

Франшизы для женщин, обзорная статья

Уже давно никто не удивляется, что за рулём бизнеса может стоять женщина. И не только в тех случаях, когда богатый муж покупает жене готовое дело, чтобы та не сидела дома и думала от скуки лишние мысли. Нет, сейчас бизнес-леди – такое же ходовое выражение, как и франчайзинг. Женщина и руководит процессами, и обучает персонал, и реализует свои идеи, и следит за прибылью и развитием. Что интересно, в России, по данным исследовательской компании Grant Thornton International, самый высокий показатель доли женщин среди руководителей. 43 процента фирм управляются «слабым полом».

Говорить о том, что женщины освоили навыки и умения, характерные для мужчин и разделять работу по гендерному признаку уже совсем не в моде, да и неправильно. Бизнес-леди существуют во всех сферах предпринимательства. Но всё-таки «женский бизнес» существует. Это такие виды дел, где женщина будет заведомо лучше ориентироваться в процессах, нежели мужчина. А если есть женский бизнес, значит, есть и франшизы женского бизнеса. А так, как франчайзинг значительно упрощает запуск собственного дела, перенимая стандартизированные процессы уже работающей фирмы, то покупка франшизы для женщины также выглядит эффективным вариантом становления в бизнесе. Ведь, чтобы запустить своё дело самостоятельно, требуется владеть информацией, создать бизнес-план, который будет содержать в себе расписанные досконально этапы развития дела. Нужно будет оформить юридические права, выбрав верные коды деятельности. Нужно будет просчитывать вложения, искать помещение, персонал, исследовать спрос, запускать пробную партию, снова исследовать спрос анализировать конкуренцию, проводить рекламные кампании, разрабатывать маркетинговую стратегию и вкладывать во всё это большие деньги. Строго говоря, франшиза не отменяет всех этих процессов. Но она хотя бы даёт возможность использовать готовые схемы действия и обращаться за помощью к более опытному партнёру.

Красота

Мир красоты для большинства женщин – благодатная почва. Милые дамы всегда стараются следить за новыми модными тенденциями в области красоты и здоровья. А если владелец бизнеса не просто умеет вести дело, но и получает удовольствие от того, чем занимается, да к тому же хорошо разбирается в этом, цены такому предпринимателю нет. По словам Татьяны Шутовой, бизнес-леди и владельца сети 4hands, почему женщинам легче заниматься ведением дела в бизнесе красоты, так потому что им проще понять пожелания и запросы целевого

потребителя. Ведь именно женщины – постоянные посетители салонов красоты, где могут проводить не по одному часу в сутки. Бывает так, что женщина на процедуре знает больше самого мастера. Статистикой делится и Элонора Зонова, руководитель российского представительства компании Vabor Beauty SPA. По её словам, 80 процентов их партнёров, работающих по договору франчайзинга – женщины. Причём, девушки не только становятся франчайзи, но и сами развивают предприятие до уровня франчайзинговой сети.

Так, например, франшиза фирмы 4hands предлагает своим партнёрам открыть студию ногтевых экспресс-услуг. А для лучшего и более выгодного сотрудничества запустила акцию для франчайзи, когда можно купить ещё и парикмахерский салон «Бигуди» по сниженной ставке. Таким образом, для всех новоприбывших бизнесменов (или бизнесвумен), паушальный взнос на вторую франшизу обойдётся в три раз дешевле. А открытие сразу двух салонов с разными услугами, позволит удовлетворять спрос большего числа потенциальных посетителей. Ещё один несомненный плюс услуг ногтевой индустрии – постоянство спроса. Дело в том, что услуги маникюра и педикюра пользуются большой популярностью у женщин. А промежуток между постоянными процедурами составляет порядка двух недель. Поэтому будут и постоянные клиенты, если сервис их устроит. В студиях 4hands работают не только мастера ногтевого дела, но и стилисты, парикмахеры, бровисты, специалисты по депиляции. Такой набор услуг способен заполнить большую часть спроса. Более того, иногда студии предлагают организовывать «девчачники», что является одновременно и акцией, повышающей интерес, и способом дополнительного заработка.

