

НАЧНИ БИЗНЕС С НУЛЯ

КАЗАХСТАНСКАЯ ФРАНШИЗА –

гарантированный успех!!!

100% доходность предприятия

Гарантированная прибыль

Начни в кризис и найдешь неожиданный результат!!!

НАШ ПОКУПАТЕЛЬ ВСЕГДА С НАМИ!!!

Profi
Moda



Компания **Profi Moda** известна в ресторанных кругах Казахстана уже 14 лет. На протяжении этих лет компания зарекомендовала себя как надежный партнер по поставке ресторанного текстиля, униформы для ресторанов, отелей, кафе, санаториев, кулинаруй и так далее. Компания поставляет одноразовую одежду из Германии, профессиональную обувь из Италии, офисную одежду высшего качества из Германии. Такой комплекс предоставляется лишь в холдинге, тем самым являясь уникальной компанией, облегчающей подготовку, открытие, ведение предприятий общественного питания нашей страны. Положительным аспектом является еще и тот факт, что компания на протяжении уже десяти лет находится в одном здании, так как является владельцем магазина в центре города.

1. Конкуренция для компании **Profi Moda** нет, так как в Казахстане наша компания является узконаправленной и специализируется именно для униформы отелей, ресторанов, кулинаруй, кафе – то есть для предприятий общественного питания. Как известно, эти предприятия включают в себя, как правило, почти все профессии, поэтому в нашей компании удается производить униформу для многих отраслей и профессий от техников до врачей. Отель – маленький город. И его обслуживают сотни профессионалов, нуждающихся в одежде высшего качества. ProfiModa производит скатерти, салфетки, фуршетные юбки, чехлы, постельное белье и многое другое. Есть, конечно, ателье отшивающие одежду для поваров или предприятий общественного питания, но спец. магазин по продаже униформы для общепита – Первый и Единственный в стране.
2. Компания **ProfiModa** обладает ярким логотипом, который нельзя спутать ни с кем, который много лет ассоциируется у владельцев ресторанов, администраторов, снабженцев, поваров и других служащих с поставкой ресторанного и кухонного текстиля и одежды. Копирование деятельности возможно, так как является необычным, ярким, узнаваемым брендом. Бренд **ProfiModa** – запатентован уже 10 лет.
3. Миссией компании служит всемерная помощь рестораторам и отельерам любых масштабов в ведении их бизнеса, консультирование, ознакомление с профессиональной модой всего мира. Деятельность компании подразделяется на несколько этапов, которые можно предложить франчайзеру.
4. Деятельность обучения. Как известно, одной из самых

распространенных профессий в обучающих курсах или профессиональных школах являются профессии повара, официанта, администратора ресторанов. Для обучения данным профессиям необходима масса необходимого инвентаря, в том числе униформа, которая сильно зависит от специфики заведения, например – национальный ресторан или отель пяти звезд.

5. Уроки **Profi Moda**. Ежегодно на протяжении учебного процесса студенты лицеев, профессиональных школ посещают компанию **ProfiModa** для ознакомительных лекций о новинках в ресторанной и гостиничной моде мира. Данные уроки проходят бесплатно. Что это дает? – знакомство будущих специалистов с компанией в рекламных целях, ознакомление студентов с передовыми компаниями Европы – партнерами ProfiModa. Сокращение расходов школ и лицеев на дополнительные новинки, которые стоят дорого.

Компания **ProfiModa** ставит своей целью с помощью своей работы и повсеместного ознакомления рестораторов и работников общественного питания с новинками заводов-изготовителей мира, поднять на более высокий уровень степень обслуживания населения в ресторанах, кафе, барах, кулинариях и так далее.

6. Описание бизнеса. Торговый Дом Профи Мода занимается производством и продажей униформы для различных отраслей, особое внимание уделяя предприятиям общественного питания и гостиничного бизнеса. Для отелей компания производит и продает текстильную продукцию – постельное белье, шторы, фуршетные юбки, скатерти салфетки, покрывала, чехлы и прочее, а также текстиль для SPA салонов и саун.

В распоряжении компании имеется магазин и шоурум для реализации продукции (350 кв. м.), ателье (в том же здании), склад тканей и аксессуаров, склад готовой продукции.



С заказчиком работают специалисты-дизайнеры, т.к. изготовление заказов различных ресторанов и отелей – работа творческая, требующая особого подхода к клиенту. В подготовку заказа входит определение фасона будущей униформы или текстиля. Для определения цветовой гаммы изделия необходим **выезд** к заказчику, изучение здания зала ресторана или отеля, изучение работы, которую будут выполнять сотрудники заказчика, предусматривая удобство определенных движений. После определения фасона изготавливаются эскизы, прикладываются образцы тканей и утверждается количество будущих моделей. При особых случаях или по желанию заказчика

Profi Moda открывает маленький отдел в **ТД ФУКС** по продаже униформы, принимает на работу одну швею с швейной машинкой для ремонта одежды. К сожалению, контрактов, ни контактов компания не имела, что и пришлось делать первые годы становления. Первые контракты были заключены с компаниями Германии, поставляющие всевозможный инвентарь и являющейся не производителем, а сборником со всех заводов Европы и Азии, которые имели в своем каталоге раздел профодежды для официантов. В Германии товар сортировался, упаковывался и продавался по заказам клиентов.

