

КОНЦЕПЦИЯ ФРАНШИЗЫ

Chickodelli

Суть франшизы

Фирменный магазин куриной продукции
Chickodelli

Прямые поставки от производителя **Chickodelli**

Собственные производственные мощности:

птицекомплекс замкнутого цикла по производству
и переработке мяса бройлера от производства
комбикормов до готовой продукции

Chickodelli



Тренды рынка

- Растущая популярность к отечественным брендам и производителям
- Динамика потребления мяса птицы с каждым годом показывает позитивный тренд, средний ежегодный рост мирового потребления мяса птицы составил 2,5%.
- Продукция птицеводства в настоящее время является наиболее дешёвой по цене для потребителя в сравнении с другими видами мясной продукции.
- В среднем, казахстанец съедает 19 килограммов курятины в год, что на 11 килограммов меньше, чем рекомендовано Всемирной организацией здравоохранения. Падение платежеспособности населения, а также популяризация тренда на здоровый образ жизни и, как следствие, правильное питание, позволяет прогнозировать продолжение роста уровня потребления мяса птицы.
- Согласно данным Союза птицеводов потребление мяса птицы в Казахстане будет расти и достигнет уровня мировых показателей потребления на душу населения (31 кг) в 2027 году. Уровень потребления на душу населения в России (сопоставимой страны) составил 32 кг в 2022 году.

Тренды рынка

- Уровень производства мяса птицы в Казахстане не удовлетворяет спрос на внутреннем рынке. Казахстан смог обеспечить около 54,7% внутреннего спроса, оставшаяся часть была импортировано из-за рубежа.
- Что касается колбасных изделий из мяса птицы, то внутренний спрос на продукцию на рынке удовлетворяется за счет местных производителей в меньших объемах, нежели на рынке мяса птицы. По оценкам экспертов, удельный вес продукции местного производства на рынке составляет около 37%.
- Кризисостойкость локальных магазинов продуктов питания также продемонстрировала пандемия и карантинные ограничения, которые не помешали развиваться данному направлению, во франчайзинге в том числе

Модель франшизы

Франчайзи и Головная компания
будут сотрудничать
по активной модели франшизы.



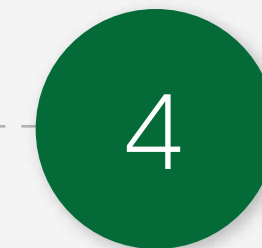
- Инвестиции франчайзи в открытие.
- Управляет магазином, нанимает персонал и ведет операционное управление точкой команда франчайзи.
- Вся чистая прибыль остается у франчайзи.
- Головная компания осуществляет рекламу и продвижение выпускаемой продукции.
- Головная компания не допускает внутренней конкуренции и регулирует ценообразование.



Преимущества выбранной модели

НИЖЕ ИНВЕСТИЦИИ

Партнеру не нужно иметь большую сумму, как могло бы быть в случае открытия собственного бизнеса. без поддержки франчайзера и готовой бизнес-модели.



СТАБИЛЬНОСТЬ

Спрос на мясную продукцию всегда остается на высоком уровне на рынке, что гарантирует партнеру стабильный денежный поток.

РАЗВИТИЕ

Партнер сам управляет точкой. То есть компания не занимается операционной деятельностью в магазинах, что снижает количество нагрузки и помогает сосредоточиться на стратегическом развитии.

КОНТРОЛЬ

Компания фиксирует за собой возможности контроля партнера и может в любой момент отключить его от сети, лишив возможности работать при не соблюдении стандартов работы.



