

Własny Biznes Franchising
www.franchising.pl
redakcja@franchising.pl
Wydawca PROFIT system
Reklama: (022) 560 80 50 / 51
Redakcja: (022) 560 80 30 / 31 / 32 / 34
Grafika: (022) 560 80 33

Własna firma to jest to

– **Biznes na zasadzie franczyzy okazał się bardzo funkcjonalną formą prowadzenia biznesu. Sprawdza się we wszystkich branżach i na wszystkich poziomach inwestycji: od kilku tysięcy złotych do kilku milionów – mówi Michał Wiśniewski, dyrektor ds. franczyzy w firmie doradczej PROFIT system.**

Sukces każdej nowej firmy zależy od tego, czy będzie w stanie pozyskać klientów. Nie można tego zweryfikować przed startem przedsięwzięcia. W PROFIT system mieliśmy to szczęście, że pierwszy kontrakt zawarliśmy jeszcze przed formalną rejestracją działalności gospodarczej. Nie ograniczyliśmy jednak naszej działalności do wykonywania pierwszego stałego kontraktu – mówi Michał Wiśniewski, dyrektor ds. franczyzy. Wciąż szukaliśmy nowych zleceń. W gospodarce rynkowej trzeba stale się doskonalić albo wypada się z gry.

Klient lubi specjalistów

– Nowe firmy próbują się czymś odróżnić od dotychczas istniejących. Postawiliśmy na specjalizację, bo specjalista w świadomości klienta ma zawsze przewagę nad firmą o orientacji ogólnej. Decyzja o zajęciu się doradztwem we franczyzie dobrze pasowała do profilu i osobistych doświadczeń menedżerów PROFIT system. Problemem, któremu musieliśmy sprostać w 2000 roku temu, była płytkość rynku. Nawet w firmach franczyzowych nikt, poza osobą sprzedającą licencję, nie wiedział, że strategia rozwoju opiera się tam na franczyzie. Wówczas było to pojęcie nowe i nieznanne – twierdzi Arkadiusz Słodkowski, prezes zarządu. - Zaletą wyboru konsultingu we franczyzie na tzw. core business dla PROFIT system był prawie zupełny brak konkurencji. Wtedy tym tematem zajmowali się wyłącznie pasjonaci i kilku naukowców z uczelni ekonomicznych. Niestety, wśród pionierów nigdy nie brakuje osób o skrzywionej osobowości czy naciągaczy. Wraz ze wzrostem przejrzystości rynku ich kariery się kończą.

– Dziś w Polsce można już skorzystać z 500 pomysłów na biznes, a franchising jest pojęciem znanym – mówi Michał Wiśniewski. Już prawie 150 tys. Polaków jest zaangażowanych w prowadzenie kilkudziesięciu tysięcy. własnych punktów franczyzowych. Branżą najbardziej kojarzoną z franczyzą była na początku gastronomia, zwłaszcza firma McDonald's, najprężniej rozwijały się franczyzowe sieci sklepów spożywczych. Dziś wiemy, że biznes na zasadzie franczyzy sprawdza się we wszystkich branżach – bez wyjątku. Franchising okazał się bardzo demokratyczną formą prowadzenia biznesu, nie wyróżnia żadnej branży. Licencję sprzedają banki, firmy dystrybucyjne (np. na sklepy odzieżowe, spożywcze), firmy usługowe (pralnie, salony fryzjerskie), a także produkcyjne (produkcja mebli, okien).

Edukacja, targi i polska dusza biznesowa

– PROFIT system pojawił się wcześniej niż dojrzały rynek franczyzowy. Dlatego edukacja rynku,

Własny Biznes Franchising
www.franchising.pl
redakcja@franchising.pl
Wydawca PROFIT system
Reklama: (022) 560 80 50 / 51
Redakcja: (022) 560 80 30 / 31 / 32 / 34
Grafika: (022) 560 80 33

wsparcie jego rozwoju były w pewnym sensie naszym obowiązkiem jako firmy doradczej – uważa Michał Wiśniewski. W styczniu 2001 roku założyliśmy portal internetowy franchising.info.pl, który miał spopularyzować ideę franczyzy i stać się źródłem wiedzy o systemach. To się udało: portal ma dziś prawie milion odsłon miesięcznie. Kolejnym celem było powiązanie funkcji informacyjnej portalu z edukacyjną. Polacy wtedy dość nieufnie podchodzili do franchisingu, widząc w tej formie prowadzenia biznesu zbyt wiele ograniczeń narzucanych przez centralę. Z czasem to się zmieniło i teraz większość inwestorów wręcz domaga się szkoleń i stałego przepływu know-how. I słusznie, bo pomoc ze strony sprzedającego licencję jest istotą systemu franczyzowego.

