Zadania zarządu:

1. Określanie celów i strategii rozwoju sieci
2. Nadzorowanie jakości usług i produktów oferowanych przez placówki
3. Współpraca z mediami i promocja marki
4. Zarządzanie finansami i budżetem sieci
5. Wspieranie franczyzobiorców i partnerów biznesowych
6. Analiza rynku i konkurencji
7. Prowadzenie negocjacji i zawieranie umów franczyzowych i biznesowych

1. Określanie celów i strategii rozwoju sieci:

* Zarząd analizuje mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia dla swojej firmy oraz konkurencji, korzystając z techniki SWOT.
* [Zarząd ustala cele strategiczne na trzy lub pięć lat, które są zgodne z misją i wizją firmy oraz pokazują kierunek jej rozwoju](https://asana.com/pl/resources/strategic-goals-objectives).
* [Zarząd opracowuje plan strategiczny, który zawiera konkretne działania i wskaźniki do realizacji celów strategicznych oraz harmonogram ich wykonania](https://asana.com/pl/resources/strategic-goals-objectives).
* Zarząd zarządza strategicznie zasobami biznesowymi i monitoruje postępy w osiąganiu celów strategicznych, wprowadzając ewentualne korekty.

2. Nadzorowanie jakości usług i produktów oferowanych przez placówki:

* Zarząd ustala politykę jakości dla całej sieci pizzerii, określając standardy i oczekiwania dotyczące usług i produktów.
* Zarząd wdraża system zarządzania jakością zgodny z wymaganiami normy ISO 9001 lub innego uznawanego standardu.
* Zarząd monitoruje i kontroluje jakość usług i produktów oferowanych przez placówki, korzystając z różnych metod i narzędzi, takich jak audyty wewnętrzne i zewnętrzne, ankiety satysfakcji klienta, analiza skarg i reklamacji, statystyczna kontrola procesu itp.
* Zarząd wprowadza działania korygujące i zapobiegawcze w przypadku stwierdzenia niezgodności lub odchyleń od ustalonych standardów[**2**](https://www.rafalszrajnert.pl/zarzadzanie-jakoscia/).
* Zarząd dąży do ciągłej poprawy jakości usług i produktów oferowanych przez placówki, wykorzystując dane zebrane z monitoringu i kontroli oraz uwzględniając zmieniające się potrzeby i oczekiwania klientów.

3. Współpraca z mediami i promocja marki:

* [Zarząd buduje i utrzymuje dobre relacje z przedstawicielami mediów, takimi jak dziennikarze, redaktorzy, blogerzy czy influencerzy](https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-media-relations-stworz-dobre-relacje-z-mediami).
* [Zarząd dostarcza mediom wartościowych treści dotyczących firmy, jej produktów i usług, strategii działania oraz osiągnięć](https://commplace.pl/blog/wspolpraca-z-mediami-jakie-przynosi-korzysci/).
* [Zarząd wykorzystuje różne formy współpracy z mediami, takie jak artykuły sponsorowane, wywiady, konferencje prasowe czy webinary](https://septemberpr.pl/oferta/wspolpraca-z-mediami/).
* [Zarząd monitoruje i mierzy efektywność działań w zakresie współpracy z mediami i promocji marki, analizując między innymi zasięg publikacji, liczbę wejść na stronę internetową czy poziom rozpoznawalności marki](https://commplace.pl/blog/wspolpraca-z-mediami-jakie-przynosi-korzysci/).
* [Zarząd reaguje na sytuacje kryzysowe w mediach i dba o ochronę reputacji firmy](https://commplace.pl/blog/wspolpraca-z-mediami-jakie-przynosi-korzysci/).

