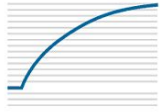


Дельта Менеджмент
консалтинговая фирма

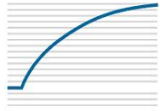
Франшизный пакет

Консалтинговая фирма
Дельта Менеджмент

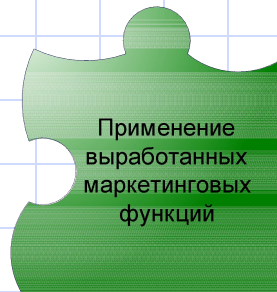
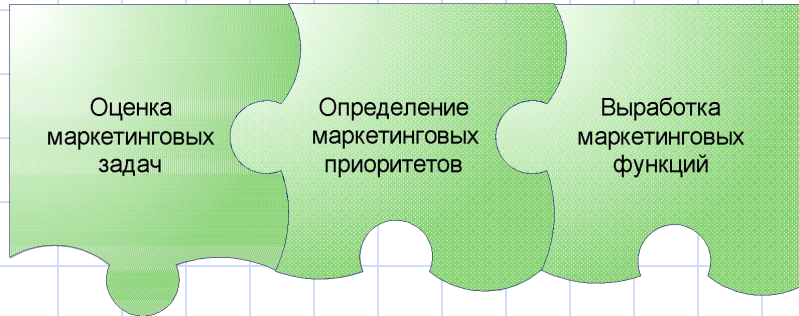


Содержимое презентации

- Продукт «Франшизный пакет»
- Методология проведения работ
- Этапность и состав проекта
- Ожидаемые результаты
- Дополнительные продукты



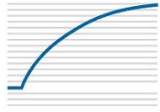
Продукт «Франшизный пакет»



- Оценка маркетинговых задач в контексте деятельности компании
- Определение маркетинговых приоритетов на основе анализа стратегии компании
- Выработка маркетинговых функций на основе выбранных приоритетов
- Применение выбранных функций в согласованном с

Заказчиком объёме

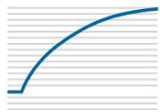
Продукт "Франшизный пакет"



Когда нужен этот продукт?

- Когда у компании есть планы продвижения в другие города и регионы с помощью франшизы, но нет окончательно сформированного предложения по продажам франшизных пакетов
- Когда у компании есть разработанное предложение по продажам франшизных пакетов, но нет ресурсов и/или опыта для:
 - Отладки предложения
 - Предпродажной работы с клиентами
 - Сопровождения контракта

Продукт "Франшизный
пакет"

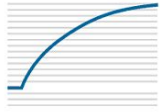


Примерный график проекта

	Название этапа	Маркетинговая поддержка				
		1 нед.	1-2 нед.	2-3 нед.	1-2 нед.	По потребности
1	Подготовка проекта	1-й этап				
2	Оценка маркетинговых задач		2-й этап			
3	Определение маркетинговых приоритетов			3-й этап		
4	Выработка маркетинговых функций и/или планов				4-й этап	
5	Применение					5-й этап

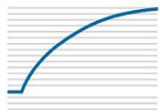
- Проект, выполняемый по отработанной эффективной методологии
- Длительность этапов может меняться в зависимости от потребностей клиента

Продукт "Франшизный пакет"