Równocześnie zdobywaliśmy nowe doświadczenia, kontakty i wiedzę o rynku. Rozwijaliśmy dział doradztwa, obok przygotowania pakietu franczyzowego w ofercie pojawiła się usługa wyszukiwania kandydatów na franczyzobiorców. W 2003 roku PROFIT system zorganizował pierwsze targi franczyzowe, podczas których przedstawiciele sieci franczyzowych mogli spotkać się z potencjalnymi biorcami licencji. Okazało się, że trafiliśmy w dziesiątkę. Ogólnopolski Salon Franchisingu (www.franczyza.pl) już na stałe wpisał się w kalendarz cyklicznych imprez biznesowych.

Ponadto – jako pierwsi – wydaliśmy kompletny raport o polskim rynku franczyzowym. Przeprowadziliśmy badania, w wyniku których dowiedzieliśmy się, ile systemów biznesowych na licencji działa na polskim rynku, w jakich branżach i ilu mają franczyzobiorców. Dzięki temu poznaliśmy wielkość i potencjał rynku.

Zobaczyliśmy też, że sukces pierwszych sieci franczyzowych przyciągnął uwagę innych firm. Zadziałał mechanizm naśladownictwa. Przedsiębiorcy przekonali się, że własny biznes to najlepsza droga do satysfakcjonujących zarobków. Kiedy słyszymy o sieciach franczyzowych, najczęściej kojarzą nam się one z restauracjami szybkiej obsługi, takimi jak McDonald's lub TelePizza. Tymczasem to niejedynie firmy działające na zasadzie franczyzy, choć rzeczywiście giganty tego rynku.

Rosnąca popularność portalu zachęciła nas do wydawania pisma, które początkowo pojawiała się co dwa miesiące, a aktualnie co miesiąc. Magazyn wydawany jest obecnie w nakładzie 16-20 tys. egzemplarzy skierowany jest nie tylko do osób zainteresowanych franczyzą, ale w ogóle do wszystkich, którzy szukają pomysłów na własny biznes. Bo przecież pod względem chęci zarabiania pieniędzy Polacy nie różnią się zbytnio od innych nacji. No, może jesteśmy trochę bardziej przedsiębiorczy niż inni, ale z drugiej strony często ponosi nas w stronę skrajnej niezależności. Tymczasem we franchisingu trzeba działać zgodnie z zasadami wyznaczonymi przez dawcę licencji, tak aby wszystkie punkty sieci były jednakowe, a klient miał zapewnioną obsługę na tym samym wysokim poziomie zarówno w sklepie franczyzobiorcy, jak i w punktach należących do franczyzodawcy. Franchising trochę temperuje niezależność polskiej biznesowej duszy, jestem pewien że z pożytkiem dla rodzimych stosunków gospodarczych.

Własny Biznes Franchising
www.franchising.pl
redakcja@franchising.pl
Wydawca PROFIT system
Reklama: (022) 560 80 50 / 51
Redakcja: (022) 560 80 30 / 31 / 32 / 34
Grafika: (022) 560 80 33

Franchising w centrum zainteresowania

– Franczyza to sprawdzona metoda robienia interesów, która jest z powodzeniem używana w wielu branżach przez tysiące biznesmenów na całym świecie. W Polsce coraz więcej firm rozwija sieć swoich placówek na zasadzie franchisingu. PROFIT system obserwuje w ostatnich dwóch latach wyraźny wzrost zainteresowania franczyzą u managerów zarządzających firmami sieciowymi – mówi Michał Wiśniewski. Wiele firm zamawia u nas usługę przygotowania pełnego pakietu franczyzowego: umowy, podręcznika operacyjnego i modelu finansowej współpracy między franczyzodawcą i franczyzobiorcą. W ostatnim czasie realizowaliśmy zlecenia dla tak znanych marek, jak Ruch, Vision Express, ING Nationale Nederlanden czy LOTOS Gaz.

Cały czas nie widać konkurencji. Podczas jedyne do tej pory formalnego przetargu na budowę pakietu franczyzowego zorganizowanego przez RUCH SA – nikt oprócz PROFIT system – nie złożył ważnej oferty. Dlaczego? Trzeba się było wykazać odpowiednim doświadczeniem przy realizacji podobnych projektów. Obsługując wielki rynek franczyzowy jednocześnie ciągle jesteśmy w stanie przygotować atrakcyjne oferty doradztwa dla małych firm posiadających zaledwie kilka dobrze funkcjonujących sklepów czy punktów usługowych.

