

Франшиза торговой точки Garmin

Франчайзинг набирает популярность в России. Все большее количество предпринимателей интересуются выбором франшизы для открытия своего дела. В кризисное время рынок носимых гаджетов по-прежнему растет. В сфере розничной торговли и продажи оборудования стоит обратить внимание на продукцию Garmin. Одно из направлений деятельности международной технологической компании Garmin является производство умных носимых устройств. Бренд Garmin получил мировую известность благодаря ставке на инновации и выдающимся продуктам, в разработке которых принимают участие все специалисты компании. Любое устройство Garmin призвано не только удовлетворить потребности потребителей, но и облегчить им жизнь за счет грамотного программного обеспечения и понятного интерфейса. Рассмотрим в нашей статье, почему открытие франшизы Garmin является оптимальным вариантом в 2022 году.

Стартовый капитал и «порог входа»

Франшиза Garmin является товарной: франчайзер передает, а франчайзи получает эксклюзивные права, ограниченные оговоренной территорией на продажу производимого товара под брендом франчайзера. Для сотрудничества важно обеспечение плана продаж франчайзи. Для этого компания прилагает все усилия, оказывает помощь в налаживании бизнес-процессов и в росте продаж. Garmin не зарабатывает на скрытых платежах, имеющих у многих франшиз: паушальный взнос, роялти. Это выгодно отличает франшизу Garmin от других вариантов, где партнеру требуется выплачивать паушальный взнос - внушительную сумму, которую вам придется выплатить всю и сразу после того, как будет подписан договор о купле-продаже франшизы - и роялти, регулярные выплаты покупателем франшизы ее правообладателю за право пользования его торговой маркой. И роялти, и паушальный взнос представляют собой плату за пользование брендом.

При подписании эксклюзивного соглашения оговаривается, что франчайзи должен выполнять план продаж и эффективно использовать закрепленную за ним территорию. Однако, в случае невыполнения плана компания оставляет за собой право повышения отпускных цен. Это является неким мотивирующим элементом для того, чтобы представители, которые находятся на эксклюзивных условиях, активно занимались развитием и продажами компании.

Фирменный магазин

Первый из форматов торговой точки Garmin - фирменный магазин, в котором представлено всё оборудование. Речь идет о магазине в торговом центре в ходовой локации, его площадь составляет около 50 квадратных метров. Так, если в качестве помещения инвестор получает shell core, то есть торговую точку без стен, полов, потолка, то стартовый капитал составит порядка 3,5 млн. Если помещение уже содержит какой-то остаточный ремонт, то, соответственно, эта сумма уменьшается.

Отдельно стоит учесть цену торгового оборудования без ремонта: около 1,2–1,5 млн. Дополнительно приобретается система защиты товара на стеллажах – это примерно 150 тыс. руб. Вывеска магазина – примерно 60–70 тыс. руб. Оргтехника, компьютеры – около 100 тыс. руб. И

рекламное оформление составит 70–100 тыс. За дополнительную плату изготавливаются элементы интерьера. Для топовых магазинов, например, устанавливаются большие часы – точная копия часов с дисплеем в качестве оборудования POS.

Корнеры

Помимо магазинов, которые представлены на отдельной площади за 50 кв. м в торговом центре, у Garmin присутствует также формат корнеров. Это своего рода киоск, который устанавливается в галереях торговых центров в зоне наибольшего трафика. Из недостатков подобного варианта стоит выделить ограниченный перечень товаров для такого киоска, например, продукцию линейки Tacx (крупногабаритные велотренажеры) невозможно представить в этом формате. Также в киоске, в отличие магазина, в меньшей степени присутствует отложенный спрос: если в магазине для окончательного принятия решения покупатель могут прийти не один раз, то в киоске они совершают покупку более импульсивно. И если покупка не случилась сразу, то, возможно, она не случится никогда.

Однако у формата корнера есть важный плюс – относительно низкие инвестиции, по сравнению с полноценным магазином. Корнер можно открыть, потратив 1–1,5 млн (против 3,5 млн за торговую точку). Но с точки зрения долгосрочной раскрутки, естественно, магазин более интересен, потому что вы можете продавать более разнообразный ассортимент продукции. Также только в магазине возможно представить габаритные товары: велотренажеры, товары для яхт. В магазин клиенты приходят по многу раз и создаются отложенные покупки, комфорт покупки в магазине является дополнительной субъективной выгодой для клиента. В формате корнера доминируют импульсные покупки, совершаемые проходящим трафиком покупателей. И на длительную перспективу магазин приносит больше прибыли.