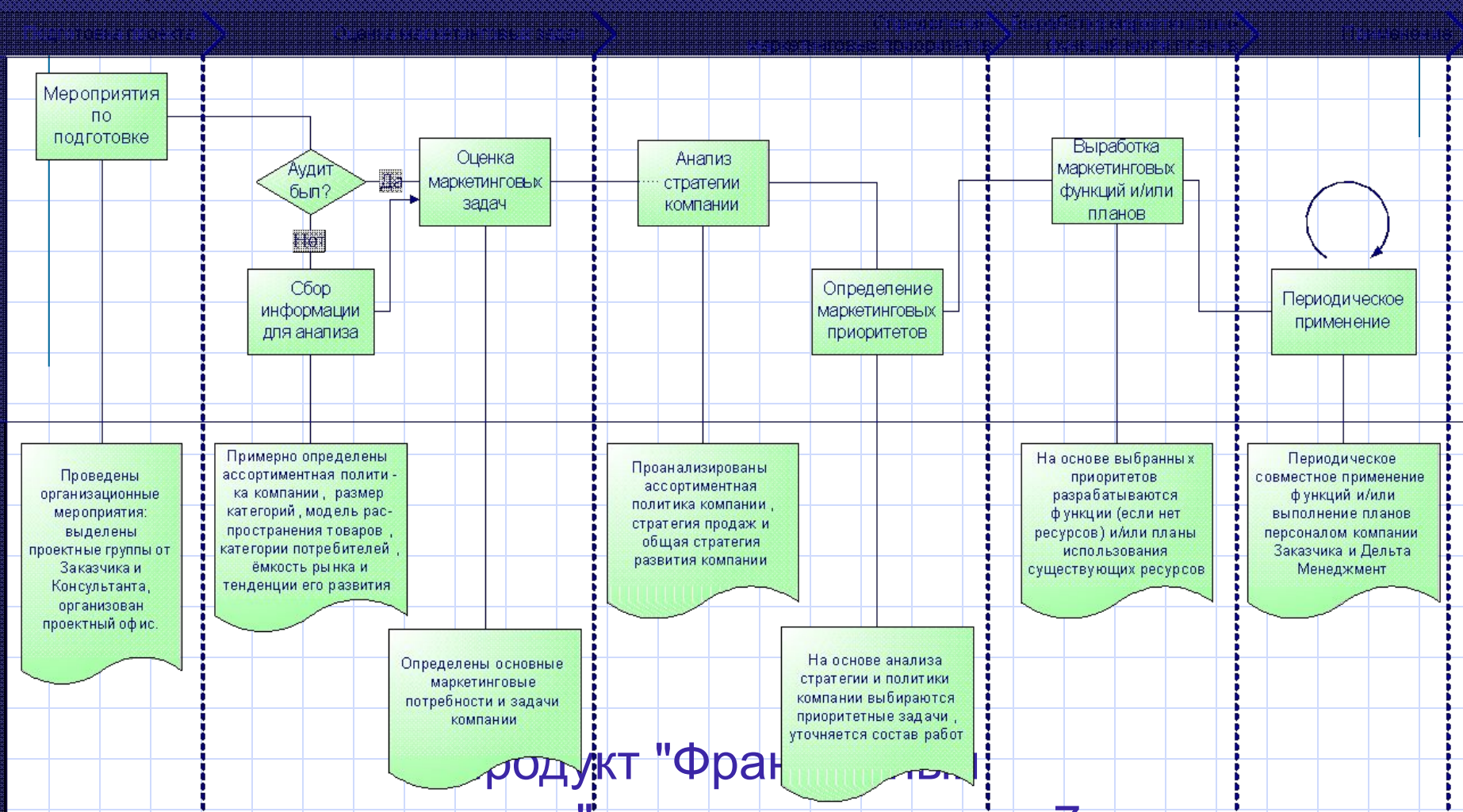
Методология проведения работ

- Экспертные интервью с сотрудниками компании Заказчика и его торговыми партнёрами
- Анализ лучших практик в отрасли
- Полевые исследования
- Стратегические сессии с топ-менеджерами компании Заказчика
- Выездные стратегические сессии и деловые игры (по необходимости и дополнительному запросу)
Продукт "Франшизный пакет"

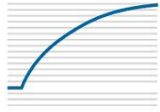


Состав проекта

Маркетинговая сопровождение

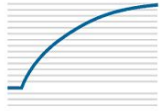


продукт "Франшиза"
пакет"



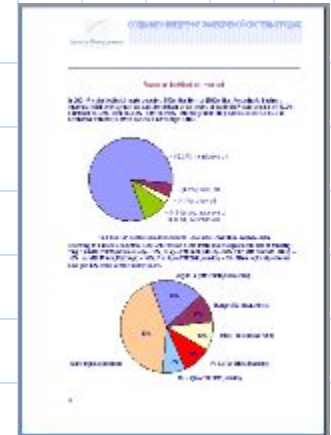
Подготовительный этап

- Организация проектных команд
 - Проектная команда со стороны Заказчика
 - Проектная команда со стороны Исполнителя
 - Кураторы проекта с каждой из сторон
- Согласование устава проекта (регламента взаимодействия)
 - Согласование регламента
 - Выпуск приказов (распоряжений по компании Заказчика), подтверждающих полномочия Консультанта и действие регламента
- Организация проектного офиса
 - Обеспечение единой точки взаимодействия Консультанта и Заказчика
 - Предоставление Консультанту рабочих мест у Заказчика