Franczyzodawcy, którzy zgłaszają się do naszej firmy, oczekują jednego: skutecznego pozyskania franczyzobiorców. Naszą rolą, jako firmy doradczej, jest przygotowanie sprawnego i dobrze działającego systemu opisanego w umowie franczyzowej i podręczniku operacyjnym. Spinamy w formalno-prawne ramy całą działalność firmy: opracowujemy model współpracy franczyzodawcy z franczyzobiorcami, w tym cały model biznesowy, który modyfikujemy albo tworzymy od początku. Zdarzyło się nawet, że przemodelowaliśmy system franczyzowy do tego stopnia, że dziś franczyzodawca oferuje zupełnie inne usługi, niż zamierzał – ale jednocześnie jego sieć jest jedną z najdynamiczniej rozwijających się w Polsce.

Doradca nie działa w próżni i jest ograniczony twardymi realiami biznesowymi, które nie zawsze można zmienić. Niektóre sugestie wobec klientów można wdrożyć dość łatwo, np. zmniejszenie ekspozycji na rzecz sprzedaży katalogowej w celu ograniczenia nakładów inwestycyjnych franczyzobiorcy. Inne zmiany wymagają dostosowania całej organizacji niezależnie od procesu samego wdrożenia franczyzy. Przykładem może być konieczność zmiany scoringu kredytów w jednym z banków, tak aby w ofercie tego banku mógł pojawić się atrakcyjny produkt przeznaczony dla jego sieci partnerskiej – tłumaczy Michał Wiśniewski.

Z naszych obserwacji wynika także, że przedsiębiorcy coraz częściej zdają sobie sprawę z atutów, jakie zyskują dzięki wsparciu firmy doradczej – na przykład znacznie zmniejszają ryzyko niepowodzenia tworzonej przez siebie sieci. Choćby dlatego, że rośnie w ich firmach świadomość zagrożeń, które czyhają na firmy rozwijające się poprzez franczyzę. Dla franczyzobiorcy największe zagrożenie jest takie, że wybierze sobie pomysł na biznes zupełnie do niego niepasujący, a dla licencjodawcy, że sprzeda licencję niewłaściwej, nieodpowiedzialnej osobie. Obie strony mają też jeden wspólny problem: jak dobrze wybrać lokalizację pod punkt. Ten ostatni wybór może bowiem

Własny Biznes Franchising
www.franchising.pl
redakcja@franchising.pl
Wydawca PROFIT system
Reklama: (022) 560 80 50 / 51
Redakcja: (022) 560 80 30 / 31 / 32 / 34
Grafika: (022) 560 80 33

zdecydować o sukcesie albo porażce punktu.

Dobry biznes nie zna granic

– Od początku istnienia byliśmy otwarci na współpracę z firmami zagranicznymi – zaczęliśmy od partnerstwa z Horwath Franchising, brytyjsko-amerykańską firmą zajmującą się doradztwem we franczyzie. Potem zmieniliśmy partnera na niemiecko-austriacką firmę doradcą Syncon Consulting, dużo lepiej zakorzenioną w realiach europejskich – mówi Michał Wiśniewski. Trzeba korzystać z doświadczeń innych krajów, bo sytuacja na polskim rynku franczyzowym ma swoje odwzorowanie na rynkach zachodnich. Wszystko wskazuje na to, że liczba sieci w Polsce urośnie do poziomu naturalnego dla dużego europejskiego kraju – ok. 1000 sieci, ale zanim to nastąpi, Polska zacznie eksportować krajowe pomysły na biznes. W ostatnich dwóch miesiącach 2007 roku Instytut Kosmetyczny dr Irena Eris otworzył salon w Pradze czeskiej, a Reserved – kolejny już sklep na Ukrainie.

Doszliśmy zatem – PROFIT system, jak i firmy franczyzowe – do takiego etapu, gdzie możemy się podzielić naszym doświadczeniem z przedstawicielami krajów, w których franchising nie jest jeszcze dobrze rozwinięty. Dlatego na początku 2008 roku zarząd PROFIT system zdecydował się rozszerzyć działalność na rynek Czech i Ukrainy. W obu krajach mamy swoje oddziały, które znają specyfikę lokalnego rynku.

Notowała Aneta Wiczorek