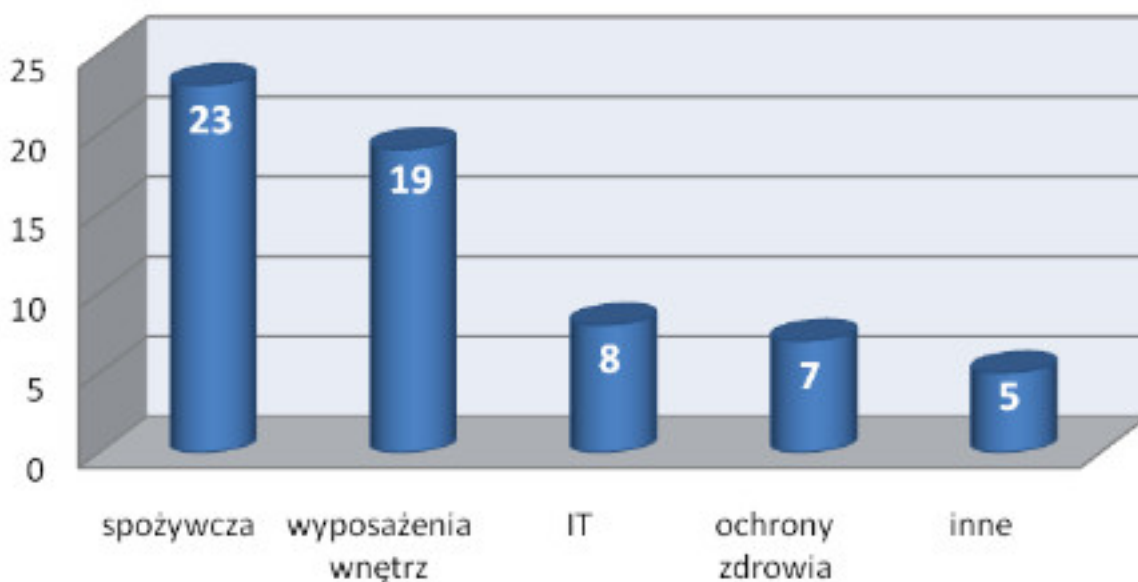


Spośród ponad 640 systemów francyzowych działających w Polsce co dziesiąty to sieć specjalistyczna. Według raportu firmy doradczej PROFIT system na koniec 2009 roku na polskim rynku działało około 640 sieci francyzowych. Blisko 10 proc z nich stanowią sieci specjalistyczne, które łącznie posiadają blisko 3 tysiące placówek.

Sieci specjalistyczne działają we wszystkich branżach – od detalicznych sklepów z żywnością po usługi medyczne. Kryteria specjalizacji nie są w tej grupie jednorodne, mogą nimi być, min. szeroka oferta w wąskiej kategorii, niszowość biznesu, specyficzny klient czy też sprofilowane oczekiwania wobec francyzobiorcy. Zawsze jednak istotną cechą sieci specjalistycznej pozostaje fachowość i wysokie kompetencje obsługi.

Liczba sieci specjalistycznych w branżach



Nie tylko spożywcze

Według ekspertów PROFIT system wśród sieci specjalistycznych najliczniejszą grupę stanowią sklepy z art. spożywczymi, a ich oferta ogranicza się do wybranej kategorii (łącznie około 1400 placówek francyzowych). Są to na ogół placówki otwierane przez np. producentów mięs i wędlin (Sokołów, Makton, Gzella, Delikatesy Mięsne u Rzeźnika, Bieszczadzkie Specjały), piekarnie (Kubiak, Gorąco Polecam Nowakowski, Pod Strzechą), sklepy z produktami tradycyjnymi (Produkty Benedyktyńskie, Bacówka Towary Tradycyjne). Swoje miejsce w tej grupie znalazły również sklepy z alkoholami (Winoteka, Dobrewina.pl), herbatą i kawą (Czas na herbatę, Tea for you oraz Pożegnanie z Afryką). Są to sieci w których istotnym kryterium (poza doświadczeniem w sprzedaży) jest pasja. Bogatą ofertę w tej grupie uzupełniają systemy oferujące zdrową żywność, np. Żółty Cesarz – sieć wegetariańskich sklepów z żywnością BIO oferująca także biokosmetyki i publikacje poświęcone zdrowemu żywieniu. Francyzobiorca Żółtego Cesarza nie musi być wegetarianinem, ale - jak informuje centrala - „istotne jest by kandydat podzielał idee związane ze zdrowym stylem życia”.