Ежемесячные платежи

Такие платежи можно назвать операционной нагрузкой на франчайзи. К числу ежемесячных платежей относятся следующие затраты:

- аренда,
- коммунальные платежи,
- зарплата персоналу,
- маркетинговые мероприятия,
- логистика,
- затраты на Интернет и сотовую связь,
- операционная деятельность.

Однако, как уже говорилось выше, дополнительные скрытые платежи, например, роялти, во франшизе Garmin отсутствуют. Поэтому задачей бренда, зарабатывающего на наценке между закупочной ценой и ценой франчайзи, – сделать так, чтобы оборот и выручка у франчайзи были максимальными.

Ежемесячные арендные платежи зависят от конкретного города и торгового центра, однако обычно подбирается та локация, где на расходы на аренду помещения составляют 5-8% от планового оборота.

Рекламная кампания частично компенсируется брендом Garmin в размере 50% затрат в пределах 5% от оборота закупок. В среднем, чтобы открыть магазин с нуля потребуется минимум два

месяца. Инвестиции окупятся достаточно оперативно: в срок 1 – 1,5 года, что определяется местоположением торговой точки и экономическим потенциалом города.

Чем эта франшиза лучше конкурентов?

Франшиза высокотехнологичных устройств является удачным бизнес-кейсом на переполненном недорогими и не всегда эффективными предложениями рынке, где предпринимателям сложно найти свою нишу.

Такая франшиза имеет следующие неоспоримые преимущества:

- Практически полное отсутствие конкуренции, так как ниша франчайзинга в сфере высокотехнологичных устройств не перегружена.
- Удобная схема сотрудничества с брендом: оказание поддержки, предоставление необходимой информации, помощь в рекламе товаров.
- Возможность отсрочки оплаты товара.
- В качестве дополнительного стимулятора продаж - скидка на витринные товары 20% дополнительно к оптовой цене.
- Программа лояльности Garmin Bonus для покупателей, которая действует во всех фирменных магазинах Garmin и является частью омниканального процесса удержания клиентов благодаря мотивации. Программа во многом помогла сохранить продажи в кризис.
- Готовая база контактов строителей, производителей торгового оборудования.
- Обучение по бизнес-программам от крупного бренда в популярной отрасли, что позволит вывести на новый уровень и собственные знания, и культуру предпринимательства в своем регионе.
- Garmin является сильным международным брендом, публичной компанией, растущей из года в год.
- Готовые работающие бизнес-алгоритмы, которыми может воспользоваться франчайзи.
- Помощь в предоставлении кадровой документации. Автоматизированные системы контроля работы персонала и чек-листы.
- Передача интернет-заказов с сайта вендора франчайзи.
- Юридическая помощь со стороны франчайзера.
- Помощь партнерам в подборе локации.
- Надежная инвестиция средств в стабильную отрасль: уверенно растет рынок, на котором представлены продукты бренда Garmin.
- Возможность на приятных условиях открыть современную точку сбыта, где будет представлен полный ассортимент продукции, удовлетворяющий потребителей, и оказан высокий уровень сервиса.

Программа франчайзинга Garmin в России была запущена компанией «Навиком» - эксклюзивным дистрибьютором Garmin. Сначала был проведен комплексный анализ локального рынка товарных франшиз, который выявил бизнес-потенциал в сегменте высокотехнологичных устройств и

носимых гаджетов. В 2010 году была запущена собственная сеть фирменных магазинов, на которой программа была протестирована. Далее компания приступила к переговорам с головным офисом бренда Garmin, итогом которых стал лицензионный договор на использование торговой марки в России, а также согласованная франчайзинговая программа, которая открылась в 2016 году. На сегодняшний день по ней работает более 30 магазинов. Они находятся в разных регионах России. Открытия продолжаются, существует план наращивания количества партнеров в объеме 5–6 магазинов в год.

Основные требования к участию в программе франчайзинга Garmin в России и СНГ:

- Открытие магазина согласно гайдлайнам и бренд буку;
- Наличие магазина площадью от тридцати до восьмидесяти квадратных метров с высокой проходимостью;
- Проведение ремонтных работ с целью выполнить требования бренда к внешнему виду;
- Заказ торгового оборудования, установка витрин, световой аппаратуры, принятие мер для безопасности продукции, располагаемой в свободной выкладке (обычно для этих целей составляется план с этапами выполнения);
- базовые инвестиции в приобретение товара, определяемые индивидуально.

