

OCHNIK

Наименование компании: ООО Охник-М

Бренд, под которым развивается франшиза: OCHNIK

Город: Москва

Адрес: 115407, Москва, ул. Речников д. 7

E-mail: ochnik@ochnik.ru

Интернет: www.ochnik.ru

Год создания бренда: 1989



OCHNIK – Европейская семейная марка, созданная в Польше в 1989 году. Более 20 лет на польском рынке OCHNIK является лидером в разработке и продаже верхней кожаной одежды и галантереи. В России марка OCHNIK успешно развивается с 2002 года.

Изделия марки OCHNIK изготавливаются только из натурального высококачественного сырья, преимущественно из шкур новозеландской овцы.

Коллекции одежды разрабатываются молодыми талантливыми дизайнерами небольшими сериями. Отличительной особенностью изделий являются лекала. Безупречная посадка, неповторимый силуэт и качество пошива моделей обращают внимание даже самых требовательных покупателей.

Наряду с верхней одеждой, OCHNIK предлагает оригинальную кожгалантерею: сумки, портфели, дорожный багаж, кошельки, ремни и другие сопутствующие товары. В этих изделиях удивительным образом переплелись современные модные тенденции и практичность в использовании. Каждое изделие проходит усиленный тест на качество продукции, чтобы обеспечить покупателю беспроблемность в ее использовании.



Условия сотрудничества:

Компания “Охник-М” предлагает Вам организацию и сопровождение современного, динамично развивающегося бизнеса в рамках концепции, разработанной лучшими специалистами и включающей в себя более 20-ти летний опыт в области организации эффективных продаж в своем сегменте.

Программа сотрудничества включает в себя:

- ✓ консультирование партнера, с учетом существующего опыта Охник-М, относительно перспективности выбранной торговой площади для организации магазина OCHNIK;
- ✓ предварительный, основанный на данных собственной статистики, расчет финансовых показателей магазина;
- ✓ рекомендации по составлению бизнес-плана магазина и расчета бюджета закупки товара;
- ✓ помощь в разработке дизайн - проекта интерьера и фасада магазина партнера, с указанием требований к внутреннему и внешнему оформлению, составу и расстановке оборудования, а так же к световому оформлению магазина;
- ✓ координирование мероприятий связанных с открытием магазина, шеф-монтаж оборудования;
- ✓ предоставление обучающего материала для торгового и административного персонала магазина;
- ✓ ежесезонную организацию процесса предварительной отборки партнером товара для фирменного магазина с предоставлением необходимой аналитической информации и консультаций;
- ✓ своевременную поставку заказанного ассортимента;
- ✓ поддержка по маркетингу и мерчендайзингу;
- ✓ возможность возврата до 20% коллекции в счет оплаты следующих поставок.

Требования к расположению помещения:

Для отдельного магазина:

- расположение на первом этаже;
- расположение помещения в центре или на оживленной торговой улице города;
- отдельный вход с улицы;
- наличие или возможность оборудования витрин;
- возможность размещения фирменной вывески.

Для магазина в торговом центре:

- общая площадь торгового центра **- не менее 30 000 кв.м.**
- наличие магазинов одного с OCHNIK ценового уровня,
- монобрендовых магазинов известных торговых марок;
- расположение помещения в зоне активных покупательских потоков.

Технические требования к помещению:

- Минимальный размер площади магазина
50 кв.м общей площади;
- Рекомендуемая минимальная торговая площадь магазина в зависимости от численности населения города
70 кв.м торговой площади.



Финансовые условия работы

- ✓ своевременное внесение обеспечительного взноса в размере 50% от общей суммы сезонного заказа;
- ✓ своевременная оплата и вывоз товара поступившего по заказу партнера - на условиях предварительной 100% оплаты.
- ✓ ценовая политика фирменного магазина определяется партнером.
- ✓ рекомендуемый средний коэффициент наценки составляет 2,0-2,5.
- ✓ размер скидок в период распродаж определяется партнером.
Существуют рекомендованные сроки и этапы проведения распродаж.
- ✓ партнер компании обязан периодически предоставлять отчет основных показателей и ежемесячный фотоотчет по состоянию торговой точки;
- ✓ компания разрабатывает рекомендации по диапазону розничных цен, а так же осуществляет централизованную рекламно - имиджевую поддержку торговой марки OCHNIK.

Приоритетные регионы для развития франшизы

Россия, СНГ

Минимальный размер площади магазина

50 кв.м торговой площади

Рекомендуемая торговая площадь магазина в зависимости от численности населения города

70 кв.м торговой площади

Средняя стоимость квадратного метра нетто/брутто торговой площади в магазине

от 200 евро

Минимальный размер первоначальных инвестиций в проект

100 000 евро

Планируемый срок окупаемости магазина

до 12 месяцев

Минимальное количество персонала в торговой точке

1 продавец на 40 кв.м

Количество коллекций, выпускаемых за год

2 коллекции в год

Сроки и место заказа коллекций

Сентябрь-октябрь

Март-апрель

в шоу-руме в Москве

Частота поставок коллекций

2 раза в год (август-сентябрь и январь-февраль)