

Стартовый пакет коммерческого предложения франчайзинга бренда KEEP LOOKING:

1. Договор коммерческой концессии
2. Соглашение о неразглашении конфиденциальной информации¹
3. Типовые формы договоров и базовые требования к документам обслуживающим операционную деятельность, установленные согласно действующему регламенту и стандартам бренда.
4. Финансовая модель типового проекта (салон красоты)
5. Бренд-бук
6. Дорожная карта проекта (салон красоты)
7. Дизайн-проект (салон красоты)² с фото-привязкой
8. Методические материалы: базовая организация бизнеса внутри индустрии бренда; корпоративная этика, стандарты, регламенты бренда; организация эффективной работы с персоналом (бонусная и компенсационная система бренда); управление и контроль качества, оказываемых услуг внутри проектов (салонов красоты) бренда; «маркетинг кит»; продвижению, ведению и оформлению социальных сетей
9. Эксклюзивные территориальные права, предоставляемые брендом
10. Рекламные площадки бренда и создаваемый контент
11. Помощь и рекомендации в прохождении проверок государственных органов

1 NDA (Non-disclosure agreement)

2 с учетом всех специфических и узконаправленных характеристик проекта

Предварительное предложение к договору коммерческой концессии бренда «KEEP LOOKING»

Приобретая франшизу «KEEP LOOKING» Вы становитесь частью нашей большой команды профессионалов и членом семьи, в которой все делается с любовью и по честному.

П. 1.1 Основные обязанности правообладателя (франчайзера), согласно договору коммерческой концессии:

1. Передать пользователю техническую и коммерческую документацию и предоставить иную информацию, необходимую пользователю для осуществления прав, предоставленных ему по договору коммерческой концессии, а также проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав, если иное не предусмотрено договором;
2. Обеспечить государственную регистрацию предоставления права использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав по договору коммерческой концессии;
3. Оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников;
4. Контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основании договора коммерческой концессии.

П. 1.2 Обязанности пользователя (франчайзи), согласно договору коммерческой концессии:

1. Использовать при осуществлении предусмотренной договором деятельности коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации правообладателя указанным в договоре образом;
2. Обеспечивать соответствие качества производимых им на основе договора товаров, выполняемых работ, оказываемых услуг качеству аналогичных товаров, работ или услуг, производимых, выполняемых или оказываемых непосредственно правообладателем;
3. Соблюдать инструкции и указания правообладателя, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования комплекса исключительных прав тому, как он используется правообладателем, в том числе указания, касающиеся внешнего и внутреннего оформления коммерческих помещений, используемых пользователем при осуществлении предоставленных ему по договору прав;
4. Оказывать покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая (заказывая) товар (работу, услугу) непосредственно у правообладателя;
5. Не разглашать секреты производства (ноу-хау) правообладателя и другую полученную от него конфиденциальную коммерческую информацию; предоставить оговоренное количество субконцессий, если такая обязанность будет предусмотрена настоящим договором;
6. Информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что он использует коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации в силу договора коммерческой концессии.

П. 2 Требования к коммерческому помещению, с последующим использованием «пользователем» при осуществлении предоставленных ему по договору прав.

ПП.2.1 Общая площадь

Минимально-допустимая площадь (МДП) : 100,0 м²

Рекомендуемая площадь (РП) : 125,0 – 150,0 м²

ПП.2.2 Площадь по основным зонам:

Минимально-допустимая площадь (МДП) : 100,0 м²

Рекомендуемая площадь (РП) : 125,0 – 150,0 м²

1. Сегмент наращивания ресниц (закрытая¹)

МДП (1 спец²): 4,6 м²

РП (1 спец.): 5,2 – 5,7 м²

2. Сегмент бровиста–визажиста (открытая³)

МДП (1 спец.): 4,5 м²

РП + ПХ⁴ (1 спец.): 5,5 м²

3. Сегмент стилиста–парикмахера (открытая)

ОБЯЗАТЕЛЬНО: возможность подведения коммуникаций

Рабочая зона:

МДП (1 спец.): 3,8 м²

РП (1 спец.): 4,3 – 4,6 м²

Зона «мойки»:

МДП (1 спец.): 6,0 м²

РП + ПХ (1 спец.): 6,3 - 6,8 м²

4. Сегмент маникюра (открытая)

МДП (1 спец.): 6,0 м²

РП + ПХ (1 спец.): 6,3 м²

5. Сегмент педикюра (закрытая)