Шоу-румы Garmin уникальны за счет своей концепции. В России больше нет магазинов, где собрана электроника для спорта и активного отдыха в аналогичном ассортименте.

Только в этих магазинах есть вся продукция бренда. Клиент может познакомиться с продукцией компании и протестировать понравившиеся модели вместе с консультантом. Такой формат предполагает наличие просторного торгового зала, где можно свободно разместить ассортимент бренда. Кроме покупки часов и навигаторов фирменные магазины Garmin предлагают своим покупателям бесплатно установить и обновить карты, а также получить техническую поддержку, в случае необходимости. Для обновления программного обеспечения нужно всего лишь прийти с гаджетом в любой магазин сети¹. Еще один положительный момент – это быстрая замена сломавшихся приборов на новые на протяжении срока гарантии. В фирменных магазинах Garmin предоставляется год гарантии в подарок.

У франшизы бренда Garmin имеется ряд преимуществ, отличающих ее от аналогичных вариантов. Основным достоинством служит ее уникальность: товарных франшиз «умных» устройств больше нет на российском рынке. Также стоит выделить сильный международный бренд, узнаваемый множеством покупателей. Есть и другие преимущества, рассмотрим их ниже.

- **Активное развитие бренда.** Компания Garmin популярна, постоянно появляются новые товары, выручка и прибыль растет. При этом данная информация имеется в публичном доступе, с ней всегда можно ознакомиться. Все это дает уверенность в конкурентоспособности продукции.
- **Программа Garmin Bonus** - получить бонусные рубли можно за покупательскую активность, а также за рекомендации друзьям подключиться к программе. Все полученные бонусные рубли суммируются и могут быть использованы на оплату от 5 до 40% стоимости покупки в магазинах Garmin. Также бонусными рублями можно расплатиться за любые сервисы и услуги Garmin. Баллы накапливаются, а их можно тратить на приобретение товаров со скидкой. При покупке при регистрации программы лояльности компания дарит год гарантии в подарок.
- **Фирменные магазины как часть селективной дистрибуции.** Речь идет о отдельной дистрибуции продукции, когда товары представлены лишь в определенных каналах. Например, премиальные линейки часов, такие, как Marq, представлены только в двух каналах: это фирменные магазины и часовой ритейл. Соответственно, это добавляет

¹ Может быть предусмотрена оплата приобретения самого программного обеспечения.

эксклюзивности. Также эксклюзивно представлены часы для дайвинга. Именно это отличает обычный магазин от фирменного представительства бренда.

- **Удаленный контроль чек-листа с помощью видеонаблюдения.** В магазинах Garmin установлены камеры, а компания предоставляет своим франчайзи услугу удаленного отслеживания и оценки ежедневной работы персонала. И в этом случае владельцу бизнеса или управляющему не приходится просматривать всё видео дня. Он получает готовый чек-лист, а при необходимости может заново изучить нарезку отдельных моментов и понять, насколько качественно был проставлен параметр.
- **Товарный кредит франчайзерам.** Товар, приобретаемый для магазинов, может отгружаться с отсрочкой. Данный момент позволяет снизить финансовую нагрузку на проект для предпринимателя.
- **Низкие цены для франчайзеров.** Это позволяет не только продавать в розницу в фирменном магазине, но и реализовывать продукцию по оптовым ценам в небольшие точки самостоятельно. В итоге представитель сможет построить как розничный, так и оптовый бизнес.
- **Помощь в маркетинге.** Помимо частичной компенсации рекламы, компания Garmin со своей стороны предлагает решения. Также франчайзеры включаются в общий маркетинг совершенно бесплатно. Сюда относится размещение на сайтах вендора и региональные мероприятия с упоминанием адреса магазина.
- **Возможность открыть сервисный центр внутри розничного магазина.** Многие франчайзеры авторизуются в качестве сервисного центра, что дает возможность размещения во всех инструкциях к продукции своего адреса.
- **Оказание юридической поддержки на всех этапах.** Речь идет о различных контрактах и переговорах с ТЦ. Иными словами, Garmin предоставляет бесплатное юридическое сопровождение для франчайзи.
- **Передача интернет-заказов с сайта вендора.**
- **Участие магазина в маркетинге вендора.** Бренд оказывает содействие в рекламе франчайзи.
- **Компания оставляет возможность выкупа магазина вендором в случае, если франчайзи решит выйти из бизнеса.**

Как Garmin выбирает франчайзи

Высокотехнологичная компания Garmin так определяет своего идеального представителя: грамотный предприниматель с опытом, который не первый год работает в сфере продаж электронных устройств. Внимательно изучаются навыки потенциальных партнеров, среди которых личная приверженность бренду будущего собственника магазина играет первостепенную роль.

