### Регламент консультаций по выбору готового бизнеса, экспертизе, упаковке и продвижению франшизы в Центре готового бизнеса и франчайзинга

***1. Общие Положения***

1.1. Консультационная услуга по выбору готового бизнеса (ГБ), экспертизе, упаковке и продвижению франшизы (далее – консультация) в Центре готового бизнеса и франчайзинга (ЦГБФ) оказывается Заявителю в форме индивидуальной консультации при обращении по электронной почте, через мессенджер (заочная консультация) или по телефону, скайпу (дистанционная консультация).

1.2. Заявки на консультацию поступают через CRM-систему ЦГБФ, либо направляются сотрудником ЦГБФ Консультанту напрямую. В качестве консультантов могут выступать представители отраслевых ассоциаций или консалтинговых компаний - партнеров, заключивших Соглашение об участии в деятельности ЦГБФ.

1.3. Первичная консультация предоставляется в срок, не превышающий 5 (пять) рабочих дней с даты поступления заявки.

***2. Порядок проведения консультации по выбору готового бизнеса (ГБ) и франшизы***

2.1 Если Заявитель не знаком с лицензированием и франчайзингом как способом ведения бизнеса, Консультант рекомендует ему ознакомится с теоретическими основами на портале ЦГБФ в разделе «Библиотека знаний», страница «Готовый бизнес и франшиза: термины и критерии подбора» <https://franchise-norilsk.ru/library/50/>

2.2. Далее по критериям-фильтрам:

- интересующий вид деятельности

- объем инвестиций/ минимальная сумма необходимых инвестиций

- минимально необходимая площадь

формируется перечень ГБ и франшиз для рассмотрения. Источниками формирования перечня могут быть:

- Раздел «Франшиза» портал ЦГБФ <https://franchise-norilsk.ru/franchise/>

- Раздел «Подбор готового бизнеса» портала ЦГБФ <https://franchise-norilsk.ru/business/>

- Открытые каталоги готового бизнеса BeBoss <https://www.beboss.ru>, каталог франшиз, размещенный в Бизнес навигаторе Корпорации МСП <https://navigator.smbn.ru>, открытые интернет-каталоги франшиз [www.topfranchise.ru](http://www.topfranchise.ru), [www.franshiza.ru](http://www.franshiza.ru), <https://franch.biz> и др.

2.3. По итогам выбора конкретной франшизы по запросу Заявителя Консультантом осуществляется экспертиза франшизы.

***3. Порядок проведения консультации по экспертизе франшизы***

3.1. В ходе проведения консультации Консультантом анализируется общедоступная информация о франшизе (сайт франчайзера, страницы франшизы, фото и видеоматериалы в соцсетях), в частности следующая информация:

- сколько лет существует компания

- сколько собственных предприятий

- сколько времени предлагается франшиза на рынке

- сколько франчайзи активно работают на данный момент

- финансовые аспекты (полные инвестиции в проект, паушальный взнос, роялти, рекламный сбор и т.д., срок окупаемости, показатели выручки, статьи затрат)

- поддержка правообладателя (полный перечень того, что получает партнер-франчайзи, что оплачивается дополнительно, как проходит обучение партнера, подбор помещения под франшизу и подготовка к открытию)

- коммуникации после открытия (курирующий партнера менеджер, встречи с партнерами, как часто и в каком формате)

- контроль партнера со стороны правообладателя

- юридические аспекты (зарегистрирован ли товарный знак правообладателя в Роспатенте, срок действия договора коммерческой концессии, регистрация в Роспатенте лицензионного соглашения).

3.2. При отсутствии перечисленной в п.3.1 информации Консультант запрашивает ее у франчайзера и направляет Заявителю для самостоятельного анализа по электронной почте.

3.3. При наличии возможности проводится посещение офиса продаж, собственного или партнерского предприятия франчайзинговой сети в регионе присутствия Консультанта. Во время посещения уточняются вопросы взаимодействия с партнером, осматриваются и оцениваются производственная площадка, точка продаж, ассортимент, работа персонала, внешний вид и визуализация, делается фото и видеосъемка (при необходимости).

3.4. По итогам экспертизы формируется заключение, содержащее позитивные стороны и риски франшизы, перечень проанализированных источников открытой информации, дополнительную информацию, полученную по запросу от правообладателя, фото и видеоматериалы.

3.5 По запросу Заявителя указываются 1-2 альтернативных варианта франшизы или ГБ в интересующей области деятельности и аналогичные по финансовым параметрам.

3.6. Сроки проведения экспертизы не должны превышать 20 (двадцати) рабочих дней с даты проведения первичной консультации, в случае превышения этого срока должно быть предоставлено разумное объяснение причин такого превышения.

***4. Порядок проведения консультации по упаковке франшизы***

4.1 Под упаковкой франшизы понимается разработка франчайзингового пакета (ФП). Разработку франчайзингового пакета рекомендуется передать специализированной консалтинговой компании - партнеру ЦГБФ на договорных условиях.

4.2 Консультант информирует Заявителя о различных пакетах услуг по разработке ФП согласно приложения 1.

4.3. Консультант информирует Заявителя о том, что :

4.3.1 объем, структура и сроки разрабатываемых франчайзинговых пакетов индивидуальны для каждой компании-разработчика и определяются по согласованию с Заказчиком.

