

19 ноября 2019

Как автоматизация влияет на успех франшизы

Татьяна Москвитина, руководитель направления «Управление запасами» ГК «КОРУС Консалтинг», о том, какие варианты автоматизации логистических процессов использует бизнес при запуске франшизы, и как это помогает франчайзи контролировать цепочки поставок и товарный ассортимент. Предприниматели все чаще выбирают «бизнес в коробке» вместо того, чтобы строить свою компанию с нуля: так проще, быстрее, понятнее. На успех бизнеса по франшизе во многом влияет наличие готовых ИТ-решений, особенно в тех отраслях, где автоматизация напрямую определяет скорость и качество процессов, например, в ритейле, гостиничном и ресторанном бизнесах.

Российский рынок франшиз достиг в объеме \$5 млрд, по данным EMTG, и продолжает расти более чем на 15% в год. На нем до 3 тыс. активных продавцов, каждый из которых преследует свою цель – от быстрого освоения новых регионов до извлечения прямой прибыли от продажи контрактов.

В 2019 году, по данным Franshiza.ru, с предложением своей франшизы на рынок вышли 350 новых компаний. Число объектов, открытых по договору коммерческой концессии, за десять лет (с 2008 по 2018 годы) выросло с 18,5 тыс. до 67 тыс., и, по прогнозу Российской ассоциации франчайзинга (РАФ),

уже к 2025 году достигнет 200 тыс. Ритейлеры и сервисные компании чаще всего строят франчайзинговые сети: по оценке Franshiza.ru, на услуги приходится 35% всех франчайзи, еще 33% – на розничную торговлю непродовольственными товарами. Российская Ассоциация франчайзинга к ритейлу относит до 57% франшиз.

Когда ИТ из коробки – преимущество

Франшиза дает федеральным ритейлерам возможность быстро получить прибыль и направить ее на дальнейшее развитие. Поскольку торговля – отрасль со своими законами и правилами, часто вместе с продажей франшизы ритейлер отдает по контракту не только возможность пользоваться своим брендом, фирменным стилем, маркетинговыми инструментами, обучающими ресурсами, но и открывает для франчайзи доступ к своей базе поставщиков и логистической инфраструктуре.

Нужно учитывать, что франшизы чаще всего приобретают начинающие предприниматели, точка входа в среднем составляет 300-500 тыс. рублей. С одной стороны, это делает рынок франшиз в HoReCa очень демократичным, с другой – собирает на нем менеджеров разного уровня подготовки и опыта, так что одна и та же задача, например, планирование поставок, может решаться каждым франчайзи по-разному: в меру своих возможностей.

Именно поэтому при масштабировании розничного бизнеса важно сохранять контроль из «центра»: он достигается современными средствами автоматизации. Это помогает франчайзерам контролировать цепочки поставок и товарный ассортимент, быть спокойными за качество товаров и

услуг. Франчайзи в свою очередь получают мощную поддержку в виде доступа к ИТ-системам бренда – и многие расценивают такую возможность как однозначное преимущество при выборе компании для сотрудничества.

Автоматизация закупок

Чаще всего вместе с франшизой сегодня продается доступ именно к системам автоматизации закупок. Процесс закупок – один из ключевых в торговом и ресторанном бизнесе. Например, для ресторанов сетей быстрого питания важно соблюдать не только строгий ассортимент, но и определенную рецептуру, а она, в свою очередь, завязана на ингредиенты конкретных производителей. В ритейле с определенной спецификой, например, в продаже электроинструмента, также большую роль играет взаимодействие с базой поставщиков и вендоров.

Автоматизированное формирование заказа позволяет свести к минимуму риски, связанные с человеческим фактором. Ведь даже при подробно описанных процессах, определении товарной матрицы и описании правил выкладки товара, весь положительный эффект может быть перечеркнут тем, что товар закуплен не вовремя и не в том количестве.

Для франчайзи подключение к сервису автозаказа может быть рекомендованным или обязательным. В этом процессе важную роль играет продавец франшизы: он обучает франчайзи работе с инструментом. Далее он либо полностью передает права на управление автозаказом, либо настраивает роли и рамки, в которых может корректировать сформированные франчайзи заказы поставщикам.

Второй вариант предполагает управление запасами своих франчайзи. Эта схема называется VMI и подразумевает, что продавец франшизы занимается пополнением не только своего основного склада, но и полностью контролирует запасы на складах у своих франчайзи. В таком случае новому партнеру не надо погружаться в сложные вопросы пополнения, поддержания запасов и [прогнозирования спроса](#).

У второго подхода есть как преимущества, так и недостатки. Во-первых, переводя управление товарными запасами на себя, франчайзер рискует упустить важные моменты, которые могут знать только люди на местах. Например, это данные о том, что закрывается или переезжает конкурент, или просьбы покупателей о расширении продуктовой линейки на определенные позиции. Во-вторых, если франчайзинговая сеть будет масштабироваться, трудозатраты, ответственность и сильная вовлеченность франчайзера начинают противоречить самой модели франчайзинга.

Есть хороший пример внедрения подобного сервиса в крупной розничной компании, объединяющей магазины разных форматов в Северо-Западном регионе. Ритейл-сеть подключилась к облачному сервису по управлению запасами около двух лет назад и благодаря этому быстро оптимизировала управление закупками в собственных магазинах. Затем компания стала активно развивать франшизу, подключая к новому сервису своих партнеров. Сегодня централизованное управление запасами по модели SaaS помогает торговой сети контролировать уровень запасов и обеспечивать стабильную работу около 500 точек, как собственных, так и управляемых франчайзи.

Маркетинг и аналитика

Грамотно выстроенный маркетинг – непростая задача для франчайзи, начинающего новый бизнес. Готовая автоматизированная маркетинг-система может помочь ему в планировании рекламных и промо-акций, обеспечить доступ к качественным материалам. Это гарантирует не только правильное использование фирменного стиля, но и применение лучших практик и механик акций франчайзера на местах.

В план автоматизации часто также включают аналитику ключевых показателей. Для этой задачи существует множество программных продуктов, в том числе BI-решения. Такие платформы могут выступать в качестве личного средства визуализации и ведения отчетов, и служат подсистемой аналитики и принятия решений.

Как выстраиваются ИТ-процессы

Развитие рынка облачных сервисов позволяют франчайзи получить доступ к ИТ-решениям франчайзера с минимальными вложениями. При выборе облачной модели (доступ к системам через удаленный интернет-сервер по защищенному соединению) необходимость вкладываться в дорогостоящее серверное оборудование отпадает. Автоматизированные облачные системы могут объединять данные о программах лояльности и другие маркетинговые инструменты, оптимизировать систему заказа и доставки товара, хранить данные о финансовых потоках и статистику всех подразделений сети. Комплекс минимально необходимых ИТ-решений, развернутых из облака, позволяет франчайзи открыть и подключить новый магазин всего за пару дней.

Таким образом, подготовка к тиражированию розничного и сервисного бизнеса по франшизе – это уже больше, чем просто создание работающей финансовой модели. Преимущество получают компании, способные грамотно автоматизировать ключевые процессы и передать в управление новым партнерам максимально готовый и прозрачный бизнес.

Источник: CRE Retail