

Εφαρμογή του συστήματος franchise στις ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου

Ιωάννης Παπαδόπουλος¹, Αγατσιώτη Ελένη², Βιλαώρα Αγάπη²

Το franchise στην ελληνική αγορά γενικά

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα το franchise, ως μια μέθοδος διανομής προϊόντων ή υπηρεσιών στην οποία ο δικαιοπάροχος (*franchisor*) χορηγεί στον δικαιοδόχο (*franchisee*) το δικαίωμα να πωλεί προϊόντα και υπηρεσίες που ο πρώτος έχει αναπτύξει με συγκεκριμένο προκαθορισμένο σύστημα, ακολουθεί μια όλο και πιο εντυπωσιακή ανοδική πορεία. Η χώρα μας λόγω της προνομιακής γεωγραφικής θέσης της θεωρείται σταυροδρόμι ανάμεσα στην Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και τη Βόρεια Αφρική και αποτελεί μια ελκυστική αγορά στις διεθνείς επιχειρήσεις franchise, που θέλουν να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους στην Ανατολική Μεσόγειο. Πολλές διεθνείς εταιρίες έχουν πρόσφατα παρουσιάσει εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης στην ελληνική αγορά. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε το γεγονός ότι περισσότερες από 200 διεθνείς αλυσίδες franchise έχουν αναπτύξει τις επιχειρήσεις τους στην χώρα μας με αξιοσημείωτη επιτυχία.

Το franchise είναι μέθοδος όπου ο *franchisee* εφαρμόζει συγκεκριμένες διαδικασίες δομές συστήματα και concept που έχει αναπτύξει ο *franchisor* και καλύπτει το σύνολο της επιχειρηματικής δράσης. Η μέθοδος διέπεται από ένα συμβόλαιο συνεργασίας δικαιοπαρόχου-δικαιοδόχου το οποίο δεσμεύει τα δυο μέρη σε μια στενή μακροχρόνια οικονομική και εμπορική συνεργασία με στόχο το αμοιβαίο όφελος (*συνέντευξη του κ. Παναγιώτη Ρουσοπουλου, Διευθύνοντα σύμβουλο της THE FRANCHISE CO., στα ΝΕΑ <http://www.thefranchiseco.gr/franchiseco/el/downloadcenter.aspx?pid=1&gid=0>*).

Το *franchising* δημιουργεί ισχυρά εμπορικά σήματα ενισχύει την απασχόληση, την ανάπτυξη σε προσωπικό, εθνικό, επιχειρηματικό επίπεδο, μεταφέρει τεχνογνωσία, επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας, κερδοφορία και υπεραξίες, διευρύνει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και ωθεί το σύνολο της αγοράς σε υψηλότερα πρότυπα.

Ο κλάδος του franchise στην Ελλάδα παρουσιάζει ένα από τα υψηλότερα ετήσια ποσοστά ανάπτυξης στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η χώρα μας κατέχει δεύτερη υψηλότερη θέση στην Ευρώπη σε εμπορικά καταστήματα σε αναλογία πληθυσμένους franchise στην Ελλάδα είναι σήμερα ένας σημαντικός και γρήγορα αναπτυσσόμενος τομέας του εμπορίου και αριθμεί περισσότερα από 16.500 καταστήματα. Μέχρι σήμερα υπάρχουν συνολικά στην χώρα περισσότερες από 550 ελληνικές και ξένες αλυσίδες franchise. Ένα επιπλέον σημαντικό στοιχείο για το λιανικό εμπόριο είναι ο διπλασιασμός του πληθυσμού της χώρας κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών λόγω τουρισμού (www.kemexpro.gr)

Ορισμένα γενικά χαρακτηριστικά του franchise στην Ελλάδα παρουσιάζονται παρακάτω. (www.kemexpro.gr)

- Η πιο σίγουρη μέθοδος ανάπτυξης της επιχείρησης, με το μικρότερο δυνατό ρίσκο είναι το franchise
- Ο κλάδος του franchise στην Ελλάδα αποτελείται από 596 αλυσίδες franchise εκ των οποίων οι 180 είναι διεθνή brands
- Στην αγορά δραστηριοποιούνται 16.996 καταστήματα franchise
- Ο κλάδος του franchise στην Ελλάδα έχει την υψηλότερη ετήσια ανάπτυξη στην Ε.Ε.
- Η Ελλάδα έχει το υψηλότερο ποσοστό αυτοαπασχολούμενων στην Ε. Ε(36.3%)

¹ Είναι Αναπληρωτής Καθηγητής, υπεύθυνος του Εργαστηρίου Εφαρμοσμένου Μάρκετινγκ Διοίκησης και Οικονομίας του Τμήματος Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου του ΤΕΙ Λάρισας, ειδικευμένος στην Οικονομική και το Μάρκετινγκ των Επιχειρήσεων Ξύλου

² Σχεδιάστριες Επίπλου & Τεχνολόγοι Ξύλου, απόφοιτες του Τμήματος Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου του ΤΕΙ Λάρισας

- Από τις νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις το 60% κλείνουν σε μια 5ετία , ενώ στις αλυσίδες franchise το ποσοστό αυτό φτάνει μόλις το 3%
- Μονό το 2006 άνοιξαν 1509 νέες επιχειρήσεις και αντίστοιχα 2118 νέες επιχειρήσεις το 2007 σημειώνοντας αύξηση 40,35% ενώ δημιουργήθηκαν 10000 νέες θέσεις εργασίας. Συνολικά στην ελληνική αγορά franchise απασχολούνται περισσότερα από 100.000 άτομα

Πλεονεκτήματα του συστήματος Franchise

- Δεν χρειάζεται να αναπτυχτεί από την αρχή η επιχείρηση, κάποιος άλλος το έχει κάνει ήδη για την επιχείρηση και το σημαντικότερο είναι ότι το έχει επιτυχημένα δοκιμάσει.
- Το κατάστημα που λειτουργεί με franchise βασίζεται σε μια επιτυχημένη ιδέα. Μπορεί να ελέγχει ο βαθμός επιτυχίας ρωτώντας άλλους franchisees που δεσμευτεί μια επιχείρηση στην αλυσίδα.
- Ο επιχειρηματίας παραμένει ανεξάρτητος αλλά όχι μόνος
- Χρησιμοποιείται ένα καθιερωμένο όνομα αναγνωρισμένο στην αγορά που προσφέρει στην επιχείρηση μερίδιο αγοράς από την αρχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
- Υπάρχει υποστήριξη σε θέματα marketing
- Βελτιώνεται η ικανότητα αντιμετώπισης του ανταγωνισμού
- Αντιμετωπίζει η επιχείρηση μικρές πιθανότητες αποτυχίας σε σχέση με μια ανεξάρτητη επιχείρηση
- Η επιχείρηση επωφελείται από την δημιουργία οικονομιών κλίμακας λόγω μαζικών αγορών
- Απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο(τεχνογνωσία όσον αφορά την κατασκευή, την προμήθεια εξοπλισμού κλπ.)

Μειονεκτήματα του συστήματος Franchise

- Περιορίζεται σημαντικά η ανεξαρτησία της επιχείρησης, δεν αποφασίζει πλέον η επιχείρηση για το τι και πως θα πουλά
- Το κόστος μπορεί να είναι πολύ υψηλότερο από ότι υπολόγιζε η επιχείρηση. Εκτός από το entry fee πρέπει να αποδίδεται στον franchisor ποσοστό των εσόδων για όσο διάστημα ανήκει στο δίκτυο.
- Εξαρτάται η επιχείρηση σε σημαντικό βαθμό από τον franchisor και την ικανότητα του να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται στις εξελίξεις της αγοράς.
- Υπάρχουν περιορισμοί στη πώληση ή στη μεταβίβαση της επιχείρησης
- Μια επιχείρηση έχει την υποχρέωση να ανανεώνει το κατάστημα της σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor της.

Το franchise στην ελληνική αγορά επίπλων

Υπάρχει όμως σχετική έρευνα στο χώρο των ελληνικών επιχειρήσεων του κλάδου επίπλου που εφαρμόζουν το σύστημα franchise;

Μια σχετική έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Εφαρμοσμένου Μάρκετινγκ Διοίκησης & Οικονομίας του Τμήματος Σχεδιασμού & Τεχνολογίας Ξύλου & Επίπλου του ΤΕΙ Λάρισας μέρος των αποτελεσμάτων της οποίας παρουσιάζονται παρακάτω. Στόχος της έρευνας αυτής ήταν να διαπιστωθούν τα χαρακτηριστικά και οι στρατηγικές του marketing που εφαρμόζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου, που δραστηριοποιούνται στο χώρο του franchise, ώστε να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τον τρόπο λειτουργίας και των δράσεων τους.