На момент знакомства с данными компаниями срок их существования был около 10-20 лет, что говорило о том, что данный бизнес для Европы был тоже новым. Компания **ФУКС** заключила ряд контрактов и активно посещала международные выставки, где постепенно стала известна многим продавцам и заводам изготовителям мира. Посещение выставок дало возможность получить сразу огромное количество информации о новинках в индустрии гостеприимства и общественного питания. Принципиальной позицией фирмы является товар лишь лучшего качества, что с одной стороны не позволило молниеносно взлететь вверх, так как товар стоил достаточно дорого для нынешних



изготавливаются образцы и проводится **демонстрация** моделей-образцов перед заказчиком для окончательного решения. Помимо производственного процесса и исполнения заказов активно работает магазин, который самостоятельно производит заказы в ателье для реализации отдельным покупателям. И отдел заказов и работа магазина тесно связаны с друг другом. Так как модели от заказов остаются в магазине и наоборот – заказчик, не желающий ждать заказа, не имея большого выбора по размеру и цвету, может приобрести в магазине униформу для своих сотрудников. Работа компании основывается на сырье, которое приходит (как было сказано) из **России, Турции, Германии, Италии**.

Невозможно вести модный бизнес без обмена мнениями и владением передовых и новых технологий и новинок. Сотрудники компании посещают выставки, демонстрации, общаются с представителями конкурирующих фирм Запада. Мы сами участвуем в конкурсах и являемся победителями конкурса «Роба 2006» за лучшую коллекцию одежды для отеля.

История бизнеса. История бизнеса специализированной торговли для ресторанов началась в 90-е годы, т.к. до этого момента представляло собой закуп белых фарфурок и курток для поваров, белых халатов с торговых баз **ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТОРГОВЛИ** министерства пищевой промышленности и организаций снабжающих хозяйственные магазины бывшего Советского Союза. После получения возможности различным фирмам торговать самостоятельно, выявились массы потребностей у кафе, ресторанов, кулинаруй и т.д. не только в специализированном оборудовании, которое купить практически невозможно, но и качественной одежды и обуви для сотрудников компании

потребителей и к высоким ценам на хорошую одежду не могли себе позволить наши специалисты, лишь приглашенные из Франции, Италии, Турции и так далее.

Торговый Дом **Профи Мода** стал себя так называть около 5 лет назад около 5 лет назад после переезда в свой магазин и занял на рынке лидирующие позиции, в связи с огромным ассортиментом товара, который существуют в наличии на складе, огромная библиотека каталогов, дающая возможность показать любую одежду мира, контакты с ведущими компаниями мира, существенные скидки за большую ассортимент.

Ресторанная отрасль существенно развивается в столице и в регионах Казахстана. Общественное питание развивается быстрыми шагами. Спрос, как клиентов ресторанов, так и клиентов компании **Профи Мода** растет изо дня в день. Покупательская способность выросла также.

Если около 12 лет назад в Алматы было около 100 ресторанов, кафе, баров и так далее, то сейчас лишь ресторанов 1000. Также можно сказать и о гостиницах. Открывать рестораны стало модно, этот факт говорит сам за себя.

Основные поставщики компании

Профи Мода:

Россия – ткани Чайковский текстиль, **компания Германии** – Lengehnic Одноразовая одежда – Mensch, **Италии** – обувь Greif – корпоративная одежда, поварская одежда, аксессуары и инвентарь для кулинаруй и поваров **Италия** – Mortellato



МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН.

1. Преимущество продукции и услуг. Предложение в совокупности со всем спектром одежды заведения, от головного убора до обуви от техники до шеф-повара и кассира в одной цветовой гамме с ярким логотипом. Узнаваемость бренда – работа с дизайнером. Изготовление лишь высшего и отличного качества. Мы не шьем стандартно, мы производим униформу для людей, которые гордятся своей профессией.
2. Основные потребители: рестораны, кафе, бары, кофейни, кулинаруй, отели, санатории, дома отдыха и пр.
3. Основные конкуренты.
4. Размер рынка и перспективы. Рынок безграничен, т.к. сеть ресторанов и отелей расширяется с огромной скоростью во всех регионах нашей страны и Средней Азии. Лишь в одном городе может быть 4-5 отделов фирмы. Перспектив развития идет параллельно перспективе развития ресторанного бизнеса.
5. Каналы дистрибуции.
6. Хорошим решением бизнеса являются швей-надомницы – большой выбор женщин с прекрасными навыками работы не могут находиться на рабочем месте по различным причинам. Большое количество надомниц позволяет выполнять большие объемы заказов, не тратя время на поиск сотрудников и не устраивая авралы перед сдачей заказа.

ФРАНЧАЙЗИНГ.

Возможность приобретения

бренда компании различные

1. Возможность приобрести франшизу с возможностью самостоятельно работать и производить продукцию с элементами четких рекомендаций по качеству продаваемой продукции.
2. Приобретение бренда с поставкой определенной продукции, определенного объема, с получением четких рекомендаций.
3. Покупка эксклюзивного права владения брендом с передачей документов на деятельность компании.