



Для европейской экономики ведение бизнеса по системе франчайзинга – стандартная схема. Суть системы проста – франчайзер передает франчайзи за роялти (вознаграждение) право на определенный вид бизнеса, а также использование разработанной бизнес-модели и известного имени. Выгоды обеих сторон очевидны: франчайзер имеет гарантированный сбыт, а франчайзи – успешный бизнес при минимальных инвестициях. Для Украины в целом, и рынка светопрозрачных конструкций в частности, франчайзинг – скорее инновационная концепция, чем широко распространенная практика. Хотя справедливости ради, следует отметить, что ведущие игроки оконного рынка активно применяют франчайзинг в качестве стратегии развития розничных продаж. С просьбой рассказать о преимуществах «бизнеса под ключ», нюансах франчайзингового соглашения, правах и обязанностях партнеров редакция журнала «Оконные технологии» обратилась к директору по маркетингу предприятия СтеклоПЛАСТ – Вере Ковтун.



СтеклоПЛАСТ

СтеклоПЛАСТ предлагает партнерам «бизнес под ключ» по системе франчайзинг

– Вера, прежде, чем начать разговор о франшизе, расскажите о продуктивном портфеле СтеклоПЛАСТ.

Предприятие СтеклоПЛАСТ – это Национальный Производитель Окон, который, в первую очередь, ассоциируется с металлопластиковыми изделиями. Однако, кроме металлопластиковых оконных конструкций, мы предлагаем входные и межкомнатные двери из металлопластика и алюминия, алюминиевые окна, системы фасадного остекления, а также роллеты и гаражные ворота. В 2010 г. мы сознательно отошли в продажах от акцента на

профильных системах, из которых изготовлены окна и двери. Материал, несомненно, важен, но с качественным материалом может работать как крупный завод, так и мелкий гаражный кооператив. На передний план мы вывели собственное имя – СтеклоПЛАСТ, подчеркивая тем самым ответственность предприятия за качество готовой продукции. В рамках новой маркетинговой стратегии был разработан брендированный продуктовый портфель и сегодня мы предлагаем широкий ассортимент металлопластиковых окон и дверей под собственной торговой маркой, что по-

зволяет розничному продавцу охватить все покупательские сегменты: СтеклоПЛАСТ GREEN (экономная серия окон), СтеклоПЛАСТ YELLOW (комфортная серия окон), СтеклоПЛАСТ ORANGE (престижная серия окон), СтеклоПЛАСТ ENERGETO (инновационная серия окон).

В 2007 г. завод СтеклоПЛАСТ успешно прошел сертификацию на соответствие международной системе стандарта качества ISO 2001-9001. Таким образом, партнеры СтеклоПЛАСТ предлагают продукцию только самого высокого качества.

– Ваша компания использует франчайзинг в качестве стратегии развития розничных продаж. Как Вы пришли к этому решению?

Чтобы ответить на этот вопрос необходимо совершить небольшой экскурс в историю компании. Предприятие СтеклоПЛАСТ было создано в 1997 году как производственный комплекс полного цикла по изготовлению металлопластиковых изделий. Сбыт продукции осуществлялся через дилерскую сеть в крупных городах Украины. Ориентация на частного заказчика, в качестве одной из стратегий, пришла 7 лет спустя – в 2004 году. Мы открыли несколько салонов окон сначала



в Днепропетровске и Днепропетровской области, потом – в крупных городах других регионов. На этих салонах были отработаны основные бизнес-процессы, а также схемы ведения оконного бизнеса в рознице.

Параллельно продолжалось развитие производства. Были последовательно открыты новые цеха по производству металлопластиковых конструкций и стеклопакетов, участок дополнительной комплектации, участок по производству нестандартной продукции, запущена ламинат-линия, открыт цех по производству алюминиевых конструкций, закуплено и введено в эксплуатацию современное высокотехнологичное оборудование: четырехголовочный автоматический сварочный станок Sturtz SE-HSM-30/26 Compact (Германия), автоматизированная линия сборки стеклопакетов Lisec (Австрия), ламинат линия Barberan (Испания).

Таким образом, мы получили возможность предложить рынку принципиально другой, качественный продукт, сжатые сроки производства, а также – отработанную схему ведения оконного бизнеса в рознице. Этот «универсальный комплекс» лег в основу франшизы СтеклоПЛАСТ.

– Какие преимущества получают франчайзи СтеклоПЛАСТ?

В первую очередь, это преимущества, которые получают предприятия, работающие по франчайзинговой схеме, независимо от отрасли. Применительно к франшизе СтеклоПЛАСТ – это:

Использование проверенных бизнес-процессов.

Прежде чем предлагать франшизу партнерам, мы убедились в эффективности нашей схемы работы на оконных салонах собственной розницы.

Автономность бизнеса.

В составе франчайзинговой сети СтеклоПЛАСТ, франчайзи сохраняет экономическую и юридическую самостоятельность.

Снижение коммерческих рисков.

