОптик (Счастливый взгляд)	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,24 млн руб.</li> <li>От 1,29 млн руб.</li> <li>От 300 тыс. руб.</li> </ul>
	Доступная среда	Отсутствует	От 800 тыс. руб.	ПенсиЭ Оптик	Отсутствует	От 800 тыс. руб.
	Медтехника для дома	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>До 300 тыс. руб.</li> <li>До 450 тыс. руб.</li> </ul>	БИОТРОНИКА	2% от выручки + маркетинговый сбор по пакетам: <ul style="list-style-type: none"> <li>20 тыс. руб.</li> <li>29 тыс. руб.</li> <li>39 тыс. руб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 400 тыс. руб.</li> <li>От 1,7 млн руб.</li> <li>От 3,5 млн руб.</li> </ul>
	Кладовая здоровья	Отсутствует (ежеквартальный закуп от 500 тыс. руб.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 1,8 до 2,4 млн руб.</li> <li>От 860 тыс. до 1,3 млн руб.</li> </ul>	Островок Здоровья	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>От 5 тыс. \$ (≈ от 310 тыс. руб.)*</li> <li>От 10 тыс. \$ (≈ от 620 тыс. руб.)*</li> </ul>

\* по курсу ЦБ РФ на 01.06.2018 г. Доллар США 62,0188

# Определение размера паушального взноса и других регулярных сборов

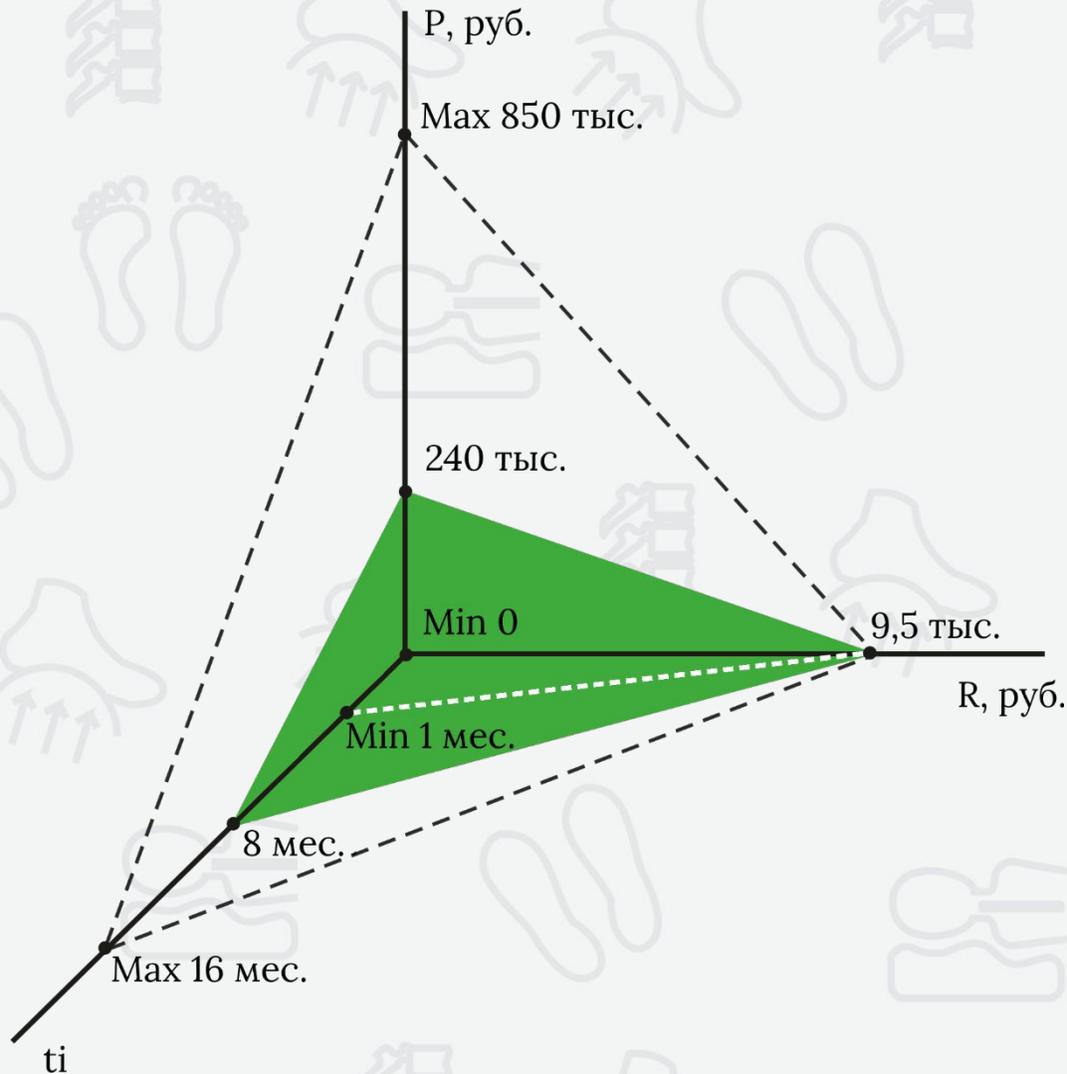
Факторы, влияющие на размер паушального взноса и регулярных сборов	Комментарий			
Инвестиции в запуск франшизы со стороны франчайзера	От 150 тыс. руб. Передача НОУ-ХАУ, включая ежемесячные издержки сотрудников отдела сопровождения франчайзи: руководитель отделения франчайзинга (50 тыс. руб.), менеджер по запуску (40 тыс. руб.), менеджер по сопровождению (40 тыс. руб.) – затраты от 130 тыс. руб.			
Рентабельность	До 25% по чистой прибыли			
Размер паушальных взносов, роялти и других регулярных сборов у смежных конкурентов	Название	Паушальный взнос	Роялти и другие регулярные сборы	Инвестиции
	Body Forming	300 тыс. руб.	От 10 до 20 тыс. руб.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• От 0,65 до 1,5 млн руб.</li> <li>• От 0,5 до 1,2 млн руб.</li> <li>• От 0,7 до 1 млн руб.</li> </ul>
	Клиника здоровой спины	От 150 тыс. руб.	Индивидуально	От 650 тыс. руб.
	Близкие люди	От 60 до 300 тыс. руб.	От 0 до 10 тыс. руб.	От 150 до 800 тыс. руб. (в среднем от 300 до 400 тыс. руб.)
	Планета Здоровья	Отсутствует	Отсутствует	От 600 тыс. руб.
	Аптека №1	Отсутствует	Отсутствует	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 978 тыс. руб.</li> <li>• 1,3 млн руб.</li> <li>• 1,57 млн руб.</li> <li>• 1,87 млн руб.</li> </ul>
	Хорошая аптека	От 150 до 300 тыс. руб.	Отсутствует	От 700 тыс. руб.
	Оптимист Оптика	50 тыс. руб.	Отсутствует	От 850 тыс. до 2,3 млн руб.