4. Zarządzanie finansami i budżetem sieci:

* [Zarząd planuje i ustala budżet sieci na określony okres czasu, uwzględniając dochody i wydatki związane z działalnością placówek](https://financer.com/pl/wiki/aplikacja-do-budzetu-domowego/).
* [Zarząd monitoruje i kontroluje realizację budżetu sieci, porównując planowane i rzeczywiste przychody i koszty oraz analizując odchylenia](https://financer.com/pl/wiki/aplikacja-do-budzetu-domowego/).
* Zarząd podejmuje decyzje dotyczące alokacji środków finansowych na poszczególne cele i projekty w ramach sieci pizzerii.
* [Zarząd sprawuje nadzór nad rachunkowością i sprawozdawczością finansową sieci pizzerii, zapewniając zgodność z obowiązującymi przepisami i standardami](https://www.lendi.pl/blog/7-aplikacji-wspierajacych-zarzadzanie-finansami-czyli-domowy-budzet-pod-kontrola/).
* [Zarząd optymalizuje koszty i zwiększa rentowność sieci pizzerii, wprowadzając działania oszczędnościowe lub inwestycyjne](https://www.lendi.pl/blog/7-aplikacji-wspierajacych-zarzadzanie-finansami-czyli-domowy-budzet-pod-kontrola/).

5. Wspieranie franczyzobiorców i partnerów biznesowych:

* Zarząd nawiązuje i utrzymuje dobre relacje z franczyzobiorcami i partnerami biznesowymi, takimi jak dostawcy produktów czy usług.
* [Zarząd zapewnia franczyzobiorcom i partnerom biznesowym niezbędne wsparcie operacyjne, szkoleniowe i doradcze w zakresie prowadzenia działalności w ramach sieci pizzerii](https://www.zabka.pl/biuro-prasowe/zabka-rozwija-zespol-sprzedazy-by-lepiej-wspierac-franczyzobiorcow).
* [Zarząd negocjuje i podpisuje umowy franczyzowe i partnerskie zgodnie z warunkami i standardami sieci pizzerii](https://www.zabka.pl/biuro-prasowe/zabka-rozwija-zespol-sprzedazy-by-lepiej-wspierac-franczyzobiorcow).
* [Zarząd monitoruje i ocenia jakość współpracy z franczyzobiorcami i partnerami biznesowymi, stosując różne metody i narzędzia, takie jak audyty, ankiety czy spotkania](https://www.salon24.pl/u/polska-przedsiebiorczosc/1185101,zabka-rozwija-zespol-sprzedazy-w-ten-sposob-wspiera-franczyzobiorcow).
* [Zarząd motywuje i nagradza franczyzobiorców i partnerów biznesowych za osiągane wyniki oraz wprowadza działania korygujące lub sankcje w przypadku nieprawidłowości lub naruszeń](https://www.salon24.pl/u/polska-przedsiebiorczosc/1185101,zabka-rozwija-zespol-sprzedazy-w-ten-sposob-wspiera-franczyzobiorcow).

6. Analiza rynku i konkurencji:

* Zarząd obserwuje i bada rynek pizzerii pod kątem wielkości, wartości, trendów i potrzeb klientów.
* Zarząd identyfikuje i ocenia swoich bezpośrednich i pośrednich konkurentów pod względem oferty produktowej, cenowej, jakościowej i promocyjnej.
* Zarząd wykorzystuje różne metody i narzędzia do zbierania danych o rynku i konkurencji, takie jak ankiety, wywiady, grupy fokusowe czy analiza internetowa.
* Zarząd porównuje swoje mocne i słabe strony z mocnymi i słabymi stronami konkurencji oraz identyfikuje szanse i zagrożenia dla swojej firmy.
* Zarząd opracowuje strategię rynkową opartą na wynikach analizy rynku i konkurencji oraz dostosowuje ją do zmieniających się warunków.

