

Apteka w sieci... franczyzowej

Franczyza zadomowita się na rynku aptecznym. Operatorzy sieci mają jednak jeszcze sporo do zrobienia.

Duże sieci aptek zaczynają doceniać efekt skali i inwestują we franczyzę. Dla licencjodawców oznacza to ekspansję na nowe rynki, dla biorców sprawdzony pomysł na biznes.

— Od kilku lat obserwujemy tendencję do konsolidacji rynku. Właściciele aptek coraz chętniej przyłączają się do dużych sieci lub grup zakupowych. Zjawisko to jest nieuchronne i będzie się z czasem pogłębiało — uważa Ewa Perlińska, koordynator ds. franczyzy spółki Mediq Polska.

Dodaje, że przygotowania jej firmy do budowy sieci franczyzowej trwały niepełna dwa lata i nie obyło się bez pomocy firmy zewnętrznej. Koszt całego przedsięwzięcia wyniósł kilkaset tysięcy złotych.

— Największym problemem był brak wiedzy na temat założeń systemu franczyzowego i zasad jego działania. Część farmaceutów początkowo traktowała program jak grupę zakupową lub program lojalnościowy. Tymczasem program franczyzowy

Mediq jest bardziej złożony, a grupa zakupowa i program lojalnościowy są jedynie jego elementami składowymi — opowiada Ewa Perlińska.

Sporo mankamentów

Ekspert uważają, że przed sieciami aptek jeszcze sporo pracy, a ich systemy franczyzowe mają sporo niedociągnięć.

— Współpraca między podmiotami jest zbyt luźna. Zwyczaj dotyczy tylko drobnych elementów, np. wyglądu witryny. A szansą na większe zyski dla uczestników są usługi marketingowe dla producentów leków. Większa integracja umożliwiłaby również skorzystanie z efektu skali w zakresie lepszych cen zaopatrzenia czy zakupu wyposażenia aptek. Apteki franczyzowe mogą też rozszerzyć swoją ofertę o produkty uzupełniające — np. kosmetyki. Powinny też popracować nad obsługą klienta, wprowadzając strefę samoobsługową. Pojedyncze podmioty będą coraz mniej konkurencyjne. Apteki sieciowe osiągają dodatkowe zyski do podziału, podczas gdy pojedyncze, nieznaczne graty — mówi Michał Wiśniewski, dyrektor działu doradztwa we franczyzie firmy Profit system.



► **Pod rozważę:** W wielu sieciach franczyzowych współpraca między podmiotami jest zbyt luźna — mówi Michał Wiśniewski, dyrektor doradztwa we franczyzie w Profit system. [FOT. BS]

Zgadza się, że wygląd placówek należących do sieci ma znaczenie, jednak, jak podkreśla, zbyt małą uwagę poświęca się poziomowi obsługi.

— W dużych sieciach odpowiednio wysoki poziom usług powinien być narzucony odgórnie. Klienci coraz rzadziej mają czas i ochotę stać w długich kolejkach. Mają coraz wyższe wymagania, a jak coś im się nie podoba, to

po prostu idą do konkurencji — mówi Michał Wiśniewski.

Boom na franczyzie

Mimo że „franczyza apteczna” stawia pierwsze kroki, cieszy się sporym zainteresowaniem, stąd rosnące wymagania wobec licencjodawców.

— Obserwujemy spore zainteresowanie naszym programem — wciąż spotykamy się z osobami zainteresowanymi przystąpieniem do sieci. Niestety, nie każdy może wziąć udział w programie. Prowadzi myrzącą weryfikację potencjalnych franczyzobiorców, której nadrzędnym założeniem jest dokładna ocena szans i zagrożeń wynikających z uruchomienia i prowadzenia apteki. Weryfikacja, obejmuje wiele czynników, m.in. wysokość obrotów, spodziewany rozwój w perspektywie 5 lat oraz lokalizację. Bierzymy pod uwagę także wiele innych aspektów, które mogą wpłynąć na końcowy sukces przedsięwzięcia — informuje Ewa Perlińska.

Franczyza dopiero wchodzi na polski rynek apteczny. Mimo to, jak widać, sporo przedsiębiorców dostrzega w niej swoją szansę.

Alina Treptow

a.treptow@wp.pl • 22-333-99-34