

Е-ФРАНЧАЙЗИНГ

Дефиниция

- Франчайзингът е договор между собственик на бизнес (франчайзодател), който дава лиценз за друг човек или фирма (франчайзополучател) да използват бизнес идеята им (най-често в определен географски район).
- Компанията-майка (франчайзодателят) позволява на предприемачите (франчайзополучатели) да използват бизнес модела на компанията, стратегиите и търговските марки. В замяна на това франчайзополучателя заплаща първоначална такса и периодични суми (обикновено процент) от приходите си, на франчайзодателя.
- Компанията майка предоставя на франчайзополучателя подкрепа с реклама и обучение, като част от договора за франчайзинг.

Бизнес стратегия

- Франчайзингът е бизнес стратегия за придобиване и запазване на клиенти. Тези, които се присъединят към франчайза използват определения метод за разпространение на продукти и услуги, предоставяни от бизнес плана на франчайз компанията.
- Моделът на франчайзинг дава предимства както за франчайзодателя и франчайзополучателя.

Предимства за франчайзодателя

- Създаването на франчайз компании е алтернатива на “търговските вериги”. Франчайзът позволява на компанията да разпространява продукта си в много географски райони, като в същото време избягва големите инвестиции и отговорност за собствените си вериги.
- Франчайзът осигурява на компанията бърза и евтина експанзия на чужди пазари, тъй като разходите ѝ са много по-малки, когато новите клонове са собственост и се управляват от трети компании.
- Франчайзодателят получава два типа плащания:
 - Първоначална такса за използването на марката.
 - Процент от сумата, която печели франчайзополучателя, уредена в договора между тях.

Предимства за франчайзополучателя

- Франчайзополучателите инвестират активите си в една утвърдена система, използват марката и непрекъснатата подкрепа на фирмата-майка.
- На франчайзополучателите не им се налага рискуват със създаването на нов, неизвестен бизнес, за който не знаят дали ще потръгне...

Защита за франчайзополучателя

- Internet франчайзът трябва да се упражнява много внимателно.
- Най-защитени са франчайзополучателите в САЩ.
- Там съществува Федерална комисия по търговията (FTC), където фирмата, предлагаща франчайз, трябва задължително да се регистрира. Комисията регламентира всички франчайзи, което изисква пълно да се опише предоставяния бизнес, подробностите за обучение, подкрепата, която ще се оказва и таксите, които ще се плащат.
- Също така франчайзът не може просто да се подпише онлайн. Според закона трябва да мине известен период, в който франчайзополучателя може да се откаже.

Бизнес, за който франчайзът работи най- добре

- Най-често франчайз се създава във фирмите в обслужващата сфера и ресторантьорството.
- Най-известните компании франчайзодатели са McDonalds, 7-Eleven, Subway и др.
- Бизнесът, за който франчайзът работи най-добре има следните характеристики:
 - Бизнес с добра рентабилност
 - Предприятия, които са лесно да се дублират

Голямо разпространение

- Интернет е претрупан от предложения за продажба на бизнес.
- При едно търсене на "Internet franchising" или "E-franchising" ще се появяват десетки уеб сайтове, които предлагат или франчайз с широка гама от интернет базирани компании. Списъкът непрекъснато нараства.

Примери:

- <http://www.franchisebusiness.com.au/>
- <http://www.franchise.com/>



Thinking about buying a franchise?

Get the key tips and advice from industry experts today.

☐ I'd like to receive the Franchising Advice eNewsletter – containing resources to help you make the right investment.

☐ I'd like to receive email notices of new franchises for sale.

Get Guide Now

Franchising

10 things you need
to know before
you buy a franchise

DOWNLOAD NOW

Най-разпространен е този бизнес в САЩ

- Според статистиката на сайта Franchise.com в САЩ има над 2500 франчайз предприятия, които имат повече от 534 000 франчайз обекта.
- Тези франчайз предприятия представляват 3.2% от целия бизнес и контролират приходите от над 35% от всички продажби на дребно в икономиката на САЩ.
- Най-защитен.

ТРИ ТИПА ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ, КОИТО СА ПОПУЛЯРНИ СРЕД УСПЕШНИТЕ ФРАНЧАЙЗИ

1. Онлайн разплащане с франчайзополучатели

- Онлайн обработка на плащания за франчайз предприятия, позволява на франчайзодателите да събират възнагражденията си за предоставените права и реклами чрез електронен трансфер на средства или онлайн плащания с кредитни карти от франчайзополучатели.