7. Prowadzenie negocjacji i zawieranie umów franczyzowych i biznesowych:

* Zarząd nawiązuje i utrzymuje kontakt z potencjalnymi franczyzobiorcami i partnerami biznesowymi, takimi jak dostawcy produktów czy usług.
* [Zarząd przedstawia i omawia warunki współpracy z franczyzobiorcami i partnerami biznesowymi, takie jak wysokość opłat franczyzowych, zakres obowiązków i praw stron, wymagania dotyczące lokalizacji i wyposażenia placówek itp.](https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-przygotowywanie-i-zawieranie-umow-co-kazdy-przedsiebiorca-powinien-wiedziec)
* Zarząd stosuje różne techniki negocjacyjne, takie jak argumentacja, perswazja, pytania otwarte czy zamknięte, ustępstwa czy koncesje[**2**](https://eventis.pl/artykul/negocjacje-w-biznesie-kompendium-wiedzy-id25)[**3**](https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-negocjacje-w-biznesie-jak-je-prawidlowo-prowadzic), aby osiągnąć korzystne dla obu stron porozumienie.
* [Zarząd sporządza i podpisuje umowy franczyzowe i biznesowe zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz uzgodnionymi warunkami](https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-przygotowywanie-i-zawieranie-umow-co-kazdy-przedsiebiorca-powinien-wiedziec).
* Zarząd monitoruje i egzekwuje przestrzeganie umów franczyzowych i biznesowych przez franczyzobiorców i partnerów biznesowych oraz rozwiązuje ewentualne spory lub konflikty.

Zarząd sieci pizzerii komunikuje się z resztą pracowników sieci poprzez różne kanały, takie jak:

* Spotkania osobiste lub online - służące do przekazywania ważnych informacji, omawiania problemów lub planów, zbierania opinii lub sugestii, motywowania lub nagradzania pracowników
* Newslettery i biuletyny informacyjne - służące do informowania pracowników o aktualnościach w sieci, zmianach w regulaminach lub procedurach, osiągnięciach lub sukcesach
* Intranet lub platforma internetowa - służąca do udostępniania pracownikom niezbędnych dokumentów, materiałów szkoleniowych czy instrukcji
* Szkolenia i webinaria - służące do podnoszenia kwalifikacji i kompetencji pracowników oraz zapewnienia im jednolitych standardów pracy
* Kontakt telefoniczny - służy do szybkiego i bezpośredniego przekazywania lub uzyskiwania informacji, rozwiązywania pilnych problemów lub sprawdzania dostępności pracowników
* Kontakt mailowy - służy do przesyłania lub odbierania dokumentów, materiałów czy raportów, potwierdzania ustaleń lub zadań, zapraszania na spotkania lub szkolenia.

Niektóre z dokumentów, które mogą być używane przez zarząd sieci pizzerii to:

* raporty finansowe i sprzedażowe
* umowy franczyzowe i handlowe
* regulaminy i procedury wewnętrzne
* wnioski o zezwolenia lub dotacje
* materiały reklamowe i prasowe

Raporty biznesowe:

* Raporty tygodniowe podjętych działań - pokazujące co zostało zrobione w ciągu tygodnia przez poszczególne działy lub osoby
* Raporty o statusie projektu - informujące o postępach i problemach w realizacji określonego projektu
* Raporty sprzedażowe - prezentujące wyniki sprzedaży w danym okresie, np. miesiącu lub kwartale
* Raporty dla marketingu cyfrowego - analizujące skuteczność działań marketingowych w Internecie, np. kampanii reklamowych czy mediów społecznościowych
* Raporty z analizy konkurencji - porównujące ofertę i pozycję rynkową sieci pizzerii z innymi podmiotami działającymi w tej samej branży
* Studium przypadku - opisujące sukces lub porażkę sieci pizzerii w jakiejś sytuacji biznesowej
* Raporty strategii biznesowej - przedstawiające cele i plany rozwoju sieci pizzerii na dłuższą perspektywę

Można wyróżnić kilka elementów umowy franczyzowej, które są istotne dla zarządu sieci pizzerii. Niektóre z nich to:

* Opłata wstępna - jednorazowa opłata pobierana od franczyzobiorcy za przyłączenie się do sieci
* Opłata bieżąca - stała lub zmienna opłata pobierana od franczyzobiorcy za korzystanie z marki i know-how sieci
* Opłata marketingowa - opłata przeznaczona na wspólne działania promocyjne i reklamowe sieci
* Zasady funkcjonowania placówki - określające standardy jakości, wyposażenia, oferty i obsługi klienta
* Zasady współpracy - określające zakres wsparcia ze strony franczyzodawcy oraz obowiązki i prawa franczyzobiorcy
* Zasady rozwiązywania umowy - określające warunki i konsekwencje zakończenia współpracy

Niektóre z umów biznesowych, które mogą być używane przez zarząd sieci pizzerii to:

* Umowy handlowe - regulujące warunki sprzedaży lub zakupu produktów lub usług od dostawców lub partnerów
* Umowy o pracę - regulujące warunki zatrudnienia pracowników placówek
* Umowy najmu - regulujące warunki wynajmu lokali na potrzeby placówek

Można wyróżnić kilka przykładowych dokumentów związanych z systemem HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), który jest obowiązkowy dla każdej pizzerii. Niektóre z nich to:

* Instrukcje HACCP - opisujące sposób prowadzenia analizy zagrożeń i wyznaczania punktów krytycznych
* Księga HACCP - zawierająca wszystkie informacje dotyczące systemu HACCP, takie jak zakres, cele, odpowiedzialności, dokumentacja i monitoring
* Karty kontroli - służące do rejestrowania wyników pomiarów i obserwacji w punktach krytycznych
* Plany czyszczenia i dezynfekcji - określające sposób utrzymania higieny lokalu, sprzętu i narzędzi
* Plan szkoleń - określający zakres i częstotliwość szkoleń dla pracowników z zakresu bezpieczeństwa żywności

Niektóre z regulaminów, które mogą być używane przez zarząd sieci pizzerii to:

* Regulamin pracy - określający prawa i obowiązki pracowników oraz warunki ich zatrudnienia
* Regulamin wynagradzania - określający system płacowy oraz kryteria oceny pracy pracowników
* Regulamin korzystania z urządzeń elektronicznych - określający zasady korzystania przez pracowników z komputerów, telefonów czy internetu

Niektóre z wniosków to:

* Wniosek o pozwolenie na budowę - jeśli planujesz budowę nowego lokalu lub przebudowę istniejącego
* Zgłoszenie budowy lub wykonywania innych robót budowlanych - jeśli planujesz wykonać roboty budowlane nie wymagające pozwolenia na budowę
* Wniosek o pozwolenie na rozbiórkę - jeśli planujesz rozebrać istniejący lokal
* Zgłoszenie rozbiórki - jeśli planujesz rozebrać lokal nie wymagający pozwolenia na rozbiórkę
* Wniosek o ustalenie lokalizacji inwestycji celu publicznego albo warunków zabudowy - jeśli planujesz realizację inwestycji w miejscu nieobjętym miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego
* Wniosek o pozwolenie na użytkowanie - jeśli chcesz uzyskać zgodę na użytkowanie obiektu budowlanego po jego wybudowaniu lub przebudowie
* Zgłoszenie zmiany sposobu użytkowania obiektu budowlanego - jeśli chcesz zmienić sposób użytkowania lokalu, np. z gastronomicznego na handlowy
* Wniosek o udzielenie lub zmianę koncesji - jeśli chcesz prowadzić działalność reglamentowaną koncesją, np. produkcję alkoholu etylowego

Niektóre z wniosków o dotacje, które mogą być potrzebne dla zarządu sieci pizzerii to:

* Wniosek o dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej - jeśli chcesz skorzystać z funduszy europejskich na realizację swojej inwestycji lub rozwoju firmy
* Wniosek o dofinansowanie ze środków krajowych - jeśli chcesz skorzystać z funduszy krajowych oferowanych przez różne instytucje publiczne lub prywatne na realizację swojej inwestycji lub rozwoju firmy

Niektóre z dokumentów reklamowych to:

* Umowy reklamowe - regulujące warunki współpracy z agencjami reklamowymi lub innymi podmiotami świadczącymi usługi reklamowe
* Umowy o dzieło lub umowy-zlecenia - regulujące warunki współpracy z osobami tworzącymi materiały reklamowe lub informacyjne, np. grafikami, copywriterami czy fotografami
* Umowy licencyjne - regulujące warunki korzystania z praw autorskich do utworów wykorzystywanych w materiałach reklamowych lub informacyjnych, np. muzyki, zdjęć czy filmów
* Faktury VAT - dokumentujące sprzedaż lub zakup usług lub produktów reklamowych
* Paragony fiskalne - dokumentujące sprzedaż lub zakup usług lub produktów reklamowych w przypadku podmiotów nieprowadzących księgowości uproszczonej