Сильные стороны франшизы

- **Уникальная бизнес-концепция**, которая не имеет конкурентов на рынке Казахстана
- **Гарантия высокого качества продукции**, потому что компания является производителем, а не просто дистрибьютором
- **Эксклюзив на территорию**, который исключает внутреннюю конкуренцию и дает уверенность франчайзи
- **Востребованность и стабильность продукции**, которая была доказана не одним кризисом и показала положительную динамику на рынке
- **Низкий порог входа**: инвестиции – от \$10 000 в один магазин



Сильные стороны франшизы

- **Нивелирование рисков провала франчайзи**, потому что есть возможность смены локации точки при низком покупательском спросе
- **Скидки на оборудование по готовым спискам**, которые предоставляет компания в Пакете поддержки франчайзи
- **Компенсация части затрат на открытие магазина**, а именно \$1 000 на фирменную вывеску и \$1 000 за соблюдение стандартов открытия магазина
- **Повышения уровня узнаваемости бренда** за счет многоканальной рекламы от Головной компании

Опции поддержки франчайзи

ОТКРЫТИЕ

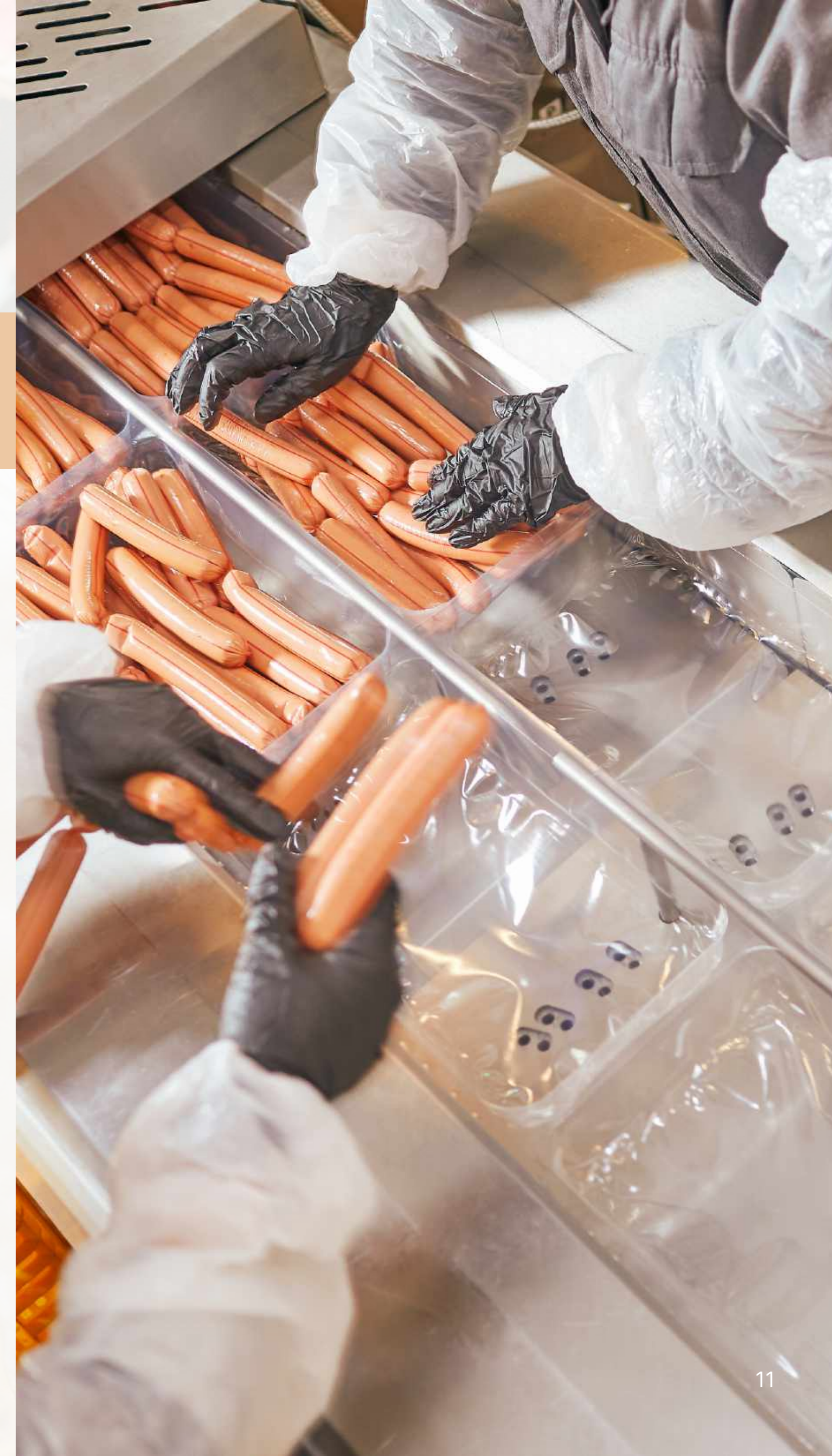
- Рекомендации по локации, согласование помещения
- Адаптация типового дизайн-проекта
- Передача списка обязательного оборудования
- Предоставления специальных цен на оборудование за счет скидки от поставщиков
- Централизованные поставки продукции и расходников
- Передача стандартов работы и организации всех бизнес-процессов
- Построение логистики до точки
- Разработка матрицы магазина