Ως μεθοδολογία χρησιμοποιήθηκε αυτή της συμπλήρωσης ειδικών ερωτηματολογίων, που συντάχθηκαν αποκλειστικά για την παρούσα έρευνα, και απευθύνονταν σε επιχειρήσεις παραγωγής επίπλων στις περιοχές της Αττικής, της Θεσσαλονίκης και της Θεσσαλίας. Συμπληρώθηκαν συνολικά 65 ερωτηματολόγια καθένα από τα οποία αποτελούνταν από 5 ξεχωριστές ομάδες ερωτήσεων που στο σύνολό τους ανερχόταν σε 56. Τα ερωτηματολόγια συγκεντρώθηκαν με προσωπική συνέντευξη στους εκθεσιακούς χώρους των επιχειρήσεων επίπλων από ειδικά επιλεγμένο επιστημονικό προσωπικό του Εργαστηρίου.

Η συγκέντρωση των στοιχείων ξεκίνησε το Μάιο του 2007 και ολοκληρώθηκε τον Ιανουάριο του έτους 2009, ενώ στη συνέχεια όλα τα δεδομένα αναλύθηκαν στατιστικά από το οικονομικό στατιστικό πρόγραμμα SPSSWIN ver 14.0 με τους σχετικούς ελέγχους συχνοτήτων, περιγραφικής στατιστικής, διασταυρώσεων.

Στη συνέχεια παρατίθενται πολύ σύντομα και επιγραμματικά τα κυριότερα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, λόγω έκτασης του άρθρου αυτού.

Το χρονικό διάστημα που δραστηριοποιείται η κάθε εταιρία με το σύστημα franchise κυμαίνεται μεταξύ 1-10 χρόνια, ενώ ο αριθμός franchisee που έχει κάθε εταιρία από αυτές στη πλειοψηφία αποτελείται από 1-10 καταστήματα.

Τα έσοδα της εταιρίας από το σύστημα franchise σε σχέση με τα συνολικά έσοδα της εταιρίας είναι σχετικά μικρά, αφού ανέρχονται στο 20% περίπου του συνολικού της τζίρου.

Σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ εταιρίας franchisor και franchisee είναι πολύ σημαντικό οι δεύτερες να έχουν μπει στη πνεύμα της εταιρίας και η σχέση της σε αυτό τον τομέα να οδεύει προς το άριστο. Λιγότερο καλή θεωρούν την αποτελεσματικότητα της συνεργασίας τους με βάση συγκεκριμένους δείκτες. Επίσης δεν φαίνεται να είναι ευχαριστημένοι με τις επενδύσεις όσον αφορά το χρόνο, το χρήμα και την προσπάθεια. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις έχουν βαθμολογήσει πολύ χαμηλά τις ερωτήσεις που αφορούν την εξάρτησή τους από τους franchise δείχνοντας ότι δρουν ανεξάρτητοι και δεν είναι σχεδόν καθόλου ευχαριστημένοι από τις γνώσεις τους γύρω από τις ανάγκες της αγοράς.

Οι franchise επιχειρήσεις θεωρούν τη σημασία του μάρκετινγκ ιδιαίτερα σημαντική στην προβολή των προϊόντων της επιχειρήσεως. Ακόμα υποστηρίζουν ότι είναι μια λειτουργία υποστήριξης των πωλήσεων σε ιδιαίτερα ικανοποιητικό βαθμό, εξίσου όμως σημαντικό θεωρούν το γεγονός ότι ασχολείται με τις ανάγκες των αγοραστών τους. Σε χαμηλότερο επίπεδο τοποθετούν τη σημασία του μάρκετινγκ σε σχέση με την γενικότερη φιλοσοφία και κουλτούρα της επιχείρησης. Το αντίθετο όμως παρατηρείται στην ερώτηση στο αν ασχολείται με την διαμόρφωση συγκεκριμένης εικόνας για τα προϊόντα. Πάντως από ότι φαίνεται σε πολύ λίγες franchise εταιρίες η σημασία του μάρκετινγκ είναι ανύπαρκτη.

Κατά την έρευνα στην ερώτηση που έγινε στις επιχειρήσεις για το πώς διαχειρίζονται το κύκλο ζωής των προϊόντων τους, οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν ως επί το πλείστον άτυπα και αυθόρμητα παρακολουθώντας την αγορά.

Η ανταγωνιστικότητα των προϊόντων που παράγουν βασίζεται κυρίως, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, στην καινοτομία του προϊόντος, στο *brand name* και στην υψηλή ποιότητα. Οι εξαγωγές των επιχειρήσεων franchise την τελευταία τριετία αυξήθηκαν σε όλες τις επιχειρήσεις ανεξαιρέτως.

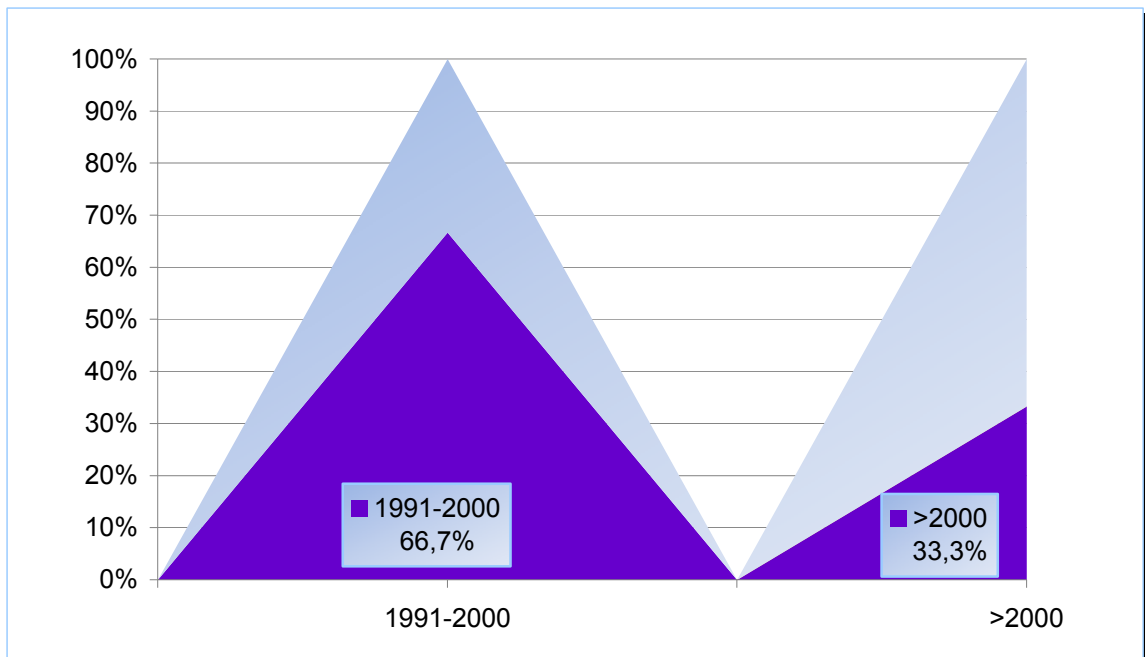
Η έρευνα απέδειξε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων franchise εφαρμόζει την στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης της μέσα από ειδική έρευνα που κάνει για τον σχεδιασμό της και ότι θεωρούν το τμήμα μάρκετινγκ ένα από τα πιο σημαντικά τμήματα της επιχείρησης.

Επίσης συμπεραίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων franchise εφαρμόζουν την έρευνα αγοράς σε ξεχωριστό τμήμα της ίδιας τους της εταιρίας, ενώ τα στελέχη τους εκπαιδεύονται σε θέματα μάρκετινγκ και προωθήσεως πωλήσεων.

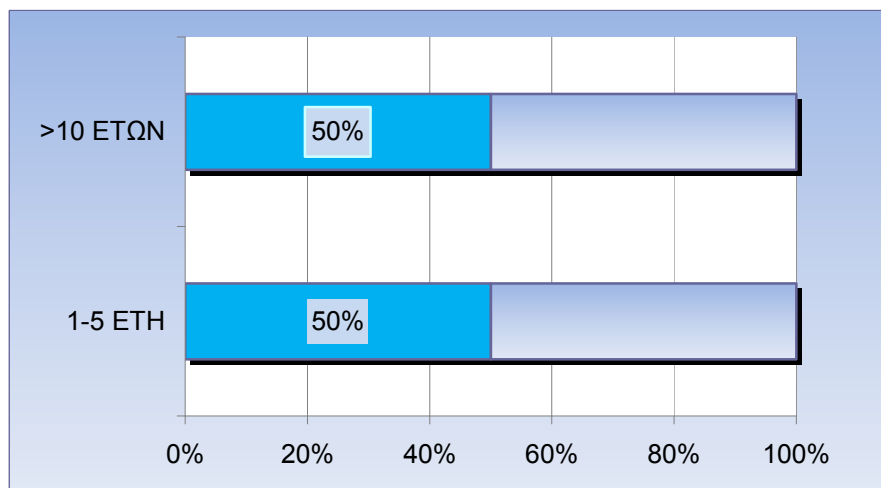
Η κατανομή των αγορών στις επιχειρήσεις franchise συμπεραίνεται ότι στο μεγαλύτερο ποσοστό γίνεται με βάση τα χαρακτηριστικά των επιμέρους ομάδων στόχου *target groups*, στα οποία απευθύνεται. Ακόμη φαίνεται ότι το δίκτυο διανομής των franchise επιχειρήσεων αναπτύσσεται από την ίδια την επιχείρηση ως επί το πλείστον. Επίσης αυτού του είδους οι επιχειρήσεις λειτουργούν με σαφείς συμμαχίες και συμβόλαια.

