



## Международный форум «Франчайзинг в России»

### Программа зала *Advanced*

27 – 28 сентября 2017 года

ЦВК «Экспоцентр»

Зал D1

### 27 СЕНТЯБРЯ

|               |  |
|---------------|--|
| 10:30 – 11:00 | Сбор участников, приветственный кофе   |
| 11:00 – 11:45 | <b>От регионального стартапа до глобального бизнеса</b><br><br>В 2011 году сыктывкарский предприниматель Федор Овчинников мыл полы в Макдональдсе. Всего через 6 лет его компания Додо Пицца стала самой большой сетью пиццерий в России.<br><br><b>Федор Овчинников</b> , основатель DO-DO Pizza  |
| 12:00 – 13:30 | <b>Огонь, вода и медные трубы: стратегия победителей</b><br><br><i>Кризисы и пути их преодоления.</i><br><br>Неудачи побеждают проигравших и вдохновляют победителей! За плечами любой успешной компании есть системные кризисы и болезни роста, неудачные сделки и ошибочные стратегии. Бизнес – это жизнь, а в жизни случаются санкции, вирус «Петя» и еще сотни непредвиденных обстоятельств, перед которыми можно пасовать, а можно двигаться вперед, несмотря ни на что. Настоящие победители всегда выбирают второй вариант.<br><br>Модератор – Екатерина Сойак<br><ul style="list-style-type: none"><li>• Юрий Тетров, мастер-франчайзи Eataly</li><li>• Александр Островский, основатель «Инвитро»</li><li>• Виталий Подольский, Со-основатель и управляющий партнер, HoReCa Band Group Ltd. - компании по развитию международной сети фаст-фуд пиццерий «Сбарро» в России/СНГ</li></ul> |
| 13:30 – 13:45 | Перерыв  |
| 13:45 – 15:45 | <b>Лучшие практики. Стандарты управления качеством во франчайзинговых сетях</b><br><br><b>13:45 – 14:25</b><br><br><b>Ольга Елисева</b> , Директор по операционной деятельности YUM! Brands Russia (бренды KFC и Pizza Hut)<br><br><b>ПОБЕДА ВКУСА. ИНСТРУМЕНТЫ КОНТРОЛЯ И МОТИВАЦИИ ПАРТНЕРОВ.</b><br><br><b>Основные составляющие ВКУСА продукта</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Фокус компании на качество продукта - стратегия</li><li>• Основные составляющие</li><li>• Качество сырья</li><li>• Работа оборудования</li><li>• Единый стандарт по приготовлению продукта</li></ul>  |