Wbrew obiegowym opiniom sieci specjalistyczne nie funkcjonują wyłącznie w branży spożywczej, choć są tutaj najsilniej reprezentowane. Liczną grupę wśród sklepów specjalistycznych stanowią również salony z wyposażeniem

wnętrz (DDD Dobrze Dla Domu, Komfort, Ruck Zuck, Majster, Glazura Królewska, Eurofirany, etc). Ich łączna liczba przekracza obecnie 500 placówek na licencji. W przeciwieństwie do budowlanych marketów sieci te nie poszerzają asortymentu o nowe kategorie, ale pogłębiają ofertę uzupełniając ją o kolejne modele np. drzwi, paneli, podłóg drewnianych, płytek ceramicznych. Dzięki temu swoją ofertę firmy te mogą skierować również do klienta profesjonalnego, jak ekip podłogowych czy architektów, jak robi to na przykład DDD Dobrze Dla Domu.

Do sieci specjalistycznych należą również sklepy ze sprzętem IT. Na tym rynku franczyza również jest licznie reprezentowana – Licencję na prowadzenie specjalistycznego sklepu ze sprzętem IT oferują min. Alsen, Arno Komputer, Komputronik, Open IT, Sferis czy Vobis. Łączna liczba licencyjnych sklepów w tej branży przekracza tysiąc placówek.

Rośnie w zdrowiu

Stosunkowo młodą branżą, lecz coraz częściej obecną wśród sieci specjalistycznych, jest szeroko pojęta ochrona zdrowia. Jednym z pionierów tego rynku jest łódzki Mobilex – właściciel i sieci Galeria Zdrowia - sklepów ze sprzętem ortopedycznym i rehabilitacyjnym. Istotnym elementem tego systemu jest fachowa wiedza. Francyzobiorca i jego pracownicy muszą po pierwsze poznać sprzęt rehabilitacyjny – jego właściwości, sposób prezentacji, zasady doboru oraz kwestie serwisowe. Kolejnym elementem fachowego know-how jest znajomość procesu dofinansowania sprzętu z NFZ oraz innych instytucji. Przystępujący do sieci partner nie musi mieć wykształcenia kierunkowego ani doświadczenia w branży, przechodzi jednak cykl szkoleń, w czasie których poznaje istotne dla działalności akty prawne, zasady współpracy z Narodowym Funduszem Zdrowia oraz innymi podmiotami. Firma przygotowuje partnerów także w zakresie likwidacji barier architektonicznych.

W branży ochrony zdrowia są także systemy, w których za hasłem „specjalistyczny” kryje się również oczekiwanie (choć nie formalny wymóg) określonego wykształcenia i zawodowej praktyki. Notowana na New Connect firma Dent-a-Medical przedstawia się jako specjalistyczne kliniki stomatologiczne oferujące opiekę dentystyczną zarówno dla pacjentów indywidualnych jak i w ramach abonamentów firmowych. Firma specjalizuje się stomatologii i zapewnia pełny zakres usług stomatologicznych, łącznie z ortodontcją, chirurgią, implantologią oraz protetyką. Teoretycznie francyzobiorca Dent-a-Medical nie musi być stomatologiem z własnym gabinetem, jednak takich właśnie partnerów firma ceni sobie najbardziej. Taki francyzobiorca wniesie bowiem do sieci działający punkt z obsługiwanymi pacjentami.

Nieco mniej wymagające pod względem specjalistycznego wykształcenia są francyzowe sieci aptek (Mediq, Arnika, Bliska Apteka), które na ogół nie oczekują, że ich francyzobiorca będzie magistrem farmacji, wystarczy, że zatrudni farmaceutę do kierowania placówką.

PROFIT system