# Формы роялти и периодичность оплаты

Роялти устанавливается в % от выручки, в % 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 и роялти



На рынке компаний со схожим уровнем инвестиций и со схожей (частично) целевой аудиторией:

Средний паушальный взнос: 240 тыс. руб.

- минимальный: 0 руб.
- максимальный: 850 тыс. руб.

Средний роялти: 9,5 тыс. руб. (для 3-х компаний)

- минимальный: 0 руб. (у большинства)
- максимальный: 20 тыс. руб.

Средний срок окупаемости: 8 мес.

- минимальный: 1 мес.
- максимальный: 16 мес.

Данный график показывает, что установка паушального взноса или роялти платежа выше, чем среднее значение по рынку, повлечет за собой увеличение среднего срока окупаемости франшизы.

P – паушальный взнос;

R – роялти;

ti – срок окупаемости франшизы.

# Рекомендуемый размер паушального взноса, роялти и других регулярных сборов

**Рекомендуем установить паушальный взнос** от 250 до 700 тыс. руб. (в зависимости от пакета). Паушальный взнос позволит франчайзеру покрыть расходы на передачу НОУ-ХАУ и оказание услуг на этапе запуска франчайзинговой точки, а также покрыть расходы на создание отдела сопровождения франчайзи. Затраты на выезд команды открытия (транспортные и прочие расходы) и на обучение и стажировку персонала на базе точек ГО не включены в паушальный взнос. Данные расходы определяются индивидуально в каждом конкретном случае и компенсируются франчайзи.

**Рекомендуемый размер роялти/сервисного сбора\***: 10 тыс. руб. Ежемесячное взимание роялти позволит франчайзеру покрывать расходы на оказание дополнительных услуг, на содержание отдела сопровождения, разработку новых маркетинговых и рекламных материалов, услуги корпоративного юриста (заключение договора с юристом ГО – обязательное условие). Доход франчайзера также будет формироваться за счет наценки на продукцию, приобретаемую франчайзи. Рекомендуем установить минимальный объем ежемесячных закупок. С учетом прогнозного уровня выручки и чистой прибыли франчайзинговой точки, данный уровень роялти будет приемлемым для франчайзи. Размер роялти может снижаться или увеличиваться по решению Головной организации в зависимости от оказываемой поддержки.

**Рекомендуем не устанавливать маркетинговый сбор.** Расходы на продвижение сети будут покрываться за счет роялти и наценки на приобретаемую продукцию. Франчайзи самостоятельно будет вкладывать определенный уровень выручки в маркетинговое продвижение в регионе (по согласованию с франчайзером).