|               |  |
|---------------|--|
|               | <p><b>КУЛЬТУРА – работники гордятся продуктом и готовят его со страстью.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Качество гарантируем – обещание гостям</li> <li>• Контроль и мотивация партнеров</li> </ul> <p><b>14:25 – 15:05</b><br/> <b>Вячеслав Валинкин</b>, исполнительный директор ООО «Айкрафт оптикал Нью-Йорк», генеральный директор сети «Оптика МИО»</p> <p><b>ОТ КАЛИНИНГРАДА ДО ВЛАДИВОСТОКА. КАК ВЫСТРОИТЬ УСПЕШНУЮ СИСТЕМУ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПАРТНЁРАМИ.</b></p> <p><i>Важно не просто продать франшизу, у партнёра должна быть перспектива развития, от одного магазина – до региональной сети.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Какие системы управления работают в дальних регионах.</li> <li>• Программа лояльности. Как выстроить доверительные отношения с партнёром.</li> <li>• Доверяй, но проверяй. Какие методы контроля наиболее успешны.</li> <li>• Почему важно проводить выездные обучающие мероприятия</li> </ul> <p><b>15:05 – 15:45</b><br/> <b>Спикер на согласовании</b></p>  |
| 15:45 – 16:15 | Кофе-брейк   |
| 16:15– 17:30  | <p><b>Аналитика рынка</b></p> <p><b>16:15 – 16:35 – Франчайзинг России в цифрах: аналитика рынка от franshiza.ru</b><br/> <i>Статистика, динамика и тенденции российского франчайзинга.</i></p> <p>Нина Семина, генеральный директор компании Франкон, основатель franshiza.ru</p> <p><b>16:35 – 17:30 - АНАЛИТИКА РБК</b></p> <p><b>Российский рынок обуви 2017: цифры, тренды, франчайзинг</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Текущее состояние российского рынка обуви;</li> <li>• Ключевые потребительские тренды российского обувного ретейла 2016-2017 гг.;</li> <li>• Позиции франчайзинга на рынке;</li> <li>• Динамика проникновения франчайзинга на рынке;</li> <li>• Крупнейшие сети, работающие по франчайзингу.</li> </ul> <p><b>Российский ресторанный рынок 2017: отслеживаем вектор развития рынка</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Российский ресторанный рынок в условиях падения потребительского спроса</li> <li>• Ключевые потребительские тренды: по-прежнему ли актуально экономическое потребление?</li> <li>• Сетевые ресторанные операторы: кто вырос и кому пришлось закрыться</li> <li>• Ситуация на рынке франчайзинга: проекты, развивающиеся за счет расширения партнерской сети</li> </ul> <p><b>Салоны красоты Москвы 2017</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Динамика столичного рынка салонов красоты: влияние кризиса на общее состояние рынка;</li> <li>• Консолидация столичного рынка салонов красоты: крупнейшие игроки, планы, роль франчайзинга</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Перспективные районы для работы в столице: рынок далек от насыщения, есть районы с большим потенциалом</li> <li>• Потребительское поведение на рынке салонов красоты: средний чек, услуги, факторы выбора салонов красоты и др.</li> </ul> <p><b>Рынок фитнес-услуг России 2017</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Динамика российского рынка фитнес-услуг: как меняется потребительское поведение и объем рынка с падением реальных доходов населения, готовы ли люди отказываться от фитнес-услуг из-за кризиса</li> <li>• Рейтинг городов с высоким и низким уровнем развития фитнес-услуг. Перспективные города для развития фитнес-услуг</li> <li>• Франчайзинг на рынке фитнес-услуг</li> <li>• Возможности и перспективы рынка фитнес-услуг России</li> <li>• Прогноз развития рынка фитнес-услуг до 2020 года</li> </ul> <p><b>Екатерина Парамонова</b>, аналитик РБК Исследования рынков<br/> <b>Никита Глазков</b>, аналитик РБК Исследования рынков<br/> <b>Федор Бражалович</b>, аналитик РБК Исследования рынков</p> |
|--|--|

## 28 СЕНТЯБРЯ

|               |   |
|---------------|---|
| 10:30 – 10:45 | Сбор участников, приветственный кофе  |
| 10:45 – 11:30 | <p><b>Как выбрать франшизу</b><br/> <i>Практические советы и реальные инструменты, помогающие выбрать надежную франшизу</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Как отличить хорошую франчайзинговую концепцию от плохой</li> <li>• Как понять, что предлагает франчайзер – «упакованную» идею или работающую концепцию?</li> <li>• Какие вопросы следует задать франчайзеру до покупки, а также, на какие ответы Вы можете рассчитывать</li> </ul> <p><b>Тьерри Розе</b>, партнер в Franchise Growth &amp; Development, эксклюзивный представитель франшизы Le Kiosque à Pizzas®</p>  |
| 11:45 – 12:30 | <p><b>От одной точки до «кустового» франчайзи</b><br/> <i>Секреты успеха управления несколькими точками. Плюсы и минусы.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Каждый франчайзи мечтает о том, чтобы стать владельцем нескольких точек. При этом одни преуспевают, другие – нет.</li> <li>• На какие вопросы стоит дать ответ самому себе, прежде, чем сделать шаг от одной точки к мульти-франчайзи</li> <li>• Что и как необходимо делать «кустовому» франчайзи, чтобы преуспеть: команда, коммуникации, отчетность - интеграция лучших практик</li> </ul> <p><b>Тьерри Розе</b>, партнер в Franchise Growth &amp; Development, эксклюзивный представитель франшизы Le Kiosque à Pizzas®</p> |
| 12:45 – 14:15 | <p><b>Юридический батл</b></p> <p><i>Впервые на BUYBRAND – mock trial. Разбираем кейсы в формате ролевой игры.</i></p> <p>Как известно, франчайзинг как явление представляет единство двух противоположностей - продавцов франшизы (франчайзеры) и покупателей их опыта (франчайзи). Каждый заинтересован друг в друге. Однако у каждого своих интересов. Особенностью франчайзинга является большая важность юридической тщательности в договоренностях между партнерами. Именно поэтому мы каждый год приглашаем различных юристов с просьбой осветить тот</p>  |