Опции поддержки франчайзи

СОТРУДНИКИ

- Рекомендации и критерии по наемным сотрудникам
- Обучение сотрудников и франчайзи
- Сопровождение от менеджера центрального офиса
- Тренинги от сотрудников компании на точках до запуска
- Контроль качества работы персонала
- Передача инструкций общения и сервиса для сотрудников



Опции поддержки франчайзи

МАРКЕТИНГ

- Маркетинг «под ключ»
- Работа с брендом и узнаваемостью сети
- Включение точки франчайзи в общую маркетинговую стратегию
- Размещение информации о точке франчайзи на сайте и в соцсетях
- Поддержка в онлайн, размещение гео-точки на картах
- Разработка макетов рекламной продукции
- Маркетинговое онлайн-продвижение на локальном рынке
- Аналитика эффективности рекламно-маркетингового продвижения
- Возможность дополнительного локального маркетинга после инициативы франчайзи и утверждение компанией



Опции поддержки франчайзи

ПРОЦЕССЫ

- Централизованные поставки
- Установка ценовой политики
- Обновление и контроль ассортимента сети
- Единая служба поддержки покупателей
- Консультации и общение в мессенджерах, создание комьюнити
- Регулярные встречи франчайзи
- Финансовая аналитика



Опции поддержки франчайзи

ПОДДЕРЖКА В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ ТОЧКИ

- Операционная и консультационная поддержка
- Рекомендации по ведению бизнеса на основе показателей работы магазина
- Предупреждение о выходе продукции из производства
- Контроль работы программного обеспечения
- Контроль работы магазина и соблюдения стандартов сети
- Аналитика эффективности продаж



Формат франшизы

01

Shop-in-Shop

Концепт: фирменный прилавок Chickodelli на рынке

Ассортимент: охлажденное и замороженное мясо птицы, полуфабрикаты, колбасные изделия, наггетсы, котлеты, биточки и др.

Количество рабочих мест:
1 продавец-кассир на смену

Площадь: 5-7 м²

02

Фирменный магазин Chickodelli

Концепт: фирменный магазин Chickodelli в формате “у дома”

Ассортимент: охлажденное и замороженное мясо птицы, полуфабрикаты, колбасные изделия, наггетсы, котлеты, биточки и др.

Количество рабочих мест:
2 консультанта-кассира на смену

Площадь: гибкая, от 20 до 50 м²

Особенности: товарно наполненными будут около 20 м², остальная площадь выделяется под рекламную продукцию

03

Фирменный павильон Chickodelli

Концепт: фирменный отдельно стоящий магазин Chickodelli в формате павильона

Ассортимент: охлажденное и замороженное мясо птицы, полуфабрикаты, колбасные изделия, наггетсы, котлеты, биточки и др.

Количество рабочих мест: 1 продавец-кассир на смену

Площадь: 2,5х6 м или 2,5х9 м

Особенности: актуально для округов

Экономика франшизы



Инвестиции

3.500.000–8.880.000 ₹

Прибыль

от 640.000–825.000 ₹

в первый год работы

Маркетинговые отчисления

\$80–100

Период окупаемости инвестиций

от 7–12 мес.

ПАУШАЛЬНЫЙ ВЗНОС И РОЯЛТИ ОТСУТСТВУЮТ

ФРАНШИЗА, КОТОРУЮ ВИДНО!

Chickodelli

franch