*\* Установка регулярных сборов необходима для компенсации затрат Головной компании. Можно преподнести данные ежемесячные расходы не как роялти, а как сервисный сбор. Следует оценить планируемые расходы ГО на сопровождение франчайзи и установить минимальный взнос для 1-ой точки.*

# Рекомендуемые франчайзинговые пакеты

Основными факторами при разделении франчайзинговых пакетов являются:

1. Расходы на открытие бизнеса со стороны франчайзи.  
Уровень вовлеченности франчайзи в процесс открытия точки
2. Расходы на открытие точки со стороны франчайзера.  
Уровень поддержки франчайзи
3. Операционное управление точкой.  
Кто занимается: франчайзи или франчайзер

# Рекомендуемые франчайзинговые пакеты

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

**В целях успешного выстраивания взаимоотношений** с франчайзи необходимо определить условия сотрудничества по Проекту. Фундаментом лояльности франчайзи является положительный опыт, деловая репутация, комплексная поддержка на этапе запуска бизнеса и в процессе реализации его деятельности.

**Для франшизы компании «НЕФРИТ» рекомендуется выделить 3 франчайзинговых пакета** в зависимости от формата бизнеса франчайзи и соответствующего участия Головной компании в открытии. Франчайзинговые пакеты позволят дифференцировать спрос на франшизу.

**Рекомендуем предоставлять возможность приобретения эксклюзива** на территорию (город/регион) с повышением паушального взноса (повышение на 100% и более). В случае передачи территории в управление 1-му франчайзи, стоит обратить особое внимание на потенциал франчайзи и его возможность обеспечить спрос и качественный сервис на вверенной ему территории (предлагать для потенциальных франчайзи из небольших городов и франчайзи, приобретающих пакет «СВОЯ СЕТЬ»).

**Большим преимуществом франчайзингового предложения** компании «НЕФРИТ» может стать скидка на покупку 2-ой и последующих франшиз. Рекомендуем установить скидку на паушальный взнос при открытии последующих франчайзинговых точек на незанятой территории (кроме пакета «ПОД КЛЮЧ» - открытие второй и последующих точек командой ГО без скидки).

**Более быстрому и легкому выходу на франчайзинговый рынок** могут поспособствовать специальные условия для первых покупателей франшизы. Например, для первых 5-ти франчайзи «роялти каникулы» в течение первых 3-х месяцев. Рекомендуем также рассмотреть возможность предоставления специальных условий первым партнерам.

# Рекомендуемые франчайзинговые пакеты

	БЫСТРЫЙ СТАРТ	СВОЯ СЕТЬ	ПОД КЛЮЧ
<b>Описание</b>	Франчайзи открывает 1 Маркет здоровья «НЕФРИТ» в городе с поддержкой Головной компании	Франчайзи открывает 3 Маркета здоровья «НЕФРИТ» в городе с поддержкой Головной компании в течение 1-го года (срок и график открытия могут определяться индивидуально)	Команда открытия франчайзера выезжает к франчайзи, открывает 1 Маркет здоровья «НЕФРИТ», запускает в работу и передает готовый бизнес в течение 1-ой недели после открытия
<b>Количество посадочных мест</b>	От 10 до 15 демо-кресел/шезлонгов	От 10 до 15 демо-кресел/шезлонгов в каждой точке	От 10 до 15 демо-кресел/шезлонгов
<b>Что входит в паушальный взнос</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Право на использование бренда</li> <li>• Передача НОУ-ХАУ: помощь в поиске и подборе помещения и оборудования, руководство по использованию фирменного стиля, помощь в подборе персонала                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Обучение франчайзи и его персонала, обучение специфике продаж                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Система работы и проверенные методики</li> <li>• Подключение к сайту и интернет-магазину</li> <li>• Подключение к единой CRM системе</li> </ul> </li> <li>• Выезд команды открытия и контроль перед запуском                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Поставка продукции</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>		+ Полный запуск бизнеса командой Головной компании и передача в управление франчайзи
<b>Паушальный взнос</b>	250 тыс. руб.	500 тыс. руб.	700 тыс. руб.
<b>Роялти/ Сервисный сбор*</b>	10 тыс. руб. с 1-ой точки (рекомендуем провести оценку затрат на сопровождение ГО)		
<b>Что входит в роялти</b>	Поддержание работы сайта, интернет-магазина и CRM системы. Работа единой горячей линии. Консалтинг в управлении бизнесом; сопровождение и консультации, коучинг; юридическая поддержка (заключение договора с юристом ГО). Доступ к новым маркетинговым и рекламным материалам. Дополнительное обучение персонала, повышение квалификации, проведение обучений и тренингов (затраты компенсирует франчайзи). Возможно предоставление дополнительной услуги по ведению бухгалтерии (за доп. плату: увеличение роялти/отдельный сбор).		

\* Установка регулярных сборов необходима для компенсации затрат Головной компании. Можно преподнести данные ежемесячные расходы не как роялти, а как сервисный сбор. Следует оценить планируемые расходы ГО на сопровождение франчайзи и установить минимальный взнос для 1-ой точки.