Франчайзинговая программа Garmin осуществляется с элементами *обратного франчайзинга* и подходит для вложения финансов с целью их дальнейшего роста. При обратной франшизе франчайзер самостоятельно участвует в подборе помещения для аренды, подборе управляющего, предоставляет персонал для команды запуска, обучает сотрудников, проверяет их деятельность.

В России компаний, работающих по обратной франшизе, в десятки раз меньше, чем классических франшиз, поскольку для обладателя бренда обратный франчайзинг из-за активного участия в работе партнеров становится более энергозатратным мероприятием. Для франчайзи же обратная схема намного легче традиционной, это надежный способ инвестировать деньги с минимальным риском.

Отметим также, что в случае сотрудничества с компанией Garmin необходимо иметь *личную заинтересованность* в продвижении торговой точки бренда Garmin, а не просто задумываться о заработке. Именно поэтому в качестве первых франчайзи были выбраны неслучайные люди: опытный спортсмен и бизнесмен, владевший в прошлом своим магазином электроники. Такие лица всегда с удовольствием взаимодействуют с головной компанией и перенимают ее знания. При необходимости также всегда можно прибегнуть к совету экспертов «Навиком» или аренде управляющего торговой точки.

Почему эта франшиза должна приносить прибыль в 2022 году?

При заключении договора с брендом Garmin, вы становитесь его представителем. Поэтому все, что относится к компании, будет относиться и к предпринимателю, включая и развитие. Вот почему следует говорить о планах бренда на 2022 год. Перечислим основные моменты.

1. Уже в 2021 был отмечен высокий рост по рынку спортивных часов, туристических навигаторов и эхолотов, он планируется и в дальнейшем, так как Garmin будет выпускать новые модели.
2. С прошлого года Garmin приступил к выпуску такого направления, как велотренажеры Tascx, и наращивает в нем обороты. Открытие новых заводов говорит о том, что развиваться направление будет и далее.
3. Франшиза Garmin не утратила своей актуальности и во время кризиса, связанного с COVID-19, скорее, наоборот: сместившись в онлайн, компания сделала акцент именно на этом направлении: внедрялись бесконтактные доставки, проводились онлайн-мероприятия и даже онлайн-соревнования. Люди бегали марафон в стенах своих квартир, тренировались с использованием специальных велотренажеров Tascx, имитирующих езду по различным дорожным поверхностям, а потом выкладывали видео в интернет. Также из-за закрытых границ развивался внутренний туризм, что, в свою очередь, повлекло к росту продаж приборов для активного отдыха: эхолотов, туристических навигаторов с картографией и GPS. Приобретались и «умные» часы с картами.
4. Франшиза Garmin – это продажа продукции для спорта и активного отдыха. В будущем году ожидается развитие обоих направлений, поэтому франшиза будет приносить в 2022 прибыль.
5. Франшиза хорошо работает даже в текущих условиях ковидных ограничений доступа в торговые центры и снижения трафика. Несмотря на это, покупатели продолжают активно приобретать продукцию. Магазины работают в качестве точек самовывоза: можно осуществить заказ на сайте, а затем забрать его в пункте выдачи. В следующем году ожидается снижение давления COVID и рост трафика торговых центров. Это тоже будет один из локомотивов, который позволит увеличивать продажи франчайзера.

В целом с точки зрения развития бренда в 2022 году ожидается большой прорыв, так как инновационные устройства активно выпускаются брендом, популярность в сегменте часов Garmin лишь растет, а год от года компания укрепляет свои позиции на этом рынке.

Компания не планирует останавливаться на достигнутом, десятки торговых точек на территории России – это далеко не предел. В планах компании – открытие новых магазинов в количестве не менее десяти ежегодно, а также улучшение и доработка партнерского договора для увеличения количества франчайзи и дальнейшего роста марки на территории России.