

СОДЕРЖАНИЕ

Об авторе / 7

Введение / 9

Глава 1. «БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ!?»

РЕСТОРАНЫ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ В РОССИИ / 11

1. «Быть или не быть!?» Рестораны по франчайзингу в России / 12

1.1. Терминология франчайзинга / 12

1.2. Статьи ГК РФ о договоре коммерческой концессии / 14

2. Виды франчайзинга в общественном питании / 19

2.1. Классификации франчайзинга / 19

2.2. Виды франчайзинга / 24

3. Преимущества и перспективы развития франчайзинга / 27

4. Особенности регионального франчайзинга / 35

5. «Кто здесь главный?» Роль персонализации собственника в российском франчайзинге / 37

6. «Накормили». Опыт иностранного франчайзинга в России / 39

6.1. История фастфуда в России / 39

6.2. Феномен «Макдоналдс» / 40

6.3. Жареный цыпленок из Кентукки / 43

6.4. «Бургер Кинг» / 44

6.5. T.G.I. Fridays / 47

7. «Поехали». История российского франчайзинга в сфере HoReCa / 49

7.1. Империя «ДОКА» / 49

7.2. «Росинтер Ресторантс» / 50

7.3. «ДодоПицца» / 52

Глава 2. «А ДЕНЬГИ ГДЕ?» ИНВЕСТИЦИИ

И ЗАПУСК ПРОЕКТА ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ / 55

8. Авторский проект или федеральная франшиза, что выгоднее? / 56

9. Как понять, что уже пора... продавать франшизу / 64

10. Инвестиции в масштабирование / 66

10.1. Торговый знак / 68

10.2. Программное обеспечение / 71

10.3. Где прибыль от франчайзинга? / 74

11. «За что платим?» Что входит в роялти и паушальный взнос франчайзинговой сети / 76

- 11.1. Стандартный пакет прав и услуг, входящий в паушальный взнос франчайзинговой организации / 77
- 11.2. Виды услуг, предоставляемых франчайзером за роялти / 78
- 12. Собственное производство — соблюдаем стандарты качества или закапываем деньги? / 80
- 13. Партнер или инвестор? Франчайзинговый договор как инструмент защиты своих интересов / 83
- 13.1. «Подводные камни» продажи франшиз / 84
- 14. Работающие инструменты продвижения франшизы / 86

Глава 3. УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ — СЕРДЦЕ БИЗНЕСА ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ / 93

- 15. Структура и состав управляющей компании / 94
- 15.1. Основные цели франчайзинга / 95
- 15.2. Состав управляющей компании / 96
- 15.3. Роль собственника бизнеса / 100
- 15.4. Отделы компании / 101
- 15.5. Служба доставки / 102
- 15.6. Продвижение бренда и отдел развития / 103
- 16. Диджитализация и автоматизация управляющей компании франчайзинговой сети / 105
- 16.1. Управляющая компания — торговые точки / 106
- 16.1.1. Утверждение локации нового заведения / 106
- 16.1.2. Открытие ресторана / 107
- 16.1.3. Контроль безопасности / 108
- 16.1.4. Контроль качества приготовления блюд / 108
- 16.1.5. Контроль скорости приготовления блюд / 108
- 16.1.6. Планирование загрузки ресторана / 109
- 16.1.7. Автоматическая заявка на закупку продуктов в ресторан / 110
- 16.2. Менеджеры ресторанов — управляющая компания / 110
- 16.2.1. Маркетинговый аудит / 111
- 16.2.2. Подбор персонала / 112
- 16.2.3. Адаптация / 114
- 16.2.4. Обучение на местах / 115
- 16.2.5. Начисление заработной платы / 117
- 16.2.6. HR-аудит / 117
- 16.2.7. Кадровый резерв, внутренний и внешний / 117
- 16.2.8. Система видеонаблюдения / 118
- 16.2.9. «Тайные гости» / 118

- 16.2.10. Отчеты о работе менеджеров / 119
- 16.2.11. Единые финансовые показатели работы предприятия / 120
- 16.3. Управляющая компания — партнеры / 120
- 16.3.1. Информационная поддержка партнеров / 120
- 16.3.2. Взаимодействие по задачам с управляющей компанией / 121
- 16.3.3. Отчеты о работе партнеров / 123
- 16.4. Управляющая компания — собственник / 123
- 16.5. Внутреннее взаимодействие в управляющей компании / 124
- 16.5.1. Бизнес-процесс запуска нового меню / 124
- 16.5.2. Бизнес-процесс запуска новой акции / 125
- 16.5.3. Единая форма ежемесячного отчета / 125
- 16.5.4. Взаимодействие по задачам управляющей компании / 126
- 16.6. Франчайзинговая сеть — гость / 126
- 17. Инструменты поддержки партнеров / 128
- 17.1. Запуск ресторана / 128
- 17.2. Инструменты регулярной поддержки партнеров / 134
- 17.2.1. Единый call-центр для ресторанов с доставкой / 135
- 17.2.2. HR call-центр / 136
- 17.2.3. Единая служба по сбору обратной связи от гостей / 137
- 17.2.4. Службы видеонаблюдения и контроля качества / 139
- 17.2.5. Территориальные управляющие / 141
- 17.2.6. Обучение в ресторанах / 142
- 17.2.7. Аудирование ресторана и формат взаимодействия с партнерами / 143

Глава 4. ПРАВИЛЬНЫЕ ФРАНШИЗЫ — ПРАВИЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ / 145

- 18. Как правильно выбрать франшизу. Критерии отбора / 146
- 19. Выбор франшизы в условиях турбулентности.
На что обратить внимание / 151
- 19.1. Пять вопросов предпринимателю,
который собрался во франчайзинг / 153

Заключение / 155

Приложения / 156

- 1. Образец бизнес-модели по франчайзингу / 156
- 2. Чек-лист готовности компании к масштабированию / 158
- 3. Минимальный набор документов для предприятия / 160
- 4. Структура управляющей компании «Гриль №1» / 164

5. Структура одного из ресторанов управляющей компании «РестМи» / **166**
6. Пример процедуры описания емкости рынка / **167**
7. Пример бизнес-процесса запуска нового ресторана / **169**
8. Чек-лист ежемесячного аудита франшиз от управляющей компании / **171**
9. Пример бизнес-процесса по контролю стандартов приготовления блюд / **184**
10. Сравнительная таблица сервисов, собирающих обратную связь от гостей / **186**
11. Чек-лист «Фото дня менеджера» / **188**
12. Пример алгоритма работы с задачами / **192**
13. Мотивационная программа для партнерских ресторанов в сети «Гриль №1» / **193**
14. Процесс запуска нового меню / **195**
15. Оценка технического состояния ресторана перед запуском / **197**