# Рекомендуемые франчайзинговые пакеты

	БЫСТРЫЙ СТАРТ	СВОЯ СЕТЬ	ПОД КЛЮЧ
<b>Описание</b>	Франчайзи открывает 1 Маркет здоровья «НЕФРИТ» в городе с поддержкой Головной компании	Франчайзи открывает 3 Маркета здоровья «НЕФРИТ» в городе с поддержкой Головной компании в течение 1-го года (срок и график открытия могут определяться индивидуально)	Команда открытия франчайзера выезжает к франчайзи, открывает 1 Маркет здоровья «НЕФРИТ», запускает в работу и передает готовый бизнес в течение 1-ой недели после открытия
<b>Стоимость открытия каждой последующей точки</b>	200 тыс. руб.	100 тыс. руб.	700 тыс. руб.
<b>Инвестиции</b>	Внешнее и внутреннее благоустройство объекта (ремонт), аренда, оформление помещения, оборудование и мебель:		
	От 200 тыс. руб.	От 600 тыс. руб. (3 точки)	От 200 тыс. руб.
	Первоначальный закуп товара (демонстрационный и на продажу):		
	От 500 тыс. руб.	От 1,5 млн руб. (3 точки)	От 500 тыс. руб.
	Затраты на обучение и стажировку персонала: от 50 до 100 тыс. руб.		
	Выезд команды открытия франчайзера (при необходимости): расходы определяются индивидуально		
	Итого: от 1 млн руб.	Итого: от 2,6 млн руб. (3 точки)	Итого: от 1,6 млн руб.
<b>Средняя выручка в месяц</b>	1 млн руб.	3 млн руб. (3 точки)	1 млн руб.
<b>Средняя прибыль в месяц</b>	250 тыс. руб.	750 тыс. руб. (3 точки)	250 тыс. руб.

# Стабилизирующие факторы франчайзинговой сети «НЕФРИТ»

## Факторы, препятствующие выходу из сети

Поставка товаров Головной компанией

## Факторы, мотивирующие франчайзи находиться в сети

Обоснованность взимания роялти

Консалтинг в управлении бизнесом, коучинг

Развитие бренда, маркетинговые акции

Подключение к сайту ГО и интернет-магазину

Единая CRM система

Доступ к новым маркетинговым разработкам

Создание общей дружелюбной корпоративной культуры сети

Проведение регулярных тренингов, семинаров

Обучение франчайзи и его персонала

Единая горячая линия поддержки

Поддержка корпоративного юриста (заключение договора с юристом ГО)

Возможно предоставление дополнительной услуги по ведению бухгалтерии (за доп. плату)

# Портрет идеального клиента

Какие бывают клиенты?

**Идеальные клиенты** – предприниматели, чьи цели, предпочтения в бизнесе и критерии выбора бизнес-модели совпадают с целями компании, спецификой бизнеса и идеологией. Такие клиенты вдохновляют и заряжают Вас энергией, а Ваша компания может дать значительно больше ценности данному клиенту, чем другим потенциальным покупателям франшизы, и сами клиенты могут принести в 10-20-30 раз больше дохода для Вашей компании, чем другие клиенты.

Кроме этого, потенциальными франчайзи также можно рассматривать клиентов из целевой аудиторий.

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

**Нецелевая аудитория** – прочие покупатели. Это клиенты, чьи цели, предпочтения в бизнесе и критерии выбора бизнес-модели не совпадают с целями компании, спецификой бизнеса и идеологией.

# Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

Инвесторы. Владельцы или генеральные директора крупных промышленных, строительных и нефтегазовых компаний и т. д. Для них на первый план выходит известность франшизы (раскрученный бренд), сумма чистой прибыли, которую будет приносить франшиза, а также возможность не заниматься оперативным управлением бизнеса. Инвесторы рассматривают открытие бизнеса как возможность диверсификации бизнеса и своих вложений. Это гостиницы, крупные производства, сети магазинов и ресторанов. Суммарные инвестиции могут быть любыми и измеряются десятками миллионов рублей и даже долларов.

Почему инвесторам может быть интересна франшиза компании «НЕФРИТ»?

- ✓ Дополнительный источник дохода по новому направлению.
- ✓ Расширение спектра предоставляемых услуг с помощью франшизы «НЕФРИТ».

Рекомендации: Надежный партнер для развития франчайзинговой сети.

# Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

Эксперты. Это люди, которые работают в той же области бизнеса, что франчайзер и обладают опытом, денежными, материальными и другими ресурсами. Для франшизы «НЕФРИТ» это владельцы смежного бизнеса в индустрии здоровья и медицины. Покупка франшизы может являться инструментом развития уже существующего бизнеса. Рассматривают инвестиции до 1 000 000 \$.

## Почему экспертам может быть интересна франшиза компании «НЕФРИТ»?

- ✓ Регулярное получение прибыли независимо от сезонности на основе существующей концепции бизнеса.
- ✓ Возможность начать собственный бизнес при поддержке команды специалистов.
- ✓ Возможность избежать ошибок и незапланированных затрат при осуществлении предпринимательской деятельности.

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

# Возможные варианты покупателей франшиз. Наши рекомендации

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 «НЕФРИТ»?

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

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

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 «НЕФРИТ»?

