

המדריך להקמת רשת זכיינות

מבוא

יש לך עסק מצליח ואתה חושב להתרחב? יש 2 דרכים: אתה יכול לעשות זאת בהרחבת הרשת בבעלותך או באמצעות זכיינות.

הקמת סניפים בבעלותך תהיה כרוכה בגיוס והשקעת הון נוסף, העסקת עובדים, מנהלים וכו', לצד הסיכונים הכרוכים בניהול רשת בבעלותך.

לחלופין, תוכל להרחיב את העסק באמצעות מכירת זכיינות ולהשתמש בהון והמוטיבציה של הזכיינים, בשביל להרחיב את המותג שלך מהר יותר.

במודל הזכיינות, הוצאות ההקמה והתפעול של הסניפים חלות על הזכיין ואתה כבעל הרשת נהנה מתשלום תמלוגים מתוך הכנסות הזכיינים. כמו כן, עם כל כניסה של זכיין חדש לתוך המערכת, תהנה מתשלום חד פעמי שנקרא "דמי זיכיון". סכום חד פעמי זה יכול להיות משמעותי להגדלת תזרים המזומנים שלך. בנוסף, מקובל ברשתות זכיינות שכל סניפי הרשת משלמים דמי פרסום שיגרום לכך שלרשת יהיה תקציב פרסומי כללי לטובת פרסום, מיתוג ושיווק הרשת כולה.

היתרון העיקרי בהתרחבות בשיטת הזכיינות הוא: התרחבות מהירה יותר באמצעות הון של משקיעים אחרים (הזכיינים). יחד עם זאת, אם בחרת להתרחב בשיטת הזכיינות, יש מס' שלבים שעליך לקחת בחשבון כמופרט במדריך זה.

כיצד תדע אם העסק שלך מתאים לפיתוח בשיטת הזכיינות ומה חשוב לדעת רגע לפני שמחליטים למכור זיכיון.

לא כל סניף של רשת קמעונאית שאתה רואה ברחוב הוא חלק מרשת זכיינות. למעשה, רבים מהם בבעלות וניהול עצמי. שיטה זו קוסמת לעסקים רבים, מכיוון שהיא מאפשרת שליטה מלאה על העסק, יצירת עקביות בפעילות הרשת ובמידה והסניף רווחי, אז החלק הארי של הרווח נשאר בחברה. עם זאת, שיטה קמעונאית זו, של פיתוח בבעלות פרטית, דורשת יכולת לקיחת סיכונים, השקעת משאבים ותקציבים רבים, העלולים לעיתים להאט את תהליך הצמיחה של מותג קמעונאי או של קונספט שיווקי מוצלח ככל שיהיה.

מהי בעצם המשמעות של הפיכת העסק שלך לחברה מזכה?

- בתור מזכה, אתה מאפשר למישהו אחר להשתמש בשמך ובמוניטין שצברת.
- אתה מאפשר למישהו אחר להשתמש בשיטות התפעול והשיווק שלך.
- אתה מקבל מהזכיינים שתגייס תשלום חד-פעמי, תשלום קבוע או שניהם יחד.
- אינך נדרש לממן בעצמך את ההקמה של סניפי הרשת.
- אינך נדרש לגייס ולשמור על המוטיבציה של צוות גדול הכולל עובדים ומנהלים.

כל זה אולי נשמע מבטיח, אבל - לפני שתשקול להפוך את העסק שלך לעסק מזכה, עליך לבחון האם הקונספט העסקי שלך מתאים לשיטת הזכיינות? על מנת לענות על סוגיה זו, שאל את עצמך את השאלות הבאות:

- הוכחת הקונספט / עסק – האם הוכחנו שהעסק שלנו מצליח?
 חשוב שנוכל להראות לזכיינים נתונים של לפחות שנה – שנתיים של רווחיות טובה. זכרו – הזכיינים בעצם משקיעים ברעיון ובמוצר שלכם בתקווה שמהרעיון שלכם הם יקימו עסק מצליח. לכן, מבלי להראות להם שיש לנו עסק מצליח, יהיה קשה מאוד לגייס זכיינים.
- ביקוש – האם תמיד יהיה צורך במוצר / שרות שאתה מוכר? האם המחיר הקמעונאי של המוצר מתאים לציבור הרחב? ושאלה לא פחות חשובה - האם יש מספיק מיקומים פוטנציאליים להתרחבות הרשת? בוא ניקח לדוגמא את האנציקלופדיה. בעבר הלא כל כך רחוק, אפשר היה למצוא בכל בית אנציקלופדיה. אבל למי יש אנציקלופדיה היום? היום אנחנו מוצאים את התשובות לכל השאלות בגוגל. אז האם יש צורך בעסק שמוכר אנציקלופדיות? כבר לא! לכן תמיד צריך לדאוג שיש ביקוש למוצר שאנחנו מוכרים.
- הגנה משפטית וכו' – האם ניתן להעתיק את העסק שלנו? האם יש לנו תחרות? האם אתה יכול לרשום את העסק כסימן מסחרי? האם דאגת להגנה כל הקניין הרוחני שלך?
 עונתיות וחסינות ממיתון – האם העסק שלך יכול עבוד כל השנה והאם הוא יכול לשרוד מיתון?
 הרבה עסקים עובדים מצוין אך רק לתקופה קצרה בשנה. לדוגמא תחום משקפי השמש. העסק עובד טוב במהלך חודשי הקיץ, אך בחורף, כאשר הביקוש למשקפי שמש יורד, מה יעשו הזכיינים בתקופה זו? יש לקחת את זה בחשבון.
- בנוסף, צריך לזכור שיש תקופות מיתון. אם העסק שלך כזה שעובד טוב רוב הזמן אך במיתון לא כל כך, כיצד זה ישפיע על הזכיינים שלך?
 רגולציה – האם העסק שלך דורש רישיון מיוחד כדי לפעול? האם הזכייין שלך ידרש להכשרה מסויימת? כמו כן, האם ניתן להעביר את הידע לגורמים נוספים או שהתלות של העסק ביכולות ובידע שלך או המורכבות בתפעול העסק, ימנעו את זה.
 לעסקים רבים נדרשים רישיונות מיוחדים בשביל לפעול. בוא ניקח שוב את הדוגמא של המשקפיים. האם אתה צריך אופטימטריסט בעסק? האם בכל סניף נוסף שתפתח בזכיינות יידרש להיות איש מקצוע מוסמך? האם זה יהווה בעיה עבור הזכייין? האם אחרי לקיחת הדברים האלה בחשבון ישאר רווח לזכייין?
- זמן ומחוייבות – האם תוכל לעזוב את העסק שלך כדי להשקיע זמן בזכייין שלך?
 אם אינך יכול לעזוב את העסק שלך ל-3 שבועות בידעה שהכל בסדר והעסק מתפקד טוב גם בלעדיך, כיצד תוכל לפנות זמן להשקיע בזכיינים שלך?
- תקציב – עסק בזכיינות הוא עסק חדש! תצטרך להוציא כסף. זה לא פתרון לגייס כספים לעסק שלך!
 אל תראה בזכיינות דרך לגיוס כספים. אתה תצטרך להשקיע כסף בדיוק כמו שהשקעת כאשר פתחת את הסניף הראשון שלך. אתה לא תרוויח כסף מהזכייין הראשון וגם לא מהזכייין השני. האם בנית

אסטרטגיה ותוכנית עסקית מסודרת ל-10 שנים הבאות? כי יש לקחת בחשבון שישנה השקעה כספית לא קטנה בשביל לפתח את העסק בזכיינות.

- מנהיגות – האם אתה יודע להנהיג אנשים?
זכיינות פירושה להנהיג זכיינים. אתה צריך להיות איש של אנשים. לאהוב לעבוד עם אנשים, לדעת כיצד לדבר איתם והכי חשוב – לדעת כיצד לעזור להם כאשר הם בתקופות פחות טובות.

ספינת הדגל וסניף פיילוט

על מנת לבצע את המעבר לחברה מזכה, עליך להפוך את סניף הפיילוט שלך למודל שניתן לשכפל את הצלחתו ואת השיטות העסקיות שלו. הפיילוט המוצלח שלך, ישמש אותך כדי להמחיש לזכיינים פוטנציאליים את הצלחת הקונספט, לבחון מוצרים ורעיונות חדשים וליצור כלים תפעוליים עבור הזכיינים שלך כגון: מדריך נהלים וספרי תפעול והכשרה לזכיינים ועובדיהם.

סניף הפיילוט הוא הבסיס ממנו תיצור את הרשת המזכה שלך. לכן עליך לוודא כי הקונספט העסקי, השיווקי וכל ההיבטים הפיננסיים והלוגיסטיים שלו מתוכננים בקפידה וניתנים לשכפול. עליך לוודא כי ניתן לשכפל את חמשת האלמנטים הבאים של "ספינת הדגל" לשאר הסניפים שיופעלו על ידי הזכיינים:

1. חווית הלקוח ובידול
2. מגוון המוצרים, תמחור קמעוני, אספקה והפצה
3. מיתוג, שיווק ופרסום
4. גיוס והכשרת עובדים
5. בקרה כלכלית ותפעולית

בניית מודל עסקי

שלב מקדים לתהליך מכירת הזיכיונות הוא יצירת מודל עסקי של הרשת. להלן מספר קריטריונים שיש להגדיר במסגרת המודל העסקי:

- דמי זיכיון ראשוניים - יש לקבוע את סכום דמי הזיכיון אשר תגבה מהזכיינים המעוניינים להצטרף לרשת ואילו שרותים / זכויות יכלול תשלום דמי הזיכיון? (סיוע במציאת לוקיישן, סיוע בתכנון ועיצוב הלוקיישן, הדרכה תפעולית וכו').
- גביית תמלוגים חודשיים / שוטפים - יש לקבוע אילו תמלוגים חודשיים בכוונתך לגבות מהזכיין ואילו שירותים ותמיכה יסופקו לזכיין בתמורה לתמלוגים החודשיים.
- פרסום ושיווק - יש לקבוע את הסכום שיגבה מהזכיין בגין הוצאות פרסום ושיווק ברמה הארצית. וכן, לקבוע תכנית שיווקית מסודרת.
- אלמנטים משפטיים - הסכם זיכיון, רישום סימני מסחר וכד'..
- ביטוח - יש לוודא קיום כל הביטוחים הרלוונטיים לעסק, כולל לסניפי הזכיינים.