Όσον αφορά τη διαφημιστική δραστηριότητα των franchise επιχειρήσεων το μεγαλύτερο ποσοστό προτιμά να γίνεται σε διεθνώς αναγνωρισμένα διαφημιστικά γραφεία και να προβάλλει τα προϊόντα του με όλους τους δυνατούς τρόπους. Επίσης χρησιμοποιεί και το *internet* για την προβολή των προϊόντων.

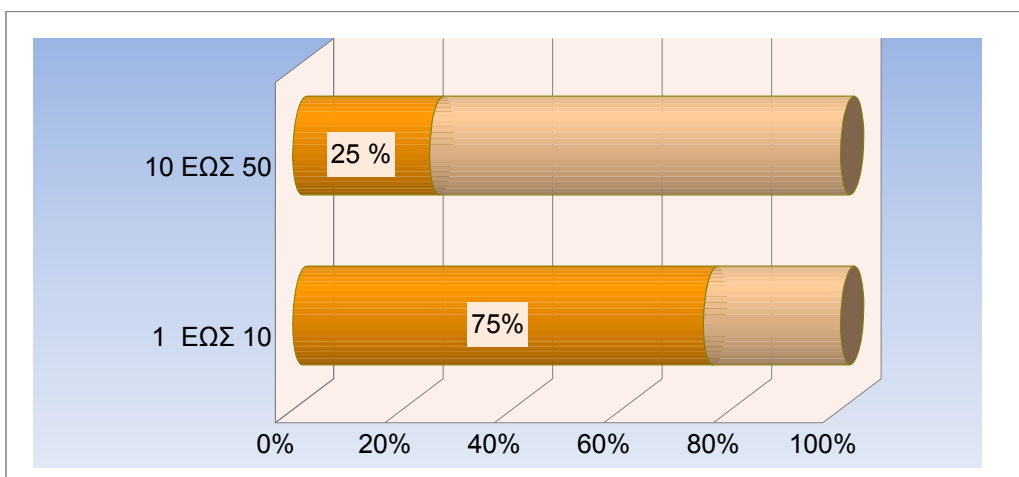
Το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ της επιχείρησης και πελατών / προμηθευτών χονδρικής υπάρχει και λειτουργεί στις περισσότερες επιχειρήσεις *franchise* όπως επίσης και το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών λιανικής. Ακόμα και το σύστημα παρακολούθησης των σχέσεων με τους πελάτες είναι μια εφαρμογή που χρησιμοποιούν οι *franchise* επιχειρήσεις κατά το μεγαλύτερο ποσοστό τους στην εγχώρια αγορά.



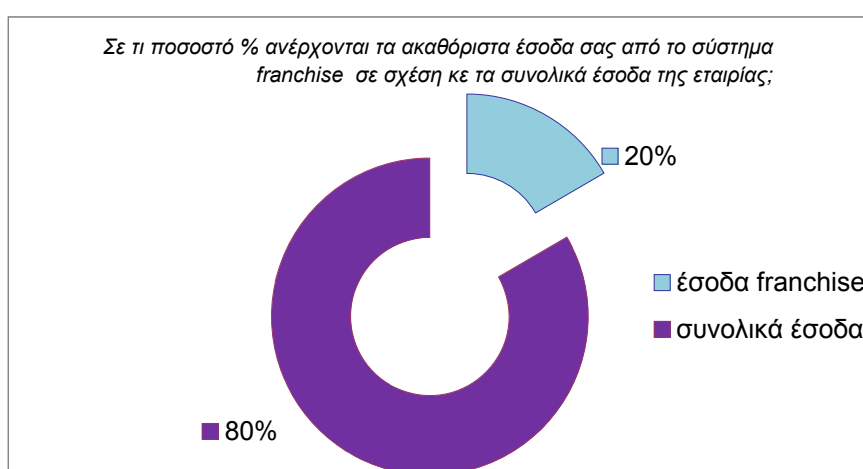
Σχήμα 1. Έτος ίδρυσης *franchise* επιχείρησης.



Σχήμα 2. Χρονικό διάστημα δραστηριοποίησης *franchise*.



Σχήμα 3. Αριθμός franchisee.



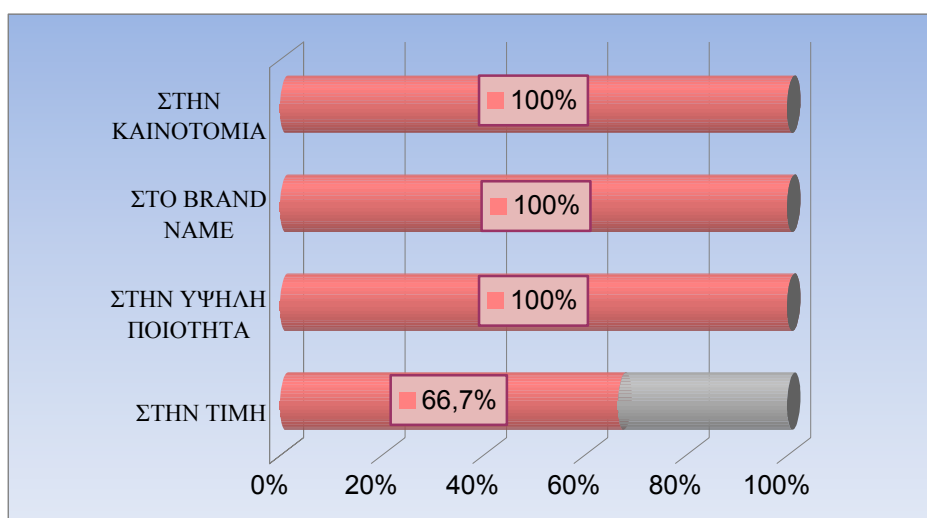
Σχήμα 4. Ποσοστό εσόδων από το σύστημα Franchise της επιχείρησης.

Πίνακας 1. Σχέσεις εταιρίας ως franchisor και των franchisee .

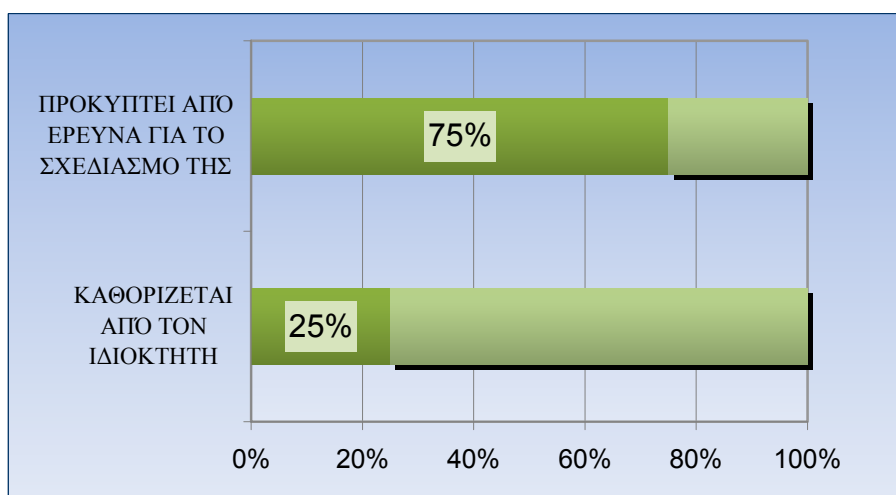
Σχέσεις	Μ.Ο βαθμολογίας (με άριστα το 5)
1.Οι franchisees έχουν μπει στο πνεύμα της εταιρίας μας	4,00
2.Η αποτελεσματικότητα της συνεργασίας μας αξιολογείται με βάση συγκεκριμένους δείκτες	3,80
3.Οι franchisees διαθέτουν πληροφορίες σχετικά με την μητρική εταιρία που εμείς θεωρούμε εμπιστευτικές και απόρρητες	3,67
4.Εχουμε κάνει μεγάλες επενδύσεις σε χρόνο , χρήμα και προσπάθεια	3,00
5.Οι franchisees έχουν αποκτήσει γνώση και ειδικευση γύρω από την αγορά και τις ιδιαίτερες ανάγκες	2,60
6.Αισθανομαζστε εξαρτημένοι από τους franchisees	2,40

Πίνακας 2. Σημασία του μάρκετινγκ στην λειτουργία της ευρύτερης αλυσίδας του franchise.

