

Powstał pierwszy w Polsce system francyzowy dla sklepów z zegarkami. Oferuje go Swiss, jedna z największych sieci w tej branży, która w całej Polsce ma już ok. 60 placówek.

Firma zarządzająca siecią swój pierwszy sklep uruchomiła w 1999 roku w warszawskim CH Promenada. Ma więc za sobą już bardzo długie doświadczenie w branży.

- Działamy na rynku produktów z wyższej półki, gdzie bardzo duże znaczenie ma sposób ich prezentacji oraz oddziaływanie na emocje klientów. Branża ta okazała się odporna na zawirowania gospodarcze związane z kryzysem. W tym roku nie odnotowujemy co prawda wzrostu, ale sprzedaż w naszych sklepach utrzymuje się na stabilnym poziomie - mówi Maciej Zaremba, manager sieci sklepów Swiss.

Jedną z głównych zalet przystąpienia do systemu francyzowego Swiss jest ukształtowany wizerunek tej sieci, który znajduje coraz większe uznanie wśród zarządców centrów handlowych. Firma coraz częściej dostaje propozycje otwarcia sklepów w najlepszych, najbardziej wyeksponowanych lokalizacjach galerii. Jest w związku z tym w stanie pomóc potencjalnemu francyzobiorcy w pozyskaniu bardzo atrakcyjnych lokalizacji.

Swiss wspomaga francyzobiorcę również w zakresie efektywnego zaplanowaniu powierzchni sklepu oraz ekspozycji zegarków. Zapewni szkolenia, działania marketingowe, a także wyłączność terytorialną na określonym obszarze. Dzięki prowadzeniu wieloletniej działalności firma posiada wypracowane źródła dostaw zegarków po atrakcyjnych cenach. Obiecuje w związku z tym częste promocje, elastyczne terminy płatności, a także stały monitoring rynku i konkurencji. W sklepach Swiss można kupić zegarki wszystkich najważniejszych marek, w tym m.in. Swatch, Tissot, Calvin Klein, Emporio Armani, Diesel, Tommy Hilfiger, Hugo Boss, D&G, Moschino czy Timex.

Oczekiwania w stosunku do potencjalnego francyzobiorcy związane są przede wszystkim z posiadaniem odpowiednich zasobów finansowych. Inwestycja w nowy sklep z zegarkami Swiss to koszt około 300-400 tys. zł: ok. 100-150 tys. zł na adaptację i wyposażenie lokalu oraz ok. 200-250 tys. zł na pierwsze zatowarowanie. Swiss pobiera także opłatę wstępną w wysokości 10 tys. zł oraz bieżącą (1 proc. od obrotu netto) i marketingową (1 proc. od obrotu netto).

Okres zwrotu z inwestycji szacowany jest na 24-36 miesięcy. Dla każdego konkretnego sklepu zostanie wyliczony indywidualnie, bowiem francyzodawca w ramach oferowanego systemu zapewnia model finansowy - na podstawie wyników sklepów własnych przedstawi wyliczenia dotyczące nakładów inwestycyjnych, przychodów oraz zysków planowanej placówki.

- Chcielibyśmy w najbliższych miesiącach rozpocząć budowę sieci francyzowej. Tempo jej rozwoju będzie oczywiście uzależnione od zainteresowania ze strony potencjalnych inwestorów. Równolegle zamierzamy też otwierać sklepy własne. W tym roku nasza sieć powiększyła się o 14 sklepów, na przyszły rok także zaplanowaliśmy kilkanaście otwarć - podsumowuje Maciej Zaremba.

Swiss