

ПЕРВЫЕ ИТОГИ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ПРОЕКТОВ НА РОЗНИЧНОМ РЫНКЕ

ЕЛЕНА КУДРИНА
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР FIT

Retail Director
Конвенция I
18-20 апреля 2003 г.





ФРАНЧАЙЗЕР

Контроль большего
сегмента рынка

Популяризация торговой
марки

Привлечение
дополнительных и др.
финансовых ресурсов

Ф Р А Н Ч А Й З И Н Г



ФРАНЧАЙЗИ

Быстрый выход на
рынок

Использование
успешного опыта
национ./ интерн.
сетевых операторов



ФРАНЧАЙЗИ 1



ФРАНЧАЙЗЕР



ФРАНЧАЙЗИ N



построение
оптимальной
логистической
модели

МЯГКАЯ
МОДЕЛЬ


ЖЕСТКАЯ
МОДЕЛЬ

ГИБРИДНАЯ
МОДЕЛЬ

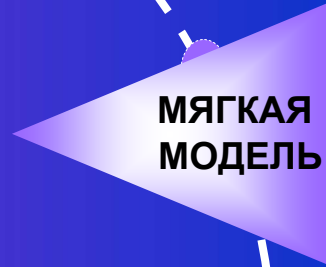


Магазин **ФРАНЧАЙЗЕР**

Контроль ассортиментной и закупочной политики сети



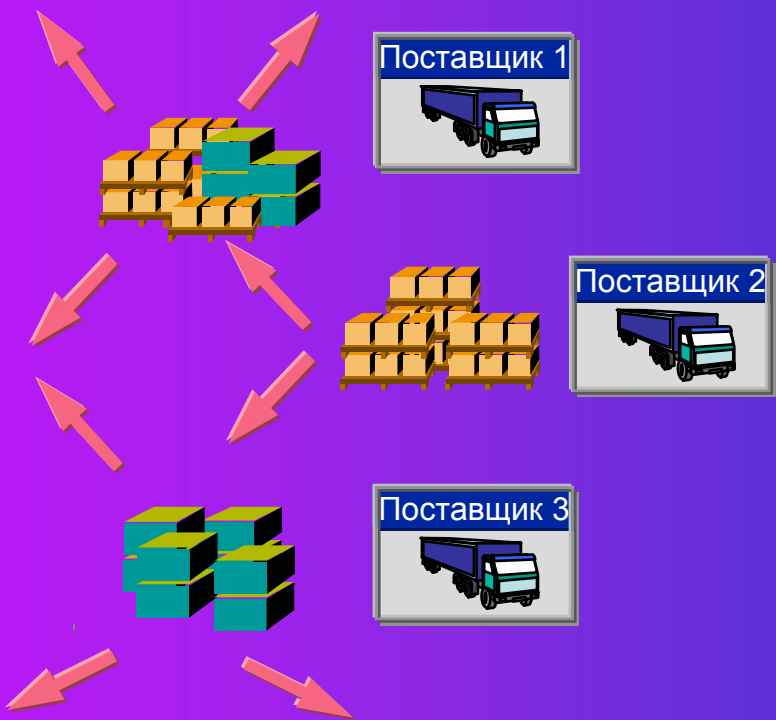
АВТОНОМНОЕ
ОПЕРАТИВНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
ЛОГИСТИКОЙ




Единый
ассортимент

Единые
закупочные
цены


Единые
поставщики



Магазин **ФРАНЧАЙЗИ 1**

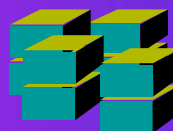
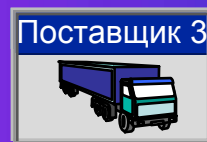
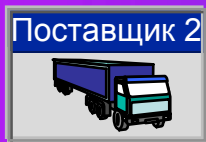
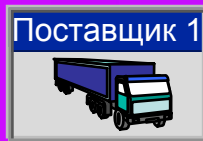


Магазин **ФРАНЧАЙЗИ N**



АВТОНОМНОЕ
ОПЕРАТИВНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
ЛОГИСТИКОЙ