ОБЯЗАТЕЛЬНО: возможность подведения коммуникаций

МДП (1 спец.): 5,0⁵ м²

РП (1 спец.): 5,3 -5,4 м²

-
- 1 зона предусматривающая обособленное помещение с установленным в договоре уровнем изоляции
 - 2 из расчета минимально необходимого пространства, предусмотренного на одного специалиста, конкретной рабочей специальности
 - 3 зона не предусматривающая каких либо решений, направленных на обособление или изоляцию пространства
 - 4 рекомендуемая площадь открытых зон, с учетом ПХ (площади хранения) минимально- необходимых материалов для специалиста конкретной зоны
 - 5 из расчета эффективной площади при комфортной реализации двух процедур ногтевого сервиса параллельно

6. Сегмент массажа/депиляции (закрытая)

ОБЯЗАТЕЛЬНО: возможность подведения коммуникаций

МДП (1 спец.): 9,0 м²

РП (1 спец.): 9,6 м²

7. Сегмент моментального загара (закрытая)

МДП (1 спец.): 4,7 м²

РП (1 спец.): 4,7 м²

8. Сегмент ресепшен/Зона отдыха

МДП: 27,5 м²

РП: 30,0 м²

9. Сегмент стерилизации/Лаборатория

ОБЯЗАТЕЛЬНО: возможность подведения коммуникаций

МДП: 3,0 м²

РП: 3,0 – 3,5 м²

10. Кладовая зона (из расчета минимально-заявленной площади салона – 100 м²)

МДП: 4,0 м²

11. Зона для персонала (из расчета минимально-заявленной площади салона – 100 м²)

Зона отдыха:

МДП: 5,0 м²

Зона кухни:

МДП: 5,0 м²

Зона кухни:

МДП: 4,5 м²

Зона хранения/гардероба:

МДП: 7,0 м²

12. Санитарно-гигиеническая зона (из расчета минимально-заявленной площади салона – 100 м²)

МДП: 2 с/у (1 с/у - гостевой, 1 с/у - для персонала)

РП: 3 с/у (2 с/у - гостевых, 1 с/у - для персонала)

12. Санитарно-гигиеническая зона (из расчета минимально-заявленной площади салона – 100 м²)

МДП: 2 с/у (1 с/у - гостевой, 1 с/у - для персонала)

РП: 3 с/у (2 с/у - гостевых, 1 с/у - для персонала)

П. 3 Требования к количеству размещаемых рабочих мест, с их последующим использованием «пользователем» при осуществлении предоставленных ему по договору прав.

1. Сегмент наращивания ресниц – от 3 раб. мест
2. Сегмент бровиста-визажиста – от 2 раб. мест
3. Сегмент стилиста-парикмахера - от 1 раб. мест
4. Сегмент маникюра – от 2 раб. мест
5. Сегмент педикюра – от 1 раб. мест
6. Сегмент массажа/депиляции – опционально
7. Сегмент моментального загара – опционально

П. 5 Требования к номенклатурному и профессиональному оснащению рабочих мест, с их последующим использованием «пользователем» при осуществлении предоставленных ему по договору прав.

Обязательное соблюдение политики оснащения рабочего места, а так же ранее установленных партнерских связей бренда, установленном и закреплённом в договоре.

С нами уже работают, такие бренды:

KEVIN.MURPHY

B E C C A®

LebeL
ALL YOUR OWN

**CHRISTINA
FITZGERALD®**

Lycon
precision waxing™

Открывая возможности значительной экономии:

- до 30% инвестиций в ремонт и строительство
- до 40% на оборудовании по партнерской скидке
- до 50% маркетингового бюджета (если для примера самостоятельному

Предпринимателю нужно инвестировать 100 рублей за каждого привлеченного клиента, то в случае с франчайзи потребуются инвестиции порядка 50-70 рублей. Вдвое может быть сокращен необходимый рекламный бюджет)