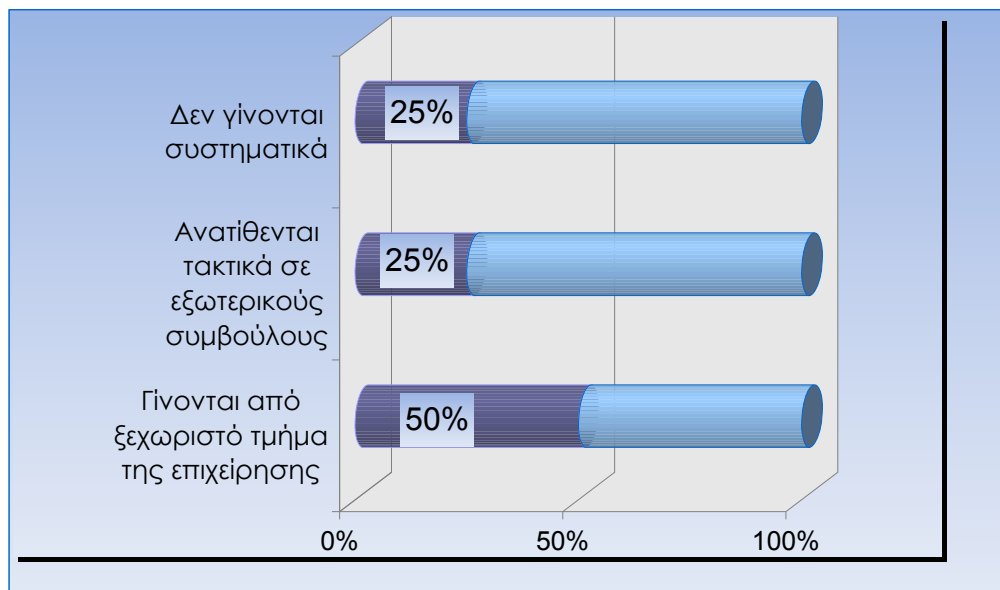
Σημασία του μάρκετινγκ	Μ.Ο βαθμολογίας (5 = συμφωνώ απόλυτα)
1.Ασχολείται με την προβολή των προϊόντων	3,80
2.Είναι πρωταρχικά είναι μια λειτουργία υποστήριξης των πωλήσεων	3,60
3.Ασχολείται με τις ανάγκες των αγοραστών των προϊόντων	3,60
4.Αντικατροππιζει την γενικότερη φιλοσοφία και κουλτούρα της επιχείρησης	3,20
5.Στην επιχείρηση μας είναι ανύπαρκτη	2,20
6.Ασχολείται με την διαμόρφωση συγκεκριμένης εικόνας για τα προϊόντα	2,20



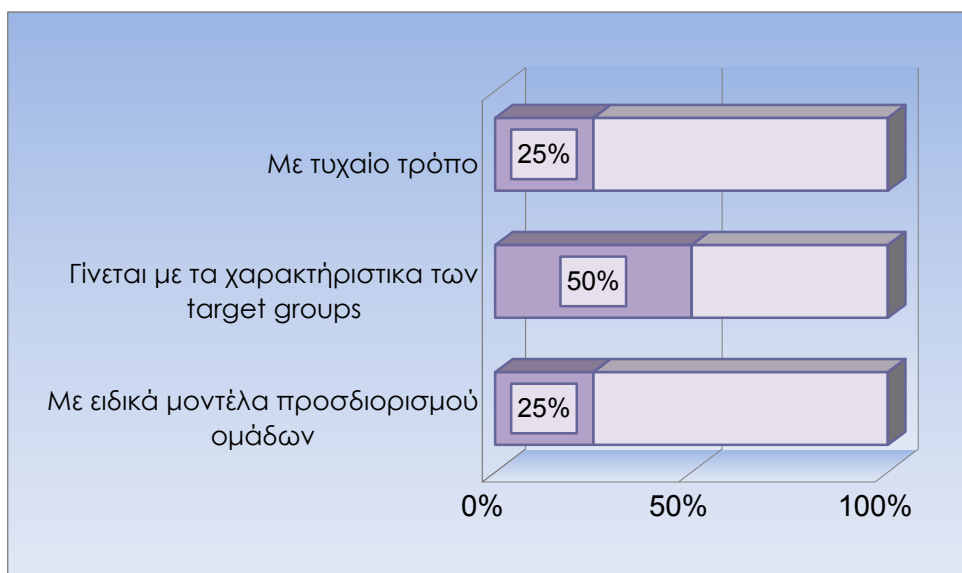
Σχήμα 5. Που βασίζεται η ανταγωνιστικότητα των προϊόντων.



Σχήμα 6. Η στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης.

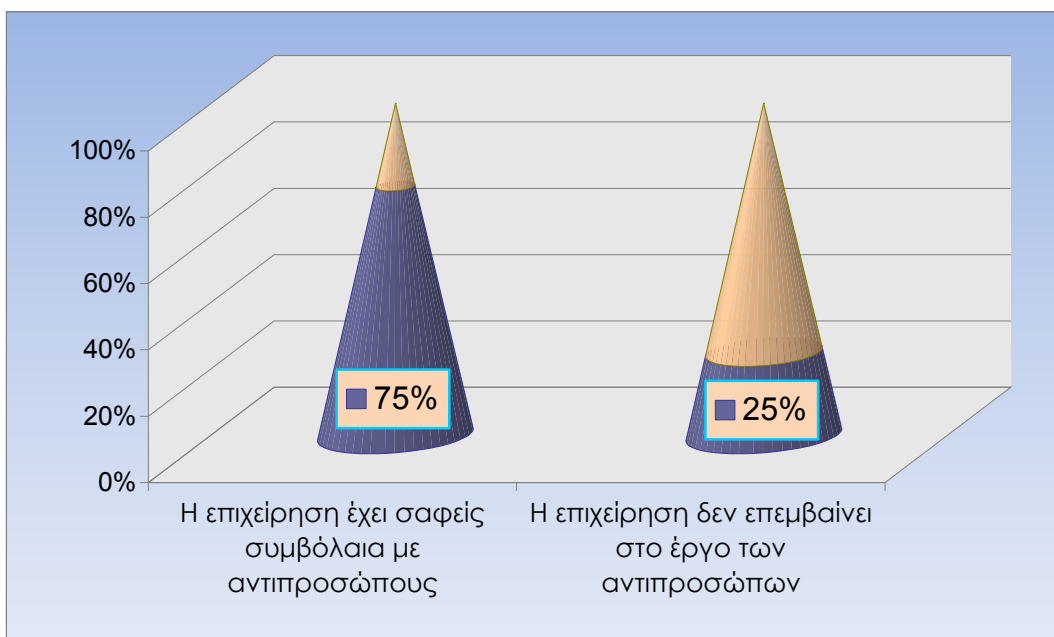


Σχήμα 7. Οι έρευνες αγοράς της επιχείρησης.



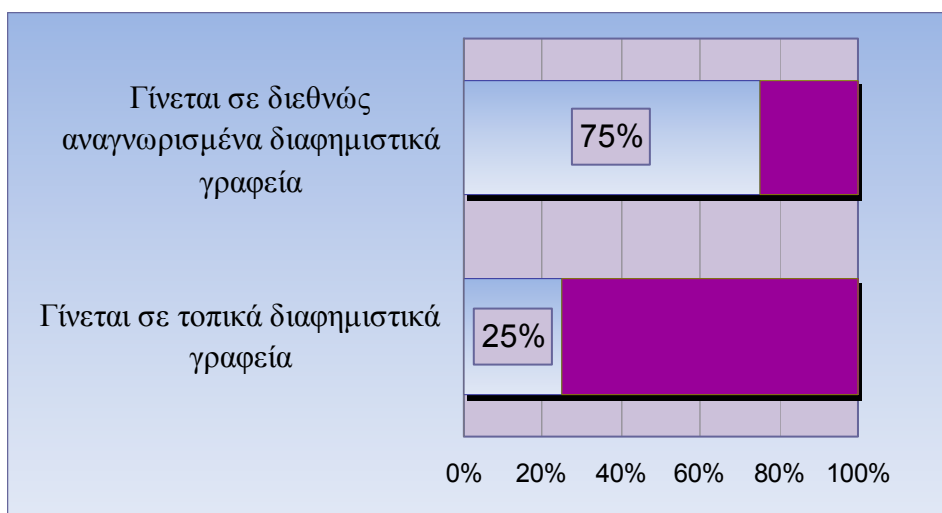
Σχήμα 8. Η κατανομή των αγορών της επιχείρησης.