- ✓ Возможность стать частью (представителем) бренда.
- ✓ Продвижение бренда в своем регионе.
- ✓ Самореализация в сфере интересного им бизнеса.
- ✓ Получение доступа к активной бизнес-среде.

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

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 наёмным работникам может быть интересна франшиза «НЕФРИТ»?

- ✓ 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.
- ✓ 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, поэтому будьте готовы оказывать поддержку такому партнеру на каждом шаге.

# Портрет идеального клиента для франшизы компании «НЕФРИТ»

**Возраст:** от 28 до 40 лет

**Пол:** не имеет значения

**Доход:** выше среднего

**Семейное положение:** женат/замужем

**Место жительства:** крупный город (от 500 тыс. жителей)

**Предпочтения:** желание владеть бизнесом в сфере торговли; желание начать свое дело с постоянным доходом; желание добавить рентабельное направление своему бизнесу со схожей целевой аудиторией; желание владеть бизнесом с поддержкой Головной компании

**«Проблемы», которые он хочет решить (критерии выбора):** увеличить свои доходы, получить признание себя, как успешного предпринимателя

**Страхи:** снижение благосостояния, недобросовестные партнёры

**Цель:** получение развивающегося, стабильного, прибыльного бизнеса, повышение социального статуса

**Образование:** высшее

**Опыт в предпринимательской деятельности:** от 3-х лет

# Портрет идеального клиента для франшизы компании «НЕФРИТ»

## Пример идеального клиента:

Владельцы компаний смежного направления, которые имеют проверенные каналы сбыта товаров, планируют приобрести франшизу компании «НЕФРИТ» и заниматься ею, как основным бизнесом/добавить новое прибыльное направление своему бизнесу, расширить товарный ассортимент (владельцы аптек, магазинов по продаже медицинских товаров, оптик, ортопедических салонов, ЛФК-центров, медицинских центров, спортивных школ, небольших фитнес-клубов и др.). Идеальный клиент готов:

- сделать бизнес по франшизе «НЕФРИТ» своим основным бизнесом;
- посвящать этому бизнесу большую часть времени;
- совместно с франчайзером привносить улучшения в бизнес-модель компании;
- совместно совершенствовать франчайзинговую сеть.

## Целевая аудитория:

1. Предприниматели с опытом работы в любом направлении оптовой и розничной торговли.
2. Начинающие предприниматели, которые хотят создать свой собственный бизнес «с нуля» под брендом сильной и успешной компании.

Еще один способ определить целевую аудиторию – рассматривать потенциальных франчайзи из тех компаний, с которыми Вы бы проводили кросс-маркетинг.\*

\* Взаимные маркетинговые акции. Например, при покупке билета в аквапарк – купон на бесплатный кофе в соседнем заведении.

# Уникальное торговое предложение для франшизы «НЕФРИТ»

**Уникальное торговое предложение (УТП)** представляет собой неповторимую и привлекательную идею, выгодно отличающую конкретную франшизу от других, существующих в данной сфере и франшиз со схожим уровнем инвестиций и основанное на реальных преимуществах компании.

УТП наглядно демонстрирует потенциальному покупателю выгоды, получаемые в результате выбора Вашей франшизы. Упор делается именно на выгоды для франчайзи, а не просто на характеристики франшизы. УТП отвечает на главный вопрос клиента: «Почему я должен стать Вашим франчайзи прямо сейчас и не откладывая?»

ОСНОВНАЯ МЫСЛЬ:

КУПИТЕ ФРАНШИЗУ «НЕФРИТ»  
ОТКРОЙТЕ БИЗНЕС ПО ФРАНШИЗЕ «НЕФРИТ»

# УТП для франшизы «НЕФРИТ»

## СРОЧНОСТЬ

- ✓ Успей забронировать франшизу на свой город – открой Маркет здоровья «НЕФРИТ» на эксклюзивных правах!
- ✓ Не откладывай на завтра! Открой сегодня собственный бизнес по франшизе Маркета здоровья «НЕФРИТ» и зарабатывай более 250 000 рублей в месяц
- ✓ Получите в управление «здоровый» бизнес по франшизе «НЕФРИТ» с 11-летней историей успеха до того, как это сделают Ваши конкуренты!
- ✓ Успей стать лидером на рынке массажного оборудования в своем регионе с франшизой Маркета здоровья «НЕФРИТ»

# УТП для франшизы «НЕФРИТ»

## СПЕЦИФИЧНОСТЬ

- ✓ Франшиза Маркета здоровья «НЕФРИТ» – простой шаг в здоровый бизнес! Зарабатывай более 3 000 000 рублей чистой прибыли в год
- ✓ Занимайтесь оздоровлением людей и зарабатывайте деньги! Откройте бизнес по франшизе Маркета здоровья «НЕФРИТ» с чистой прибылью от 250 000 рублей в месяц
- ✓ Получи опыт профессионалов в сфере массажного оборудования и открой по франшизе собственный салон «НЕФРИТ». Чистая прибыль более 750 000 рублей в квартал
- ✓ Франшиза Маркета здоровья «НЕФРИТ» – синергия проверенной бизнес-модели и успешного бренда! Зарабатывайте вместе с нами от 1 500 000 рублей чистой прибыли за полгода