Сумма инвестиций на открытие своего салона по франшизе может зависеть от разных параметров. В первую очередь, это формат салона и разнообразие предложенных услуг. Но в любом случае, франчайзи получает клиентов, которых не понадобится усиленно привлекать. Кроме того, по статистике часто за франчайзи стоит не один человек, а семейная пара, которая может удвоить свои результаты за счёт разных взглядов на ведение бизнеса и оценку процессов.

Будущему франчайзи, при выборе франшизы нужно задаться вопросом, насколько бизнес будет стабилен в дальнейшем. Потому что старт нового дела, даже при покупке франшизы всегда рассчитывается на долгосрочную перспективу. Ведь нужно сначала добиться окупаемости, а потом и получить прибыль. Бьюти-индустрия как правило способна дать ответ на такие вопросы. Красота не просто востребована, она ещё и целенаправленно развивается. Появляются новые рецепты, новые технологии, позволяющие более безболезненно, быстро и качественно проводить те или иные операции по омоложению. Женщины не перестанут интересоваться этим видом досуга и личной пользы. Так что при организации должного уровня услуг, стабильность вам будет обеспечена как нигде. Поэтому, выбирать нужно не только по уровню ставок паушального взноса и роялти. Но и по спектру предоставляемых франчайзером возможностей.

Так, например, франшиза Vabor Beauty SPA запросит за вступление в сеть 300 тысяч рублей взноса. Однако немецкая монобрендовая фирма уже 17 лет осваивает рынок красоты, в том числе и в России. А помимо большого опыта, который поможет вам быстро развиваться, предоставит возможность открыть свой собственный салон красоты премиум класса, в котором будет максимальное количество необходимых и популярных услуг для клиентов. Но учитывайте, что 300 тысяч – это только лишь взнос. Чтобы полностью запустить салон, потребуются инвестиции в размере 4 миллионов рублей.

Модная линейка

Fashion-индустрия – ещё одна излюбленная женская тематика. Девушки не только любят смотреть на новые коллекции одежды и мерить одежду, но и по обыкновению тоньше чем мужчины разбираются в стиле и в веяниях моды (конечно, есть исключения). Поэтому салоны, где дизайнеры выпускают свои брендовые линейки модной одежды. Речь о совмещении творческих воплощений и прибыльного бизнеса. И если предприниматель не хочет зарабатывать на продаже массовых фасонов одежды, то выходом станет открытие дизайн-магазина по франшизе от хорошей фирмы. А кому не захочется повлиять на модные течения российского рынка?

С такой целью, например, строился бренд «BellaPotemkina». И специалист этой компании, рассуждая о задачах своих франчайзи, говорит, что большинство женщин, работающих по их франшизе, помимо дохода ориентируются ещё и на свою привязанность к моде и всем тенденциям с ней связанным. Фирма Беллы Потёмкиной производит дизайнерскую одежду, ориентированную на небольшой круг, светские запросы, и создаёт свой собственный стиль. Это пышные платья и юбки, кружева и шлейки. Цель – добиться прикрытой сексуальности в образе. И светские львицы действительно полюбили созданные для них модели. В магазинах сети одеваются Ксения Собчак, Ольга Бузова, Юлия Ковальчук и другие известные личности из мира шоу-бизнеса. А для того, чтобы стать партнёром франшизы и открыть собственный бутик, нужно

будет запарастись инвестициями от 5 миллионов рублей.

Кстати, для франшиз магазинов одежды отсутствие плат по типу роялти и паушального взноса – обычная ситуация, так как франчайзер получает прибыль от закупки партии товара, и даже зачастую сам указывает на то, какой объём необходим для первой партии.

Ещё один модный бренд в сфере fashion – Zaykins. Анна Смирнова, основатель предприятия – дизайнер, выпускающий лимитированные коллекции одежды для женщин разного возраста. Основная идея бренда – позволить современным женщинам выбирать одновременно интересные, красивые и доступные вещи. Формат работы с брендом по договору франчайзинга может быть разных типов и подходит как для начинающих предпринимателей, так и для опытных. Для открытия небольшого отдела понадобится сумма от 200 тысяч рублей. А вот на полноценный бутик уйдёт уже не меньше 1,5 миллионов. Но с покупкой франшизы Zaykins предприниматель получает возможность использовать модный бренд, который уже имеет свою аудиторию и поклонников, благодаря оригинальному стилю и доступности.