За 14 лет работы в оконном бизнесе, сотрудниками компании СтеклоПЛАСТ внедрены уникаль-



ные технологии ведения бизнеса, завоевана весомая доля рынка. За счет опыта СтеклоПЛАСТ коммерческие риски нового оконного предприятия снижены в 4-5 раз при высокой рентабельности, которая растет из года в год. Предприятия, открытые по франчайзинговой программе, защищены от множества проблем и рисков начинающего бизнеса, а также имеют поддержку завода на протяжении всего периода работы.

Минимальные затраты на рекламу.

Наш бренд узнаваем, ему доверяют, продукция имеет длительную историю позитивной репутации – ее рекомендуют друзьям и знакомым. Кроме того, мы проводим активную рекламную политику в зоне торговой активности партнеров.

Доступ к уникальной базе знаний.

Вместе с бизнес-системой франчайзи передается не только отлаженный механизм, но и «инструкция» по его эффективному использованию. На базе Учебного Центра СтеклоПЛАСТ мы обучаем партнеров тому, как построить эффективный бизнес, учитывая специфику оконного рынка. Персонал франчайзи проходит обязательное обучение по темам: «Продуктовый портфель СтеклоПЛАСТ» и «Технология продаж».

– Вы упомянули о всесторонней поддержке своих партнеров во время открытия салона и на протяжении всего периода работы. В чем она заключается?

Это достаточно обширный список, в который входят:





- структурированные и детализованные рекомендации по ведению бизнеса;
- консультационное сопровождение по вопросам оперативного и стратегического управления бизнесом, в том числе с учетом научных разработок и маркетинговых исследований;
- полное оформление помещения партнера в соответствии с корпоративными стандартами компании СтеклоПЛАСТ: вывеска и баннеры для наружной части фасада, стенды и образцы продукции для внутреннего наполнения;
- предоставление единственного в Украине программного обеспечения, внедренного на предприятии СтеклоПЛАСТ, позволяет проследить все этапы прохождения заказа в режиме on-line с момента приема заказа менеджером до выхода готовой продукции и выдачи ее заказчику;
- обучение торгового персонала методам продаж и стандартам обслуживания покупателей на базе Учебного Центра СтеклоПЛАСТ;
- рекламная поддержка на протяжении года силами отдела маркетинга СтеклоПЛАСТ;
- гарантийное и сервисное сопровождение заказов;
- участие в бонусной программе «На развитие бизнеса».

– Расскажите об условиях франшизы СтеклоПЛАСТ.

Система франчайзинга компа-

нии СтеклоПЛАСТ предполагает достаточно лояльные условия для партнеров: отсутствие первоначального взноса, а также роялти и рекламного пая. Однако франчайзи СтеклоПЛАСТ обязуются реализовать не менее 80 кв. м. продукции в месяц и работать согласно общей стратегии продаж компании. Если салон открыт под торговой маркой СтеклоПЛАСТ, то должен соответствовать ее высокому уровню. Размер инвестиций для открытия салона СтеклоПЛАСТ по системе франчайзинг составляет 9000 грн, а срок окупаемости 2-3 месяца.

В настоящее время разработаны стандарты ведения бизнеса, в которых прописаны:

Требования к месту расположения салона:

- центральная часть города или район с повышенной проходимостью, наличие транспортной развязки, удобные подъездные пути;
- размещение салона на 1-м этаже;
- все окна на центральную улицу.

Требования к площади и техническому обеспечению:

- площадь торгового зала не менее 20 кв. м;
- наличие отдельного входа (при размещении в Торговом Центре – варианты рассматриваются);
- телефонная линия;
- компьютер с выходом в интернет, принтер.

Требования к ремонту и наружной рекламе:

- партнер осуществляет ремонт и оформление салона (внешнее и внутреннее) согласно стандартам корпоративного дизайна ТМ СтеклоПЛАСТ (покраска стен, мебель в фирменном стиле, выставочные стенды);
- СтеклоПЛАСТ разрабатывает дизайн-проект салона (внешнее оформление, размещение мебели и выставочных стендов) после предоставления плана помещения, его размеров, фотографий фасада и интерьера;
- размещение наружной рекламной вывески на фасаде.

Требования по соблюдению корпоративных стандартов обслуживания:

- соблюдение единых стандартов обслуживания клиентов;
- использование корпоративной формы для менеджеров и работников сервисных служб (монтажников, замерщиков).

Требования к продукции, которая реализуется:

- в салонах осуществляется продажа исключительно продукции завода СтеклоПЛАСТ.

Требования к квалификации персонала:

- персонал партнера проходит обучение и аттестацию в Учебном Центре компании СтеклоПЛАСТ (для менеджеров, замерщиков, монтажников).

Консультацию по франчайзинговой программе можно получить у руководителя отдела развития Натальи Таран: **(067)686-49-89**, **skype: taran55555**, **e-mail: ntaran@stekloplast.net**



СтеклоПЛАСТ

Предприятие СтеклоПЛАСТ:

49000, Украина,
г. Днепропетровск, ул. Артема 91
тел./факс (056) 370-75-77
Горячая линия: **0 (800) 501-539**
web-сайт: **www.stekloplast.ua**