Στο Σχήμα 16 παρουσιάζεται η συνεργασία των franchise επιχειρήσεων με τους αντιπροσώπους της, έτσι λοιπόν με ποσοστό 75% αυτού του είδους οι επιχειρήσεις λειτουργούν με σαφείς συμμαχίες και συμβόλαια και με ποσοστό 25% ακολουθούν οι εταιρίες εκείνες που δεν επεμβαίνουν στο έργο των αντιπροσώπων.



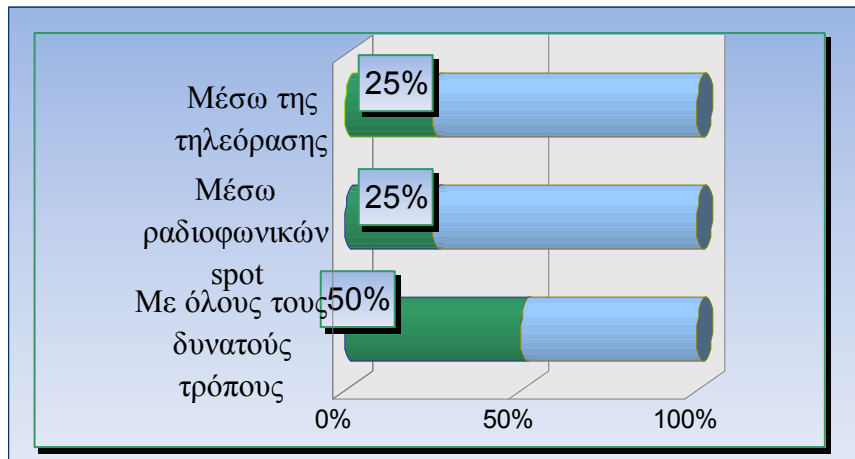
Σχήμα 16. Η συνεργασία της επιχείρησης με αντιπροσώπους.

Στο Σχήμα 17 παρουσιάζεται η διαφημιστική δραστηριότητα των franchise επιχειρήσεων, έτσι λοιπόν το 75% των επιχειρήσεων προτιμούν να γίνεται σε διεθνώς αναγνωρισμένα διαφημιστικά γραφεία, και το υπόλοιπο 25% σε τοπικά διαφημιστικά γραφεία.



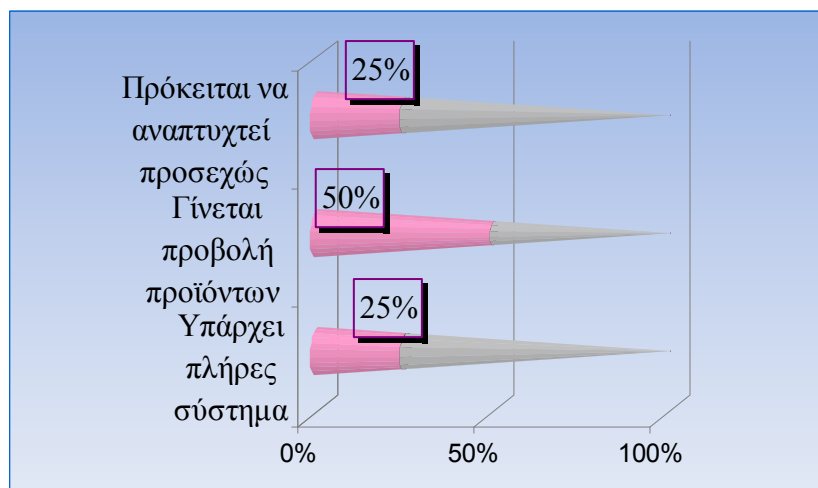
Σχήμα 17. Η διαφήμιση της επιχείρησης

Το 50% των επιχειρήσεων franchise προτιμούν να προβάλλουν τα προϊόντα τους με όλους τους δυνατούς τρόπους, το 25% μέσω ραδιοφωνικών σποτ και τέλος το υπόλοιπο 25% μέσω της τηλεόρασης. (Σχήμα 18)



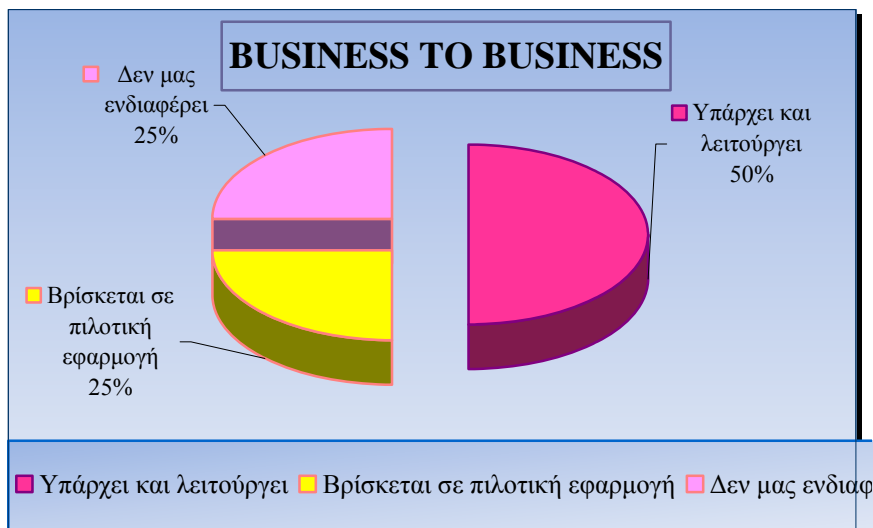
Σχήμα 18. Τα προϊόντα της επιχείρησης προβάλλονται.

Το 50% των franchise επιχειρήσεων χρησιμοποιεί το internet για την προβολή των προϊόντων της, στο 25% υπάρχει πλήρες σύστημα on-line συναλλαγών και άλλο 25% πρόκειται να αναπτύξει προσεχώς τη χρήση του internet για λόγους μάρκετινγκ. (Σχήμα 19)



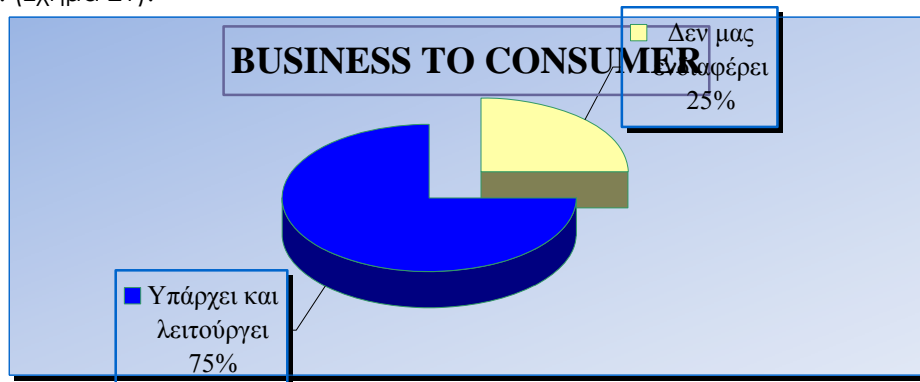
Σχήμα 19. Η χρήση του internet για λόγους μάρκετινγκ.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ της επιχείρησης και πελατών / προμηθευτών χονδρικής. Υπάρχει και λειτουργεί στο 50% των franchise επιχειρήσεων, σε ποσοστό 25% βρίσκεται σε πιλοτική εφαρμογή και το υπόλοιπο 25% δεν ενδιαφέρεται για αυτήν την εφαρμογή. (Σχήμα 20).



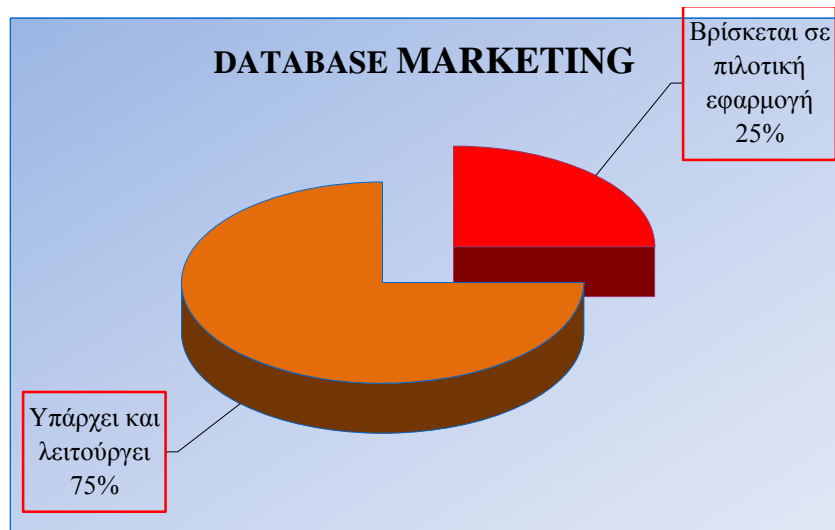
Σχήμα 20. Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ της επιχείρησης και Πελατών / Προμηθευτών χονδρικής (B2B).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών λιανικής στο υπάρχει και λειτουργεί 75% των franchise επιχειρήσεων, και το υπόλοιπο 25% δεν ενδιαφέρεται για αυτήν την εφαρμογή. (Σχήμα 21).