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИКОЙ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СЕТИ

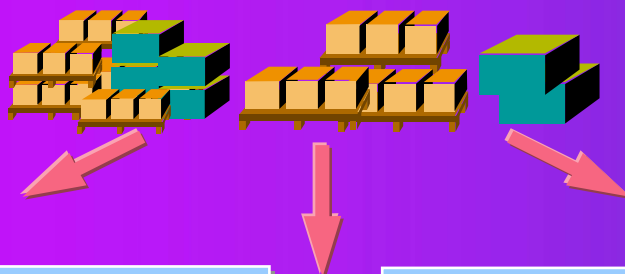



ЕДИНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
ЛОГИСТИКОЙ

Магазин

ФРАНЧАЙЗЕР

Единый закупочный центр



Магазин

ФРАНЧАЙЗИ 1

Магазин

ФРАНЧАЙЗИ N

ЖЕСТКАЯ
МОДЕЛЬ

**МЯГКАЯ
МОДЕЛЬ**

**ЖЕСТКАЯ
МОДЕЛЬ**

Контроль ассортиментной и закупочной политики сети



**Консолидация закупочной
деятельности**

Управленческий аутсорсинг

**Оптимизация организационной
структуры**

Минимизация издержек

**Повышение
конкурентноспособности**

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИКОЙ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СЕТИ



Поставщик 1



Поставщик 2



Поставщик 3



ФРАНЧАЙЗЕР



Единый закупочный центр

Контроль ассортиментной и закупочной политики сети

ЕДИНОЕ
ОПЕРАТИВНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
ЛОГИСТИКОЙ



АВТОНОМНОЕ
ОПЕРАТИВНОЕ
УПРАВЛЕНИЕ
ЛОГИСТИКОЙ

ФРАНЧАЙЗИ 1



...

ФРАНЧАЙЗИ N



СОЧЕТАНИЕ
МОДЕЛЕЙ

**ГИБРИДНАЯ
МОДЕЛЬ**

Применение “ГИБРИДНОЙ” модели

1

Франчайзи является сетевой структурой со своим (своими) РЦ

2

Сеть развивается в масштабах нескольких регионов (межрегиональная, общенациональная, транснациональная)

3

Сеть имеет мультиформатную структуру, включающую гипермаркеты

N

и другие

**Особенности
построения ИС
применительно к
франчайзинговым
сетям**

Наличие единой информационной системы у франчайзера и у всех его франчайзи

Обеспечение возможности управления внутренней логистикой по всем (трем) моделям: “мягкой”, “жесткой” и “гибридной”

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИНГА

Примеры использования:



ЖЕСТКАЯ
МОДЕЛЬ

Режим
реального
времени

магазин
ФРАНЧАЙЗИ

центральный офис
ФРАНЧАЙЗЕРА

Централизованная
архитектура ИС

СЕРВЕР

Режим
реального
времени

Режим
реального
времени

магазин
ФРАНЧАЙЗЕРА

магазин
ФРАНЧАЙЗЕРА

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИНГА

Примеры использования:



МЯГКАЯ
МОДЕЛЬ

центральный офис ФРАНЧАЙЗЕРА

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ СЕРВЕР



Режим
реального
времени

Режим
реального
времени

Дискретный
режим



магазин
ФРАНЧАЙЗЕРА



магазин
ФРАНЧАЙЗЕРА

центральный офис ФРАНЧАЙЗИ

КУСТОВОЙ СЕРВЕР



Режим
реального
времени

Режим
реального
времени



магазин
ФРАНЧАЙЗИ



магазин
ФРАНЧАЙЗИ

**Полный контроль, учет
и анализ товарных
потоков**

**Эффективное
управление
ассортиментной
политикой**



GESTORI

**Эффективное
использование в
сетевых компаниях,
содержащих
франчайзинговые
предприятия**

**Уменьшение издержек
за счет
оптимизации
товародвижения и
товарных запасов**



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !

www.fit.ru

ЕЛЕНА КУДРИНА
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР FIT

Retail Director
Конвенция I
18-20 апреля 2003 г.