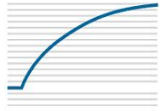
Сбор информации для анализа

- Проводится, если до этого не использовался продукт «Аудит системы продаж и маркетинга»
- Определяется ассортиментная политика
- Проводится изучение рынка
 - Размер категории
 - Модель распространения товара
 - Категории потребителей
 - Ёмкость рынка и тенденции его развития
- Проводится изучение конкурентного окружения
 - Определение основных конкурентов
 - Характер конкурентной борьбы
 - Активность конкурентов



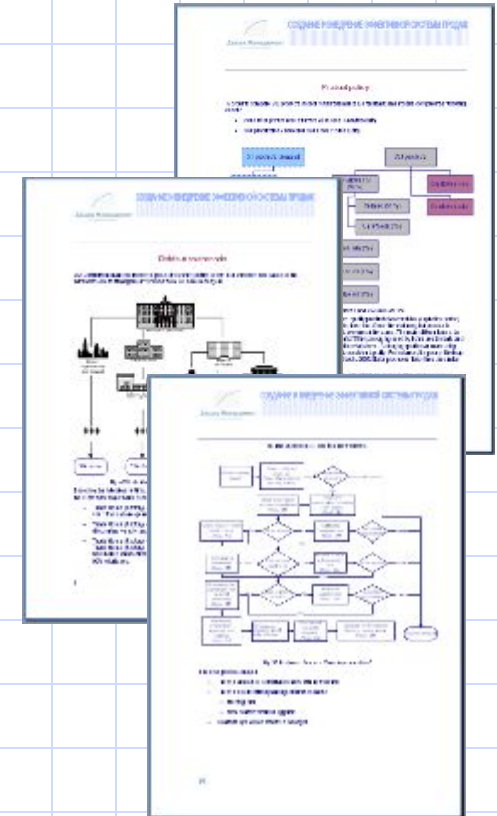
Имя	Вид	Площадь продаж	Средняя цена
Сеть магазинов	Сеть	1000	1000
Сеть магазинов	Сеть	500	500
Сеть магазинов	Сеть	200	200
Сеть магазинов	Сеть	100	100
Сеть магазинов	Сеть	50	50
Сеть магазинов	Сеть	20	20
Сеть магазинов	Сеть	10	10
Сеть магазинов	Сеть	5	5
Сеть магазинов	Сеть	2	2
Сеть магазинов	Сеть	1	1

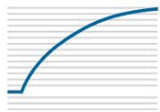
Продукт "Франшизный пакет"



Оценка маркетинговых задач

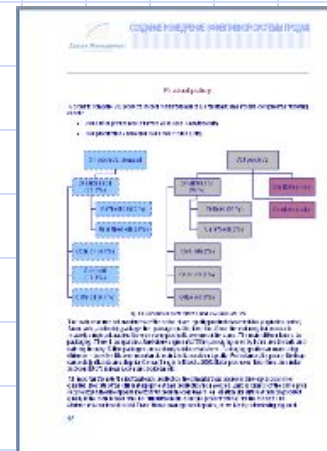
- Оценка маркетинговых задач компании проводится на основе:
 - данных предыдущего аудита (использование продукта «Аудит системы продаж и маркетинга»)
 - на основе данных, собранных в рамках текущего проекта
- Является основой для следующего этапа работ

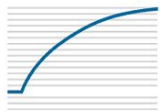




Определение маркетинговых приоритетов

- Проводится анализ:
 - Ассортиментной политики
 - Стратегии продаж компании
- На основе результатов анализа:
 - Выбираются наиболее приоритетные задачи маркетинга
 - Определяется состав работ и объём ресурсов для покрытия выбранных приоритетных задач



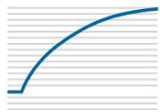


Выработка маркетинговых планов и/или функций

- На основе анализа общей стратегии создаётся или уточняется маркетинговая стратегия
- На основе определённых ранее маркетинговых приоритетов:
 - Оптимизируется продуктовая линейка
 - Создаются или уточняются маркетинговые функции, в том числе:
 - Маркетинговые программы для определённых каналов продаж
 - Брендинг
- Разрабатывается маркетинговый план, в том числе:
 - Рекламные кампании
 - Кампании по продвижению