# УТП для франшизы «НЕФРИТ»

## УНИКАЛЬНОСТЬ

- ✓ Стань частью успешной федеральной сети с франшизой Маркета здоровья «НЕФРИТ» - работай под брендом, которому доверяют!
- ✓ Управляй успешной франшизой Маркета здоровья «НЕФРИТ» - бизнес-модель проверена более чем на 20-ти точках!
- ✓ Франшиза от профессионалов индустрии здоровья! Открой собственный салон массажного оборудования по франшизе «НЕФРИТ»
- ✓ Добавь своему бизнесу новое прибыльное направление с франшизой Маркета здоровья «НЕФРИТ» - вдохни силу бренда в свой проект

# УТП для франшизы «НЕФРИТ»

## ПОЛЕЗНОСТЬ

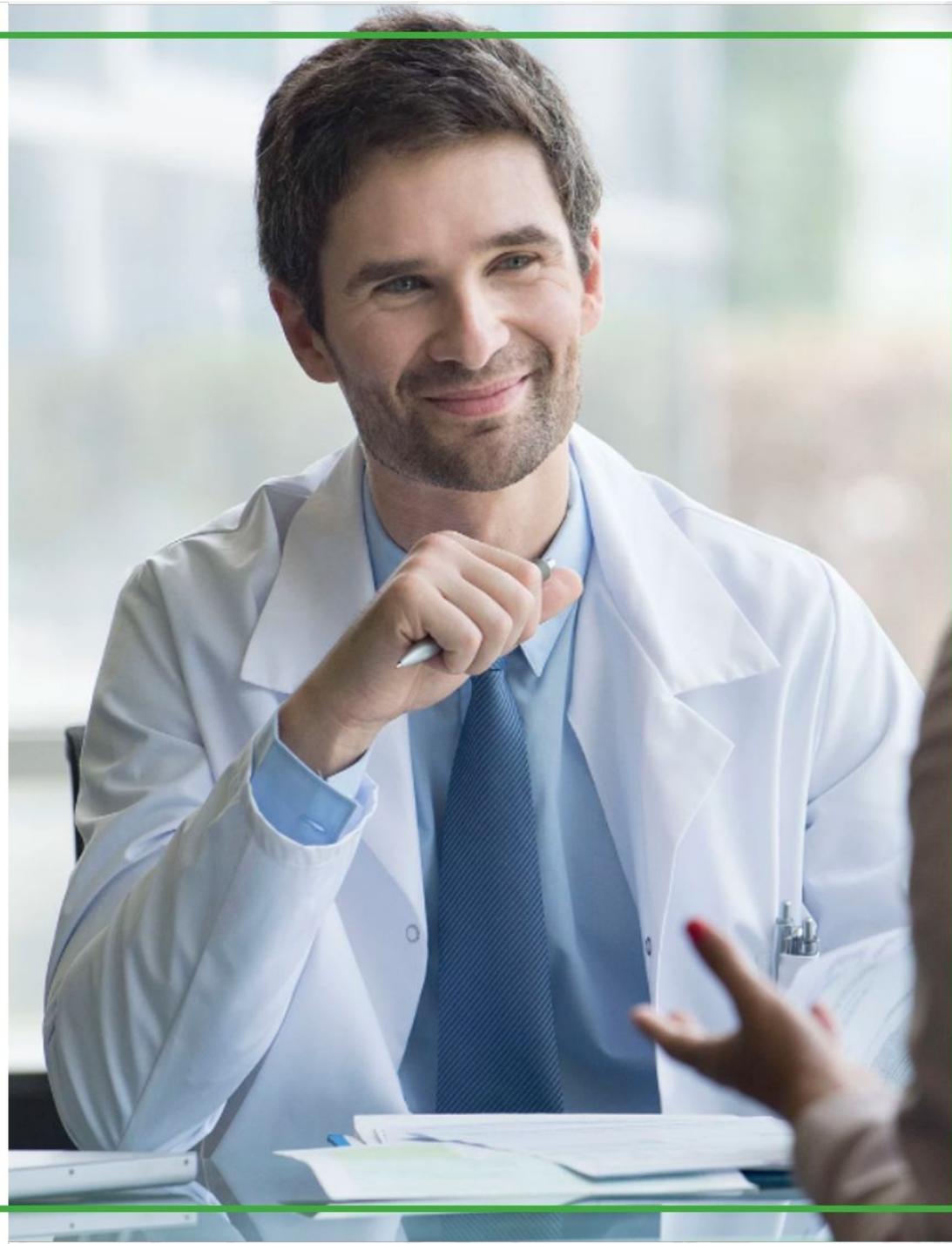
- ✓ Стань центром оздоровления населения в своем городе с франшизой Маркета здоровья «НЕФРИТ» - воплоти свою мечту в реальность
- ✓ Здоровье нации через служение людям! Начните свой бизнес с франшизой «НЕФРИТ» и займите прибыльную нишу в сфере массажного оборудования
- ✓ Франшиза с ежегодным доходом более 3 000 000 рублей! Создай собственную сеть Маркетов здоровья «НЕФРИТ» в городе
- ✓ Начни прибыльный бизнес – запусти франшизу «НЕФРИТ»: актуальная сфера, проверенная бизнес-модель и команда профессионалов!
- ✓ Открой точку продажи массажного оборудования по франшизе «НЕФРИТ» - 100% гарантия реализации товара!