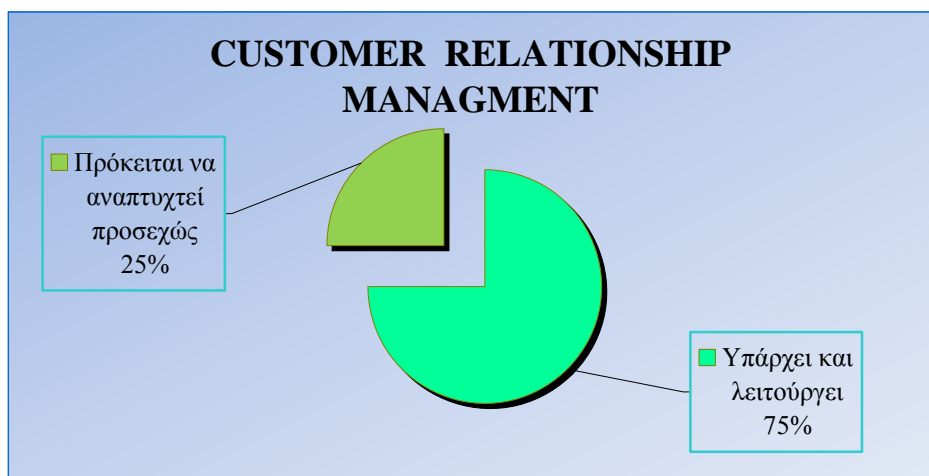
Σχήμα 21. Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ της επιχείρησης και πελατών λιανικής (B2C).

Η βάση δεδομένων μάρκετινγκ (database marketing) υπάρχει και λειτουργεί στο 75% των franchise επιχειρήσεων, και το υπόλοιπο 25% δεν ενδιαφέρεται για αυτήν την εφαρμογή (Σχήμα 22).



Σχήμα 22. Βάση δεδομένων μάρκετινγκ.

Στο Σχήμα 23 παρατηρείται ότι το σύστημα παρακολούθησης των σχέσεων με τους πελάτες το εφαρμόζει το 75% των franchise επιχειρήσεων ενώ πρόκειται να το αναπτύξει προσεχώς το υπόλοιπο 25%.



Σχήμα 23. Σύστημα παρακολούθησης των σχέσεων με τους πελάτες.

Παρουσίαση ορισμένων εταιριών του κλάδου επίπλου που δραστηριοποιούνται με το σύστημα Franchise (Παρατίθενται οι εταιρίες με αλφαβητική σειρά)

120 Ενωμένα Εργοστάσια για κάθε επίπλωση

Η ιδέα ίδρυσης των 120 ξεκίνησε από 120 Έλληνες κατασκευαστές επίπλου. Στόχος ήταν η απευθείας διάθεση των προϊόντων τους στην λιανική σε άριστη ποιότητα και σε προσιτές τιμές. Το αποτέλεσμα ήταν εκθαμβωτικό.

Η απήχηση αυτής της ιδέας ήταν άμεση και έγινε αμέσως αποδεκτή από τους Έλληνες καταναλωτές. Οδήγησαν τους 120 σε ηγετική θέση την οποία συνεχίζουν να διατηρούν στο χώρο του επίπλου. Σήμερα έπειτα από 25 χρόνια οι 120 έχοντας διοχετεύσει στο καταναλωτικό κοινό πάνω από 1.000.000 επιπλώσεις συνεχίζουν την πορεία που έχουν προδιαγράψει με 5.000 εργαζόμενους συνολικά που φροντίζουν για την τεράστια ποικιλία των επίπλων την άριστη ποιότητα και την απόλυτη προσαρμογή στις ανάγκες και τους χώρους του πελάτη.

Η πρωτοπορία είναι κύριο χαρακτηριστικό των 120, με αποτέλεσμα να προωθούν παράλληλα το θεσμό του franchise έχοντας ήδη δημιουργήσει δυο νέα σημεία επιπλέον στην Μυτιλήνη και στην Χίο.

Η πανελλήνια αναγνωσιμότητα του σήματος, η πολύχρονη προσφορά στον εξοπλισμό εκατοντάδων χιλιάδων Ελληνικών σπιτιών, η εμπειρία και η γνώση στην παράγωγη που εξειδικεύεται ακόμα και σε ειδικές κατασκευές που ο πελάτης απαιτεί, αποτελούν τις υγιείς προϋποθέσεις για την εκκίνηση της συνεργασίας με τα «120».

(πηγή: Έντυπο της επιχείρησης το οποίο διανεμήθηκε κατά την διάρκεια της 11ης έκθεσης KEM franchise)

BERLONI

Η BERLONI κατόπιν επίμονης έρευνας εμπιστεύτηκε την αντιπροσώπευση της στην Ελλάδα στην εταιρεία αφοί Παπαϊωάννου Α.Ε., η οποία παρουσιάζει επί σειρά ετών σταθερά ανοδική πορεία και την έχει αναδείξει ως τον Νο 1 συνεργάτη της BERLONI ανάμεσα σε 50 χώρες στον κόσμο, όπου η BERLONI έχει παρουσία.

Από πλευράς αριθμού καταστημάτων, το δίκτυο BERLONI είναι το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων franchise κουζίνας στην Ελλάδα με 30 καταστήματα. Η Αφοί Παπαϊωάννου Α.Ε., με εμπειρία μισού αιώνα στην κατασκευή επίπλων, περιλαμβάνεται στις δέκα μεγαλύτερες Ελληνικές βιομηχανίες του κλάδου.

Σε ιδιοκτήτες εγκαταστάσεις 12.000τμ λειτουργεί μια υπερσύγχρονη παραγωγική μονάδα με εξειδικευμένο προσωπικό και την τελευταία τεχνολογία σε εξοπλισμό.

Επίσης στον ίδιο χώρο, στεγάζονται οι διοικητικές υπηρεσίες, τα showrooms PROTEAS και BERLONI καθώς και οι αποθήκες της εταιρείας. Η εταιρεία απασχολεί στο σύνολο 70 άτομα.

Η ένταξη στο σύστημα franchise BERLONI παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα για τον υποψήφιο επενδύτη:

- Ένταξη στο μεγαλύτερο δίκτυο franchise στην Ελλάδα στο έπιπλο κουζίνας
- Επώνυμο ,υψηλού κύρους εμπορικό τίτλο (*brand name*)
- Δοκιμασμένη στην πράξη τεχνογνωσία και επιτυχημένο σύστημα οργάνωσης.
- Πανελληνιά διαφημιστική υποστήριξη
- Μικρό αρχικό κεφάλαιο επένδυσης, ελεγχόμενο επιχειρηματικό ρίσκο με υψηλή απόδοση

Διαρκής υποστήριξη σε επένδυση ,οργάνωση, διαχείριση και ικανότητα προσαρμογής στο σύγχρονο μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον από μια εταιρεία σε μακρόχρονα παρουσία στον χώρο κλπ. (πηγή: έντυπο υλικό από το κατάστημα της BERLONI στην Καρδίτσα)

DASH

Η DASH εταιρεία εμπορίας γερμανικών επίπλων κουζίνας, ντουλαπών και συστημάτων οργάνωσης, ξεκίνησε δυναμικά τις εργασίες της στην Ελλάδα τον Φεβρουάριο του 2007. Σε δυο εκθέσεις στην Αττική στο Ίλιον και στην Αγία παρασκευή, και στην έκθεση στο Ηράκλειο της Κρήτης, έχει ο πελάτης τη δυνατότητα να δει και να συγκρίνει έναν μεγάλο αριθμό ολοκληρωμένων κουζινών σε διαφορετικά σχέδια, χρώματα και διατάξεις.

Το όραμα της είναι η δημιουργία μιας μεγάλης κοινότητας ευχαριστημένων πελατών, η οποία θα διευρύνεται συνεχεία με νέα μέλη και η καθιέρωση του brand της dash στο top 3 σε πανελλαδική έκταση.