Онлайн обработка на кредитни карти

- Когато търговецът прави продажба с използване на кредитни карти, електронната транзакция отива в банката, която е издала картата. Банката проверява сметката, проверява покупката и изпраща разрешението по мрежата. След това продажбата е завършена.
- Въпреки използването на компютри, може да минат два работни дни преди сметка на търговеца се кредитира поради забавянето от банковите протоколи.

Предимства на онлайн обработката при франчайзинга

- Предимства на онлайн обработката включват повишена скорост, ефективност, по-ниски разходи, по-малко труд и по-малко хартия.
- Онлайн плащания могат драстично да подобрят събираемостта на средствата при франчайза.
- Онлайн транзакциите могат да бъдат от полза и за франчайзополучателите, тъй като често франчайз компаниите дават премии и награди за франчайзополучатели, които най-бързо и редовно извършват плащанията си към компанията-майка.

2. Онлайн продажби на франчайзополучатели

- Сайтовете за е-търговия могат да се ползват от франчайз предприятия, за да могат франчайзополучателите да закупуват маркетингови материали, рекламни материали, годишни абонаменти за маркетингови програми, маркетингови комплекти (например промоционални пакети при отваряне на обект), програми за пряка пощенска реклама, CD-та, предоставящи технически и търговски обучения, униформи и др.

Предимства от онлайн продажбите

- Онлайн покупките на маркетингови материали позволяват на франчайзополучатели да придобиват опит от едно място относно маркетинговите изисквания.
- Франчайз фирмите също могат да използват е-мейл маркетинг като ефикасно средство за изпращане на информационни бюлетини, талони за продуктови отстъпки и връзки с франчайз програми.

3. Продажби на клиенти

- Много системи за франчайз на дребно смятат, че възможностите, които предлага Интернет са нов източник на приходи.
- Географският регион обикновено е от решаващо значение за франчайз търговците на дребно, които се локализируют в близост до потенциални клиенти, но интернет им позволява да достигнат до нови клиенти почти навсякъде.
- Това обаче е опасно, тъй като те могат да извършат посегателство върху интересите на други франчайзополучатели или дори на самата компания-майка.
- В такива случаи на интернет продажби на клиенти, франчайзинг компанията трябва да разгледа множество въпроси, които не могат да бъдат обхванати от договора за франчайзинг и за които може да изискват допълнителни споразумения. Въпросите, които възникват са много...

Възникващи въпроси....

- Кой ще определя цените и условията при онлайн търговията в условията на франчайз?
- Какви са съответните задължения на организатора на франчайза и франчайзополучателя относно изпълнението на поръчките на клиентите и как ще се осигури бъдещото обслужване на клиенти?
- Как ще бъдат разпределени клиентите и приходите от бизнеса?
- Кой ще притежава списъците със сметки на клиентите, които са резултат от продажби по интернет?
Кой ще събира задълженията на клиентите?
- Кой ще поеме риска от претенциите на клиентите?

Два метода за свързване на клиенти с франчайзополучатели

- Ако франчайз компанията не може или не желае да контролира сама електронната търговия, тя може да използва два метода за свързване на клиенти с франчайзополучатели : списък или местоположение.
- Клиентите посетили сайта, могат да изберат къде да правят бизнес: като избират просто от списък или се свързват според местоположението с конкретни франчайзополучатели.

Предимства на онлайн продажбите при фрайнчайза

- Предимства на онлайн продажбите включват повишаване на осведомеността за марката франчайз организацията и по-високо насищане на пазара.
- Такива продажби често предоставят на потребителите по-удобен начин за закупуване.

Има ли бъдеще е-франчайзинга

- Франчайзинга и е-търговията могат да се окажат много ефективни и доходоносни, когато се провеждат правилно.
- Е-търговията може да бъде отличен източник на приходи за франчайза, но въпреки това, има редица потенциални проблеми, които франчайз компаниите трябва да избягват.
- Франчайз фирмите трябва да са наясно с изискванията за защита на потребителите от различни географски райони.
- Освен с потребителите франчайз фирмите трябва да не влизат в конфликт и помежду си.
- Някой маркетингови изследователи считат, че франчайза е изчерпал смисъла си в интернет, но наличието на огромното предлагане на фирми за продажба и за франчайз именно в интернет говори друго.

Един различен подход- Партньорство срещу Франчайз

- Сайтът за електронна търговия може да предлага партньорство вместо франчайз
- Вместо да се събират месечни такси, който франчайзополучателя трябва да плаща, партньорите споделят всички предимства на бизнеса без недостатъците на франчайза.
- Например, тези, които участват в франчайз не мога да разнообразят бизнеса си. Те трябва да се придържат стриктно към линията на компанията.
- Успехът на партньорството се основава на способността фирмите да предлагат и продават разнообразни продукти около една основна марка.