Франшиза Маркета  
здоровья **«НЕФРИТ»** –  
простой шаг в здоровый  
бизнес



**НЕФРИТ**  
МАРКЕТ ЗДОРОВЬЯ

Зарабатывай более  
1 500 000 рублей чистой  
прибыли за полгода

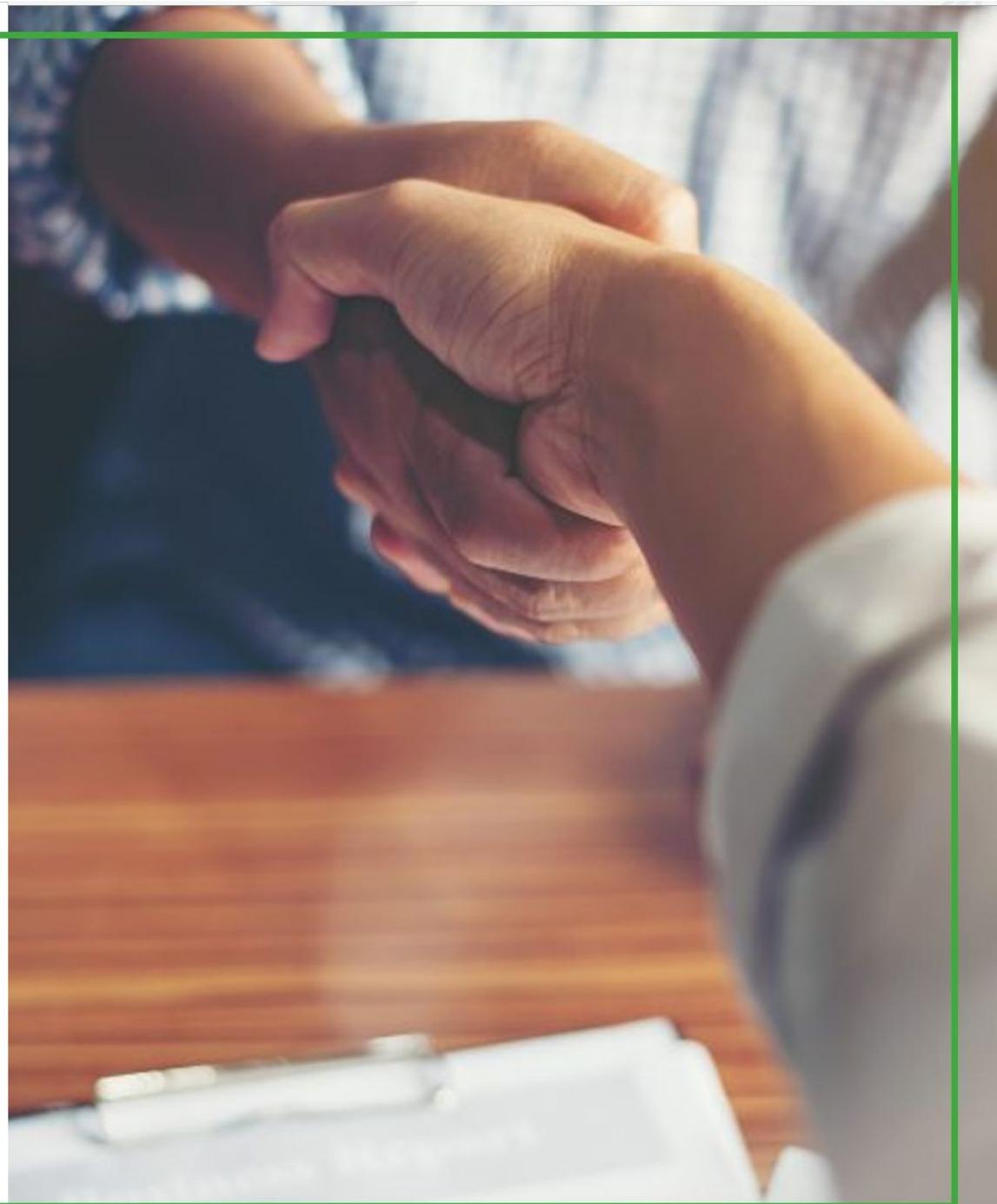


Здоровье нации через  
служение людям!