Η DASH δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην επικοινωνία της με απώτερο στόχο το χτίσιμο ενός δυνατού και έμπιστου brand. Ενόσ brand που θα είναι αναγνωρίσιμο και θα φημίζεται τόσο για την γερμανική ποιότητα όσο και για τον ελκυστικό σχεδιασμό προϊόντων κουζίνας που εμπορεύεται όσο και για το *value for money* (σχέση ποιότητας και τιμής), η εταιρία επικοινωνεί με καταχωρήσεις, ένθετα, ραδιοφωνικά σποτ υλοποιώντας ένα μελετημένο και επιστημονικά καταρτισμένο ετήσιο *media plan*, ενδεχομένως το πληρέστερο της Ελληνικής αγοράς, δαπανώντας μεγάλα ποσά.

Η DASH αποτελεί ιδανικό επιχειρηματικό συνεργάτη αφού συγκεντρώνει συγκριτικά πλεονεκτήματα για τους franchisees, όπως: Επώνυμο και αναγνωρισμένο *brand*, Γερμανικά προϊόντα υψηλής ποιότητας σε μεγάλη ποικιλία σχεδίων και χρωματικών συνδυασμών, Πανελλαδική διαφημιστική προβολή (*above και below*)

Το brand της dash ανήκει πλέον στα top 5 *brands* κουζίνας της έρευνας καταναλωτών επίπλων κουζίνας της άτοκης μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας βάση στοιχείων στατιστικής έρευνας που διεξήχθη τον Φεβρουάριο του 2008. Σε αυτό βοήθησε μέγιστα η Πανελλαδική διαφημιστική προβολή καθώς και οι πολλές *direct marketing* ενέργειες στην διάρκεια του πρώτου έτους, με επαναλαμβανόμενες μηνιαίες καταχωρήσεις σε περιοδικά, ένθετα, εφημερίδες κλπ. Οι συναλλαγές της dash ξεπέρασαν κατά πολύ τις αρχικές προσδοκίες και τους στόχους των δυο πρώτων καταστημάτων για το πρώτο έτος. Άμεσος στόχος για το 2009 είναι η δημιουργία ακόμα τριών σημείων σε μεγάλα αστικά κέντρα εκτός Αττικής (πηγή: περιοδικό *success franchise Πανόραμα 2008*).

ENTOS by SATO

Το ENTOS με την ταχυτάτη ανάπτυξη του μέσα από ένα σύγχρονο δίκτυο καταστημάτων , την γκάμα μοντέρνων επίπλων για όλο το σπίτι (καναπέδες, τραπεζαρίες, κρεβατοκάμαρες,

επιπλοσυνθεσεις, νεανικά δωμάτια, μικροσκοπία και έπιπλα γραφείου για το σπίτι) και τη μοναδική σχέση ποιότητας και τιμής που προσφέρει, έχει καταφέρει παρά πολύ γρήγορα να εδραιωθεί στο χώρο του οικιακού επίπλου και να παρουσιάσει εντυπωσιακά αποτελέσματα χώρου διαφήμισης και επικοινωνίας, εκπαίδευσης, που περιλαμβάνει marketing σε πανελλαδικό επίπεδο, υποστήριξη στη διακόσμηση, στήσιμο καταστήματος και βιτρίνας, υποστήριξη στη λειτουργία καταστήματος, σεμινάρια πωλήσεων .

Συνολικά η ENTOS by SATO έχει 22 καταστήματα, από αυτά τα 9 είναι εταιρικά και τα 13 λειτουργούν με το σύστημα franchise.

EUROHOUSE MOBILE

Η EUROHOUSE MOBILE ιδρύθηκε στην Θεσσαλονίκη το 1990 από τον Γ. Καπουζίδη, και αποτελεί σήμερα μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες ελληνικές επιχειρήσεις στον χώρο των επίπλων κατοικίας. Η εταιρία απασχολεί περισσότερα από 100 άτομα στην παραγωγική διαδικασία και 60 στα 7 ιδιόκτητα καταστήματα λιανικής πώλησης που σε συνδυασμό με ένα επιτελείο εξειδικευμένων στελεχών φροντίζει ώστε το τελικό προϊόν, το έπιπλο, να είναι προσαρμοσμένο στις ανάγκες του τελικού καταναλωτή. Η συνεχής δυναμική παρουσία της εταιρίας στον τομέα της λιανικής και το συνεχώς αναπτυσσόμενο δίκτυο franchise με 8 καταστήματα πανελληνίως εξασφαλίζουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και τους ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια στην ελληνική και όχι μονό αγορά.

Από τα 14 σε σύνολο καταστήματα τα 6 είναι εταιρικά και τα 8 λειτουργούν με το σύστημα franchise.

Το πακέτο franchise περιλαμβάνει: α) Ποιοτική εκπαίδευση, β) Εγχειρίδιο λειτουργίας και γ) δυνατότητα παράδοσης με το κλειδί στο χέρι (Πηγή: *Περιοδικό success franchise Πανόραμα 2008*)

LINEA QUATTRO

Η φιλοσοφία της Linea Quattro εμπεριέχεται σε μια μόνο σύντομη αλλά περιεκτική φράση: «υψηλή ποιότητα προϊόντων με σύγχρονη αισθητική και ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές».

Η Linea Quattro είναι μια σύγχρονη, ελληνική εταιρία που δραστηριοποιείται στον χώρο του επίπλου κουζίνας και των ντουλαπών υπνοδωματίου. Συμπληρώνοντας 20 χρόνια δυναμικής και σταθερά ανερχόμενης πορείας στην ελληνική αγορά, κατέχει μια από τις πρώτες θέσεις ανάμεσα στις καλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου.

Σκοπός της Linea Quattro είναι να αξιοποιεί τη μακρόχρονη εμπειρία στοχεύοντας στην απόλυτη ικανοποίηση του πελάτη και την ευρύτερη καθιέρωση της στην αγορά. Η αξιοπιστία της εταιρίας, τα 20 χρόνια της δυναμικής παρουσίας της στην αγορά, το εύρος, η ποιότητα των προϊόντων και το άρτιο καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό καθιστούν ως την ιδανική επιλογή για την κατασκευή ή την ανακαίνιση της κουζίνας.

Στόχοι της εταιρίας είναι:

1. παροχή υψηλής ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές
2. διεύρυνση του κοινού στο οποίο απευθύνεται η Linea Quattro
3. επέκταση του δικτύου καταστημάτων με το σύστημα franchise.

Η LINEA QUATTRO αναπτύσσει το δικό της δίκτυο καταστημάτων με την μέθοδο franchise και στόχο την πανελλαδική εμβέλεια. Σήμερα διαθέτει ιδιόκτητα καταστήματα στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη και καταστήματα franchising στη Νάξο, τη Ρόδο, τα Χάνια, τη Μύκονο, τη Χίο, το Γύθειο, την Κεφαλονιά, την Καρδίτσα και την Αλεξανδρούπολη.

Η LINEA QUATTRO προσφέρει στους υποψηφίους franchisees (*περιοδικό success franchise Πανόραμα 2008*)

- Το όνομα lineal Quattro, όνομα ισχυρό και καταξιωμένο στην συνείδηση του αγοραστικού κοινού.
- Τεχνογνωσία που εγγυάται η εμπειρία 20 ετών στο χώρο
- Υψηλή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών
- Ολοκληρωμένη μελέτη οργάνωσης της νέας επιχείρησης
- Αρχιτεκτονική μελέτη του νέου καταστήματος
- Πανελλαδική διαφημιστική προβολή

- Εκπαίδευση του ανθρωπίνου δυναμικού

MODECO

Η εταιρεία Modeco ABEE που δραστηριοποιείται στην κατασκευή παιδικών και νεανικών επίπλων, ιδρύθηκε το 1980, εδρεύει στην Ελάσσονα στον νόμο Λαρίσης και αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια με τον θεσμό της δικαιόχρησης (*franchise*). Τα γραφεία της επιχείρησης και οι παραγωγικές εγκαταστάσεις στεγάζονται σε ιδιοκτήτη έκταση 20.000τμ. Διαθέτει υπερσύγχρονη μονάδα κατετοπιωμένης παράγωγης επίπλων. Στο ανθρώπινο δυναμικό της απασχολούνται 50 εργαζόμενοι.

Στην γκάμα της εταιρίας περιλαμβάνονται αρκετές λύσεις για ντουλάπες, καναπέδες, τραπεζαρίες, μικροσκοπία, αλλά και εξοπλισμός ξενοδοχειακών μονάδων. Το δίκτυο της Modeco αριθμεί σήμερα 15 καταστήματα, εκ των οποίων 11 είναι franchise και 4 εταιρικά σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα, Ιωάννινα, κλπ.