הבן את הזכייין שלך

הזכייין שלך - הלקוח שלך - חשוב להבין, שהזכייין שלך הוא למעשה הלקוח שלך. לכן, קודם יצירת המודל העסקי, חשוב להכיר את הפרופיל של הזכייין הטיפוסי, מה מחפשים הזכיינים הפוטנציאליים ואיזה סוג של זכייין אתה מחפש.

האחריות והמחויבות כלפי הזכייין שלך אינה נגמרת לאחר שחתמתם על הסכם זיכיון מפורט שמגן, בין השאר, על הקניין הרוחני שלך. כל עוד שהזכייין נאמן לחוקים, לנהלים ולקריטריונים שקבעת, מגיעה לו התייחסות כלקוח נאמן שלך.

גיוס הזכייין הראשון שלך

הזכייין הפוטנציאלי יכול להגיע אל הרשת המזכה שלך במספר דרכים - מהכרזות אישיות, מודעת פרסום, חשיפה לאפשרות הזיכיון עקב היותו לקוח של סניף הפיילוט, השתתפות בתערוכת זכיינות, וגלישה באתרי זכיינות ברשת.

תוכל לבחור בפלטפורמת הגיוס הנכונה לך, בהתאם לתקציב הגיוס שלך ולרמת המוכנות שלך להרחיב את הרשת.

אנו ב-IFI מאפשרים לך לפרסם את הזיכיון שלך ב"לוח זיכיונות למכירה", ובמקום לשלם עמלת תיווך (במקרה של מכירת הזיכיון) כפי שדורשים בדרך כלל, אתה תשלם רק דמי פרסום כפי שמקובל בכל העולם. אלטרנטיבת מכירה זו יכולה להחליף את הצורך בשירותי מתווכים וחיסכון בעלויות גבוהות ומשאירה לך משאבים נוספים לטובת הזכיינים שלך.

אנו נקים וננהל עבורך קמפיין פרסומי אשר יסייע לך במציאת זכיינים רלוונטיים לעסק שלך ולטובת כך אנו נשתמש בכל האמצעים העומדים לרשותנו בקידום המותג שלך בכל הפלטפורמות הזמינות האחרות כולל: פייסבוק, Google, ניוזלטרים, קהילות זכיינות וכו'.

סיכום

בניית הרשת מתחילה למעשה לאחר שהזכייין הראשון שמכרת הפך לסניף מצליח. וההצלחה העסקית שלך תתבסס על ההצלחה של הזכיינים, שתוביל להצטרפותם של זכיינים חדשים למשפחה.

אז מה הצעדים הבאים?

הצטרפו למכללה הישראלית לזכיינות.

מעט לעת אנחנו מקיימים קורסים וובינרים חינמיים שהם ללא ספק הצעד הבא שלכם.

הכנסו לאתר שלנו ותתעדכנו על הזדמנויות אלה <https://bit.ly/40s0kLN>

אז מי אנחנו במכון הישראלי לזכיינות?

המכון הישראלי לזכיינות (IFI) הוקם בשנת 2011 על ידי סטיבן וולפסון, לאחר כ-35 שנות ניסיון בתחום הזכיינות בעולם ובישראל IFI. היא חברת ייעוץ ופיתוח עסקי הממוקדת בעסקאות זכיינות ורישיונות (Franchising and Licensing) במהלך השנים סייעה IFI לחברות בישראל ובחו"ל להתפתח בתחום הזכיינות, על בסיס שיטות עבודה, סטנדרטים וקוד אתי בינלאומיים.

חזון

החזון שלנו הוא להפוך למקור המידע הרלוונטי ביותר בישראל בכל הקשור לעולם הזכיינות, תוך קידום זכיינות מאוזנת, בריאה והוגנת בין כל הצדדים.

אחד היתרונות בזכיינות הוא היכולת לשתף רעיונות בין אחד לשני וללמוד יחד כיצד להתייעל. משימתנו היא להביא לכך שכל מזכה וזכיין ימצא את הדרך להתייעל בעסק או בארגון שלו.

תחומי פעילות ושירותים

* תוכן וידע (מאמרים, סרטוני הדרכה, מדריכים, קוד אתי וכו') שניתן למצוא באתר הבית שלנו www.ifi.co.il

* לוח זיכיונות למכירה בו אתם יכולים לפרסם את העסק שלכם. ניתן למצוא בלינק <https://bit.ly/3Jz0h9M>

* ייעוץ לחברות מזכות

* ייעוץ לזכיינים

* קורסים אינטרנטיים וובינרים

נשמח להעמיד לשירותכם את 35 שנות הניסיון שלנו!

פשוט תרים אלינו טלפון ואנו בטוחים כי נמצא בדרך כזאת או אחרת לעזור לך.

אנו מקווים שמצאת מדריך זה מעניין ושימושי עבורך!