**НЕФРИТ**  
МАРКЕТ ЗДОРОВЬЯ

Начните свой бизнес с  
франшизой «НЕФРИТ» и  
займите прибыльную  
нишу в сфере массажного  
оборудования



Открой собственный  
салон массажного  
оборудования по  
франшизе «**НЕФРИТ**»



**НЕФРИТ**  
МАРКЕТ ЗДОРОВЬЯ

100% гарантия  
реализации товара!



Стань частью успешной  
сети федеральной сети с  
франшизой  
Маркета здоровья **«НЕФРИТ»**



**НЕФРИТ**  
МАРКЕТ ЗДОРОВЬЯ

Работай под брендом,  
которому доверяют!



Франшиза Маркета  
здоровья **«НЕФРИТ»** –  
синергия проверенной  
бизнес-модели и успешного  
бренда!



**НЕФРИТ**  
МАРКЕТ ЗДОРОВЬЯ

Зарабатывайте вместе с  
нами от 3 000 000 рублей  
чистой прибыли в год



# Рекомендуемая стратегия построения и развития франчайзинговой сети «НЕФРИТ»

На основе проведенного анализа конкурентов на франчайзинговом рынке были выявлены следующие особенности, которые рекомендуем также разработать и включить в пакеты для успешного развития франчайзинговой сети:

1. Регистрация точки во всех геолокационных сервисах (Яндекс/Google Карты, 2Gis) и справочниках (Google Бизнес, Яндекс Организации и др.).
2. Открытие точки командой запуска ГО «под ключ».
3. Предоставление более выгодных условий для партнеров, открывающих несколько точек (пакет «СВОЯ СЕТЬ», дополнительные скидки на закуп товаров, скидки на открытие каждой следующей точки).
4. Предоставление эксклюзивных прав на территорию для франчайзи, развивающих собственную сеть в городе (открытие более 2-х и более точек)/открывающих точки в городах с небольшой численностью населения.
5. Настройка рекламы в интернете (Яндекс и Google, таргетированная реклама ВКонтакте).
6. Периодический аудит по всем направлениям деятельности.
7. Выезд специалистов (минимум 1 раз в год) для наставничества и подробного анализа операционной деятельности с рекомендациями по повышению эффективности работы.

Для потенциальных франчайзи при выборе партнёра на первое место выходят уровень предоставляемой поддержки и финансовые показатели франшизы. Так как под брендом «НЕФРИТ» работает уже сеть магазинов, рекомендуем при построении стратегии делать упор на проверенной на 20-ти точках и 11-летним опытом бизнес-модели, на уровне предоставляемой поддержки, выгодных условиях сотрудничества и финансовых показателях франшизы.

# Рекомендуемая стратегия построения и развития франчайзинговой сети «НЕФРИТ»

Также основными элементами, на которых стоит сделать акцент при формировании стратегии продвижения франшизы, будут формирование сильного отдела продаж и эффективного отдела сопровождения франчайзи, доступ к интернет-магазину, поставка продукции и предоставление гарантии на возврат средств за нереализованную продукцию.

На начальном этапе развития рекомендуем распространить сеть по крупным региональным центрам, чтобы повысить узнаваемость бренда. Рекомендуем в первый год открыть не более 7-ми точек, чтобы довести до совершенства все бизнес-процессы и проконтролировать соблюдение стандартов франшизы. Со второго года начать более активное развитие, параллельно усиливая команду сопровождения франчайзи. Данная стратегия позволит быстро завоевать положительную репутацию компании и повысить узнаваемость бренда «НЕФРИТ».

Позиционирование перед франчайзи – это предоставление товарного знака федерального бренда «НЕФРИТ», проверенная 11-летним опытом и на 20-ти точках бизнес-модель, поставка продукции (с гарантией возврата нереализованного товара ГО) и постоянная поддержка со стороны франчайзера.

Залог успеха – это поиск надежных партнеров, которые будут находиться среди тех, кто соответствует портрету идеального покупателя. Основной инструмент поиска таких партнеров – выход на них через холодные звонки, иногда через социальные сети или контекстную рекламу, если есть сформированная база целевых электронных адресов или номеров телефонов. Данная стратегия позволяет определить широкий круг потенциальных покупателей франшизы за счет вариативности пакетов и расширить сеть компании по стране. Цель – увеличение прибыли и повышение узнаваемости бренда.

# Терминология франчайзинга

## **Франчайзинг**

*Franchising*

Франчайзинг – это форма ведения бизнеса, при которой франчайзер предоставляет 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 сократить 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, которое приобретает права на франшизу на определенной территории согласно франчайзинговому договору или иному договору, направленному 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

Согласно продукту, который реализуется через франчайзинговую систему (вида деятельности), франчайзинг бывает: сервисный, торговый, производственный, смешанный.

## 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 (Компания «НЕФРИТ»)

Торговый франчайзинг сконцентрирован на сбыте или дистрибьюции товара франчайзера. В этом случае франчайзи не обязательно 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 другим признакам).

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

# Что нужно для создания 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

# Исследование проведено

для компании «НЕФРИТ»  
май, 2018 г.