Η φιλοσοφία της modeco στηρίζεται :

- Στην εγγυημένη ποιότητα και ασφάλεια
- Πρωτοποριακός σχεδιασμός
- Λειτουργικότητα προϊόντων
- Ιδανική σχέση τιμής και ποιότητας-τιμής

Προς τους συνεργάτες franchisees του δικτύου η modico παρέχει εκτός από το σήμα και την αποκλειστικότητα της περιοχής, την αξιολόγηση της θέσης του καταστήματος, την μελέτη για την κατασκευή του και μάλιστα την δυνατότητα κατασκευής με συνεργεία της εταιρείας. Επίσης προσφέρεται αρχική και συνεχής εκπαίδευση του franchise και του προσωπικού του προτάσεις διακόσμησης και ένα εξελιγμένο σχεδιαστικό πρόγραμμα ρεαλιστικής απεικόνισης του χώρου.

Πηγή: "Business development" Ειδική έκδοση , Φεβρουάριος 2009 (11^η παγκόσμια έκθεση KEM franchise)

NEOSET

Η εταιρία ΝΕΟΣΕΤ Α.Ε μετά από 26 χρόνια δραστηριοποίησης στην ελληνική αγορά είναι η μεγαλύτερη στον χώρο του επίπλου με 65 καταστήματα σε ολόκληρη την Ελλάδα. Με γνώμονα πάντα την καινοτομική προσέγγιση, η ΝΕΟΣΕΤ παρέχει ένα σύνολο προϊόντων και υπηρεσιών υψηλού επιπέδου που ανταποκρίνονται απόλυτα στις σύγχρονες απαιτήσεις των καταναλωτών.

Στην μεγάλη γκάμα προϊόντων της περιλαμβάνονται έπιπλα οικιακά, γραφείου, κουζίνας καθώς και ξενοδοχειακού εξοπλισμού.

Οι σύγχρονες βιομηχανικές εγκαταστάσεις της ΝΕΟΣΕΤ στην Ελλάδα ανέρχονται στα 65.000τμ. στεγασμένων χώρων. Η παραγωγική της δραστηριότητα στηρίζεται στη διαρκή ανανέωση του μηχανολογικού εξοπλισμού με έμφαση στην προηγμένη τεχνολογία.

Οι εταιρίες του ομίλου ΝΕΟΣΕΤ είναι: ΝΕΟΣΕΤ - ΝΕΟΣΕΤ ΚΟΥΖΙΝΑ - ΝΕΟΚΑΤΟΙΚΕΙΝ - ΣΚΟΥΡΟΠΟΥΛΟΣ - ΝΕΟΣΕΤ HOTEL FURNITURE - BIENTE - ΠΡΟΘΕΣΗ Α.Ε - ΝΕΟWOOD

Η δραστηριοποίηση της εταιρίας στο εξωτερικό ξεκίνησε το 1990 στον Καναδά με την δημιουργία τριών καταστημάτων λιανικής πώλησης ΝΕΟΣΕΤ. Σήμερα ο όμιλος εξάγει προϊόντα στις χώρες, Αιθιοπία, Βουλγαρία, Καναδά, Κύπρο, Ρουμάνια, Εκουαδόρ.

Το δίκτυο καταστημάτων που δραστηριοποιείται στον χώρο του οικιακού επίπλου από το 1980, με προτάσεις για όλους τους χώρους του σπιτιού διαθέτει πλήρη γκάμα σε συνθέσεις καθιστικού, τραπεζαρίας, καναπέδες, κλπ. Το 1997 ανέλαβε το master franchise του ΝΕΟΚΑΤΟΙΚΕΙΝ ενώ δυο χρόνια αργότερα έκανε δυναμική είσοδο στην αγορά των επίπλων γραφείου με την εξαγορά της ΣΚΟΥΡΟΠΟΥΛΟΣ.

Από το 2000 εισέρχεται στο έπιπλο κουζίνας με τη νέα δραστηριότητα ΝΕΟΣΕΤ cousin.

Η ΝΕΟΣΕΤ έχει σύνολο 65 καταστήματα εκ των οποίων τα 2 είναι εταιρικά, τα 62 franchise, και 1 κατάστημα είναι στην Κύπρο.

Στόχος είναι κάθε χρόνο να προστίθενται 4-5 νέα καταστήματα. Σήμερα εκτός από τα 65 καταστήματα ΝΕΟΣΕΤ, υπό την σκεπή του ομίλου λειτουργούν 13 σημεία ΝΕΟΚΑΤΟΙΚΕΙΝ, 20 ΝΕΟΣΕΤ κουζίνα, 11 BIENTE, και 7 Σκουρόπουλος.

Συνολικά ασχολούνται 690 εργαζόμενοι και αλλά 850 άτομα υπό τις οδηγίες των franchisee.

Παρέχει στους franchisee πανελλαδική διαφήμιση, αρχιτεκτονική μελέτη, μελέτη οργάνωσης χώρου, εγχειρίδια μοντέλου και συνεχή εκπαίδευση (Πηγή: www.neoset.gr)

SYLOR A.B.E.E

Η SYLOR είναι μια τεχνική βιομηχανική και εμπορική εταιρεία με την νομική μορφή Α.Β.Ε.Ε. Ιδρύθηκε το 1988 και απασχολεί σήμερα 70 εργαζόμενους.

Η SYLOR ABEE παράγει ξύλινα κουφώματα υψηλής τεχνολογίας και διαθέτει στην ελληνική αγορά μια μεγάλη σειρά επίπλων κουζίνας και επίπλων υπνοδωματίου εξαιρετικής ποιότητας και αντοχής. Η εταιρία έχει στόχο την υποστήριξη επαγγελματιών σε όλα τα επίπεδα των αναγκών τους. Η εταιρία παρέχει επίσης κεντρική διάθεση 400τμ στην Αθήνα προς χρήση από επαγγελματίες συνεργάτες. Η ανάπτυξη της Sylog βασίζεται στην παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών υποστήριξης χονδρικής και στην διαρκή επέκταση του δικτύου πωλήσεων της εταιρίας μέσω franchise.

Η επιχείρηση παρέχει στους υποψηφίους franchisees τεχνική υποστήριξη και εκπαίδευση επαγγελματιών συνεργατών, ταχεία κεντρική ετοιμασία προφορών, δωρεάν γραφιστική υποστήριξη και προμήθεια εταιρικού έντυπου εξοπλισμού, δωρεάν προβολή συνεργατών με πανελλαδική διαφήμιση σε εφημερίδες και περιοδικά χώρου.

Η επιχείρηση έχει συνολικά 45 καταστήματα από τα οποία τα 43 είναι franchise και τα 2 είναι εταιρικά (Πηγή: Περιοδικό "success franchise" ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2008)

VENETA CUCINE

Η Veneta Cucine συγκαταλέγεται μεταξύ των ηγετικών εταιριών της αγοράς ιταλικών επίπλων κουζίνας στην Ελλάδα. Μιας αγοράς με έντονη αυξητική πορεία και μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης.

Η εταιρία αντιλαμβανόμενη τις απαιτήσεις της αγοράς, δημιούργησε ένα δίκτυο franchise το οποίο βασίζεται στην ποιότητα και την ευελιξία, καθώς και την ουσιαστική υποστήριξη του franchisee. Σύμφωνα με τα στελέχη ο στρατηγικός σχεδιασμός ανάπτυξης της αλυσίδας για το άμεσο μέλλον περιλαμβάνει τη δημιουργία καινούριων καταστημάτων σε όλη την Ελλάδα καθώς επίσης και επέκταση στην Κύπρο.

Η εταιρία έχει συνολικά 14 καταστήματα από τα οποία τα 8 είναι εταιρικά και τα 6 είναι franchise.

Η υποστήριξη που παρέχει η Veneta Cucine στους συνεργάτες της είναι ουσιαστική και σε όλα τα επίπεδα. Βρίσκεται πάντα κοντά στους franchisees για να τους μεταφέρει την οργάνωση, την τεχνογνωσία και την πολύτιμη εμπειρία των ανθρώπων της. Επιγραμματικά η υποστήριξη της εταιρίας προς τους franchisees κινείται στους παρακάτω άξονες.:

- Σχεδιασμός, κατασκευή και οργάνωση των καταστημάτων
- Συνεχής ανανέωση των μοντέλων και ενημέρωση τους για διεθνείς σχεδιαστικές τάσεις στον χώρο του επίπλου κουζίνας
- Πλήρης διαφημιστική υποστήριξη με προωθητικές ενέργειες σε όλο το φάσμα των ΜΜΕ
- Συνεχής εκπαίδευση

(πηγή: Περιοδικό "success franchise" Πανόραμα 2008, τευχος 20)