|               |  |
|---------------|--|
|               | <p>или иной аспект франчайзинговых отношений. Но это были монологи. И, как правило, - изложение точки зрения одной из сторон. В этом году мы хотим дискуссии юристов, столкновения разных точек зрения, более острых и честных высказываний. Мы хотим изучить судебные споры между франчайзерами и франчайзи. Чтобы предоставить возможность «новичкам» извлечь уроки из чужих ошибок. И сделать этот рынок более прозрачным и понятным.</p> <p>Принято считать, что наиболее честно люди проявляются в критических ситуациях. Чтобы увидеть ошибки на старте отношений иногда следует смоделировать их финиш. Ибо только в расторжении открываются некоторые простые истины, которые люди не учли в самом начале. Именно поэтому мы предлагаем взглянуть на тему расторжения франчайзинговых отношений с разных точек зрения. При этом эти позиции будут озвучены профессиональными юристами.</p> <p><b>Вадим Усков</b>, управляющий партнер «Усков и партнёры»<br/> <b>Екатерина Смирнова</b>, LL.M., руководитель практики по интеллектуальной собственности/информационным технологиям «Качкин и партнеры»<br/> <b>Максим Али</b>, старший юрист, юридическая фирма «Максима Лигал»</p>  |
| 14:15– 14:45  | Кофе брейк   |
| 14:45 – 15:30 | <p><b>Известный бренд – основа успешной франшизы</b><br/> <i>Как превратить известность компании в деньги?</i></p> <p>Из чего должен состоять бренд?<br/> Как управлять брендом?<br/> Как превратить известность компании в деньги?<br/> Стоит ли переплачивать за имя?</p> <p><b>Антон Буланов</b>, директор по корпоративным коммуникациям ИНВИТРО «Инвитро»</p>   |
| 15:45 – 17:00 | <p><b>Долгосрочные стратегии франчайзеров – залог успеха франчайзинговой сети</b></p> <p>Без стратегии компания представляет собой набор активов, отягощенных обязательствами, не имеет представления о том, что с ней будет завтра. Компании, разработавшие и реализующие стратегии, немедленно получают преимущество перед компанией, не имеющей стратегии. Сформировав цели развития, они целенаправленно концентрируют имеющиеся и привлекаемые ресурсы на стратегических проектах и реализуют их, усиливая свои конкурентные позиции на рынке.</p> <p>Стратегия позволяет быстрее и эффективнее достигать долгосрочных целей развития компании. Единая стратегия компании, кроме того, является базой для объединения действий и решений различных подразделений компании в одно целенаправленное усилие. Если нет стратегии, менеджмент не может сформулировать бизнес-модель, которая обеспечит рост стоимости компании, и не способен принимать долгосрочные решения, направленные на ее развитие.</p> <p><b>Сергей Косенко</b>, предприниматель, основатель Sleepy<br/> <b>Александр Мехришвили</b>, директор по развитию бизнеса Cofix в России<br/> <b>Юрий Машинцев</b>, директор инвестиционного фонда Russia Partners<br/> <b>Алексей Локонцев</b>, основатель TOPGUN</p> <p>Модератор – <b>Дмитрий Бергельсон</b>, управляющий партнер, Holmes &amp; Moriarty</p> |