1	2	3	4	5	6
Подписание договора франчайзинга	Поиск и согласование помещения салона	Обучение франчайзи основам бизнеса	Поиск и отбор персонала	Старт рекламной кампании	Открытие вашего салона
<p>После подписания договора франчайзинга, франчайзи будут переданы инструкции по поиску и подготовке помещения:</p> <p>Подборка помещения Проведение первичной подборки помещения согласно требованиям франчайзера.</p> <p>Планировочное решение Формирование рабочего макета планировочного решения вместе с франчайзером.</p> <p>Рабочее пространство Оснащение рабочего пространства по рекомендациям и методическим указаниям согласно требованиям контролирующих органов.</p> <p>Оформление помещения согласно дизайн-проекту сети салонов KEEP LOOKING.</p>		<p>Мы научим наших франчайзи:</p> <p>Искать персонал Для вас готовы портреты идеальных кандидатов, сценарии собеседования и план адаптации нового сотрудника.</p> <p>Работать с персоналом Для каждого сотрудника прописана четкая должностная инструкция и эффективная система социализации, стимулирующая его профессиональный рост и рост среднего чека.</p> <p>Увеличить прибыль и лояльность клиентов Мастера наших франчайзи проходят обучение до запуска салона и каждый последующий отчетный период.</p>		<p>Для ведения рекламной кампании наши франчайзи получают:</p> <p>Готовый бренд и фирменный стиль Бренд-бук, передаваемый франчайзи, содержит всю необходимую рекламную продукцию и материалы для успешного формирования восприятия бренда целевой аудиторией.</p> <p>Программа продвижения Специально разработанная программа обеспечит поток клиентов с первого дня открытия салона.</p> <p>Рекламная стратегия Масштабная рекламная кампания с эффективно отработанными инструментами увеличения продаж.</p> <p>Контроль качества Программа взаимодействия, контроля качества и общения с посетителями через социальные сети.</p> <p>Федеральное медиапланирование Общий рекламный бюджет на всю сеть салонов позволит максимально эффективно вести рекламу на территории всей России и привлекать в сеть все больше постоянных клиентов.</p>	

П. 7 Коммерческие условия использования «пользователем» при осуществлении предоставленных ему по договору прав¹

ВАЖНО: Ценовая политика не должна отличаться больше, чем на 30% от флагманского салона

Первоначальный инвестиции в проект (цена открытия) – 5,5 – 6,5М

Ожидаемый объем вложений:

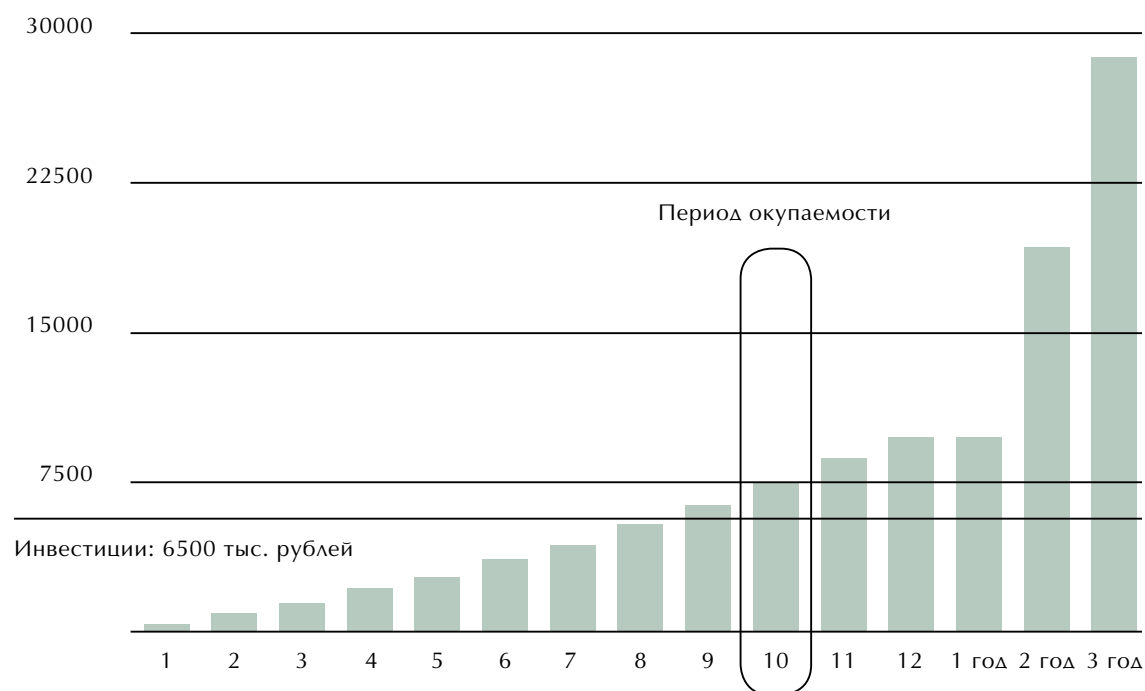
- Ремонт и строительство 1,5М RUB
- Оснащение салона 2М RUB
- Материальное оснащение салона 1,5М RUB
- Обучение специалистов 0,6М RUB

Ожидаемая чистая прибыль – 0,25-1М в месяц

Паушальный взнос – 7% от оборота (ежемесячно)

Срок окупаемости проекта бренда (салон красоты) – 10 мес.

Время запуска: от 3 мес.



¹ не является офертой, предложение действительно для городов-миллионников, расположенных на территории РФ, предложение не действительно для Москвы