4.4.2 типовая структура франчайзингового пакета должна содержать:

* Бизнесбук (описание бизнес-процессов и операционной деятельности),
* Брендбук (логотип, фирменный стиль)
* Дизайнбук (требования к помещению, визуализация торговой точки, оборудование и пр.)
* Финмодель и бизнес-план
* Договор коммерческой концессии и лицензионное соглашение

4.4. Консультация по упаковке франшизы проводится в течение срока, установленного настоящим Регламентом для проведения первичной консультации.

***5. Порядок проведения консультации по продвижению франшизы***

5.1. Консультация по продвижению франшизы проводится для действующих правообладателей, имеющих зарегистрированный товарный знак в Роспатенте и регистрацию в Роспатенте лицензионного соглашения. Для ее проведения Консультант вправе запросить у Заявителя копии документов, подтверждающих факты указанной регистрации.

5.2. Содержание консультации может быть основано на Методических материалах, приведенных в Приложении 2 к настоящему Регламенту.

5.3 Консультация по продвижению франшизы проводится в течение срока, установленного настоящим Регламентом для проведения первичной консультации.

Приложение 1

**Описание пакетов услуг по разработке франчайзинговых пакетов**

1. Пакет «Собственный» подразумевает самостоятельную подготовку всех необходимых документов заказчиком (описание бизнеса и бизнес-процессов компании – заказчика, рекламы и маркетинга, управление персоналом и др.) с последующей проверкой разработчиком, в частности корректности предоставления экономических расчетов, формы контроля франчайзи, договора коммерческой концессии и коммерческих договоров поставки, логистики и др.

Услуги по данному пакету не предполагают внесение существенных корректировок документацию и расчеты, предоставленных компанией – заказчиком, а лишь внесение предложений по некоторым дополнениям в документацию. При необходимости внесения существенных корректировок документации или существенной доработки стоимость работ может быть увеличена по согласованию сторон.

2. Пакет «Лайт» подразумевает разработку минимального пакета документов, необходимого для формирования ФП, на основании исходных материалов и документов, предоставляемых компанией – заказчиком. Сюда входит:

* Краткое описание бизнес-процессов и операционной деятельности,
* Требования к помещению
* Финансовая модель
* Договор коммерческой концессии и лицензионное соглашение

3. Пакет «Профи», который подразумевает разработку расширенного пакета документов, необходимых для формирования ФП, на основании исходных материалов и документов, предоставляемых компанией – заказчиком, а при отсутствии каких-либо документов или наработок у компании – заказчика, осуществляется разработка «с нуля» отсутствующих документов.

Приложение 2

**Методические материалы к консультации по продвижению франшизы**

Франшизы, как товар, за несколько десятилетий своего существования в мире и последние несколько лет в России обрели свой рынок и присущие ему каналы продвижения, а также инструменты.

1. Можно выделить несколько основных направлений продвижения:

* самопродажа или продвижение франшизы авторитетом работающих точек сети
* «сарафанное радио» или реклама «из уст в уста»
* использование социальных связей (знакомые, друзья, родственники, соседи, общества, группы)
* on-line продвижение (поисковые системы, блоги, соц.сети, Интернет доски объявлений, рассылки, специализированные порталы, сайты бренда и т.п.)
* брокеридж (агентская схема продвижения)
* средства массовой информации, включая электронные
* маркетинг и реклама
* выставки, конференции и другие мероприятия
* общественные организации, включая профессиональные (РАФ)
* продвижение силами государства, муниципалитетов, заинтересованного бизнеса

2. Основные рекомендации начинающему франчайзеру по продвижению франшизы следующие:

* Продвижение на федеральном уровне имеет свою специфику и более затратно, чем региональное.
* Работающие точки в столицах и крупных городах России (в т.ч. на вокзалах и аэропортах) имеют тенденцию к самопродаже франшизы. Жители регионов охотно привозят с собой бренды из крупных городов. Поэтому целесообразно открытие первых точек именно в крупных городах. Кроме того, желательно, чтобы информация о франшизе была доступна прямо на объекте (например, флаер - «Открой такую же Шоколадницу у себя в городе», можно на двух языках).
* Желательно добиваться лояльности потребителя, который может впоследствии стать как франчайзи, так и носителем информации («сарафанное радио»).
* Необходимо выделить отдельный бюджет для финансирования отдела франчайзинга, который будет не только работать с франчайзи, но и отвечать за обслуживание on-line каналов, взаимодействия со СМИ и заниматься продвижением на федеральном и региональном уровне, на мероприятиях, в социальных группах, сетях и организациях.
* Желательно сформировать PR план продвижения франшизы и его финансировать, выделяя средства на оплату повышения цитируемости в поисковых сетях, ведение социальных сетей, оплату публикаций в целевых СМИ.
* С целью имиджевой рекламы необходимо также присутствовать на основных франчайзинговых мероприятиях, включая выставки, форумы м конференции. В совокупности мероприятий это приносит синергетичекий эффект.
* Желательно членство в национальных ассоциациях франчайзинга и отраслевых бизнес объединениях. Это дает конкурентные преимущества по сравнению с другими франшизами, а также позволяет обмениваться с коллегами и быть «в тренде».
* Кроме того, целесообразно пользоваться ресурсами государства - например Каталог франшиз в проекте Корпорации МСП «Бизнес навигатор».

3. В качестве наглядного пособия по продвижению и маркетингу франшизы можно направить презентацию «Маркетинг в продвижении франшиз» (автор – вице-президент Российской ассоциации франчайзинга Ю.Н. Михайличенко) (прилагается).