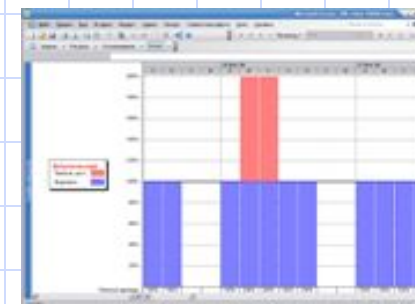
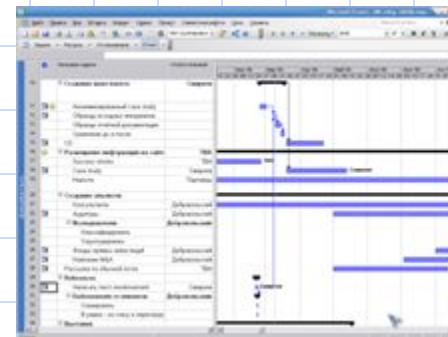


Продукт "Франшизный
пакет"

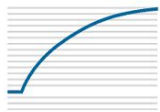


Применение

- Применение разработанных ранее или уточнённых маркетинговых функций на основе разработанного плана
- Постоянное взаимодействие с Заказчиком на проектной основе:
 - Эффективное управление процессом
 - Возможность получения Заказчиком периодической отчётности
- Привлечение нужных специалистов в нужный момент, только на время, нужное для выполнения запланированного действия



Продукт "Франшизный
пакет"



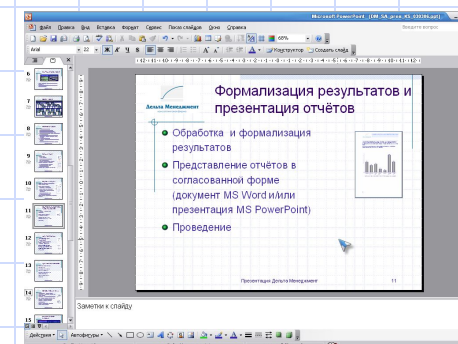
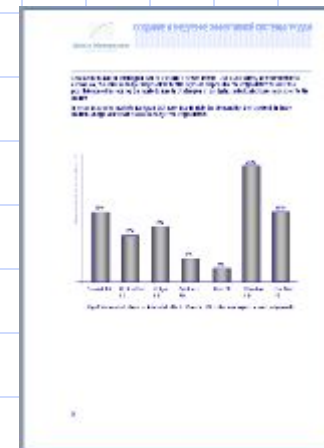
Формализация результатов и презентация отчётов

- Обработка и формализация результатов работ каждого этапа или всех этапов вместе (по согласованию)

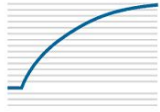
- Представление основного и периодических отчётов в согласованной форме (документ MS Word и/или презентация MS PowerPoint)

- Проведение презентации результатов (основного отчёта) перед Заказчиком

- Передача основного отчёта Заказчику

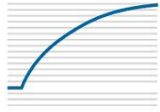


Продукт "Франшизный пакет"



Ожидаемые результаты

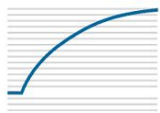
- Результаты обследования деятельности компании
- Необходимый пакет документов для потенциального франчайзи
- Пакет рекомендаций-инструкций для сотрудников компании, необходимых для работы
- Проводится внедрение (первоначальный тренинг сотрудников компании) по процессам и разработанным рекомендациям. Возможен последующий мониторинг работы открытых торговых точек (соблюдение требований франчайзора, обслуживание клиентов и т.п.)



Дополнительные продукты

- Разработка коммерческой стратегии
 - Продукт «Эффективная система продаж и маркетинга»
- Реализация разработанной стратегии
 - Продукт «Внедрение эффективной системы продаж и маркетинга»
 - Продукт «Доверительное управление продажами и маркетингом»
- Мониторинг влияния внедрённых рекомендаций
 - Продукт «Контроль качества»
 - Продукт «Аттестация сотрудников»

Продукт "Франшизный
пакет"



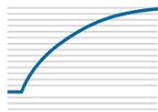
Резюме

«Франшизный пакет» – консалтинговый продукт, обеспечивающий повышение эффективности.

Вне зависимости от того, есть ли у Заказчика выделенные маркетинговые ресурсы и стратегия или нет, продукт одинаково полезен как основа для их формализации и повышения эффективности.

Мы можем предложить другие консалтинговые продукты, которые дополняют и завершают изменения по повышению коммерческой эффективности

Продукт "Франшизный пакет"



Дельта Менеджмент
консалтинговая фирма

Наши координаты

г. Москва, 107113,
Сокольнический вал, дом 1Б,
строение 2, офис 226
+7 (495) 638-56-60;
newclients@delta-management.ru
www.delta-management.ru



Продукт "Франшизный
пакет"