На рынке франчайзинга в модной сфере встречаются и бутики нижнего белья. Например, компания V.I.P.A. Франчайзер также не вносит требования паушального взноса и ежемесячного роялти. Продукция V.I.P.A. – это и классические комплекты, и купальники, и одежда для дома, и корректирующее бельё и даже свадебные аксессуары. Благодаря такому широкому ассортименту компании с большим опытом удалось сохранить стабильность даже тогда, когда экономическая ситуация в стране ухудшилась. Более того, компания сосредоточилась не только лишь на предоставлении уникального товара, но постаралась создать и уникальные условия для клиентов. Дизайнерские решения в оформлении, торговом концепте, представлении бренда и даже обслуживании сделали своё дело. Качество и уровень сервиса надолго привязали многих покупателей именно к этой марке. Подобный подход повлиял и на потенциальных франчайзи, которые получают удовольствие, запуская свою точку по франшизе. Представитель V.I.P.A. связывает это с тем, что девушки, которые выбирают франшизу, не ставят целью только лишь максимальную прибыль. Они ищут в бизнесе не только окупаемость, но и отдачину, дело, в которое можно вложить себя.

Прежде чем выбрать франшизу дизайнерского плана, нужно понимать, что рассчитывать на массовую аудиторию не получится. Для этого есть другая сфера франчайзинга одежды магазинов. И тогда лучше сосредоточиться на подборе мультибрендовых форматов. Например франшизы Fashion House и Mavango. Вариантов много.

Образование

Ещё одна сфера франчайзинговых предложений, где пригодятся женские умения и

расположенность – образование. Женщины умеют чутко понимать, что хочет родитель, пытаются обеспечить своему чаду многостороннее образование и развитие. Многие фирмы в этом сегменте позволяют получить начальное образование и организовывать туристические детские лагеря с разным уровнем развития. Как, например, компании Еврошкола и Yes. Эти фирмы ещё не сильно распространены на территории нашей страны, занимая только несколько крупных городов, но популярность подобных услуг растёт, поэтому франшизы актуальны.

По мнению представителя франшизы «Оранжевый слон» Юлии Самыко, женщины отлично управляют с подобным бизнесом. Также важно то, что у родителей, которые и являются основными клиентами центров, женщины вызывают больше доверия. «Оранжевый слон» предлагает совместить образование с торговлей с помощью проведения платных мастер-классов, что будет одновременно полезно для детей и прибыльно для франчайзи. Фирма также предоставляет хорошие скидки будущим партнёрам, постоянно запускает акции, позволяющие примыкать к сети тем, кто не располагает нужной суммой инвестиций. В общем, занимается сервисом, направленным не только на клиентов, но и на франчайзи. При покупке франшизы, предприниматель получает не только опыт и бренд франчайзера, но и помощь в организации, скидки на первые партии товара, мебель для оборудования своей новой точки, помощь в переговорах с арендодателями и найме персонала. А личный куратор даст информацию по любому вопросу на первых этапах развития.

Следующая в списке интересных франшиз – Wonder Life. Это салон-магазин товаров для здоровья, хозяйства и красоты. На полках можно встретить изделия из гималайской соли, фильтры для воды, массажёры, товары для кухни. Ассортимент специфический и очень широкий, направленный на хозяек. Инвестиции для запуска точки продаж составят около 300 тысяч рублей. При этом ни паушального взноса, ни роялти от франчайзера не требуется.

Несмотря на обилие франшиз с женской направленностью, назвать эти виды бизнеса «чисто женскими» уже вряд ли возможно. Точно также как нельзя сказать, что в «мужских» сферах не встречается предпринимателей-женщин. Но не использовать особенности мышления и поведения женщин при выборе партнёрского предложения было бы неверным шагом. Уникальные качества – коммуникабельность, чуткость, понимание интересов женской половины потенциальной аудитории, чувство стиля и тяга к красоте – всё это можно применить и в бизнесе. А если эти качества совпадут со способностью вести дело, то любое предпринимательское начало в руках бизнесвумен приобретёт собственный колорит и будет успешно развиваться.

Ссылка на статью: <http://businessmens.ru/article/franshizy-dlya-zhenschin-obzornaya-stat-ya>