

# START

pro podnikání a franchising ►

Začínáme s franchisingem	3
Franchising a nájemní smlouva	5
Natur House	10

červen 2011 • číslo 8

podnikani-start.cz

Foto: shutterstock.com



## UNIGLOBE

Franchisa se kterou budete cestovat po celém světě ■ str. 4

## DIETPLUS NENÍ O PILULKÁCH

Zdravý život,  
(z)dravý byznys ■ str. 6

## WSI: INTERNETOVÝ MARKETING

Světový lídr přichází na český trh ■ str. 8

# START

pro podnikání a franchising ▶



## START pro podnikání a franchising vychází čtvrtletně na 16 stranách v nákladu 7000 kusů

**Obsah:** Zaměření na podnikatele, trendy, tipy na příležitosti a poradenství v podnikání jako takovém, rozhovory s významnými podnikateli a manažery, analýzy, návody, například jak zajistit financování. Tematický důraz na franchising jako formu podnikání umožňující bezpečně růst v globální ekonomice. Odbornost zajišťují poradci působící v České asociaci franchisingu a další specialisté v oblasti byznysu.

**Distribuce:** Magazín START je distribuován cíleně více než pěti tisícům zájemců o franchising. Dostává se tak přímo do rukou franchisorům a potenciálním franchisantům. V neposlední řadě do malých a středních podniků, profesních svazů a sdružení, hospodářských komor a informačních center, bankovních a finančních institucí, dále zahraničním zájemcům o vstup do České republiky, asociacím a svazům. Magazín START je mediálním partnerem ČAF.

... a podnikání máte jako na dlani

[www.podnikani-start.cz](http://www.podnikani-start.cz)

**Čtenáři:** START je cílen na podnikatelskou a manažerskou veřejnost, stávající i budoucí příjemce a poskytovatele franchisingu, bankovní a finanční instituce, dodavatele zboží a služeb pro franchisingové sítě, developery, média, hospodářské komory, agentury a informační centra.

**Inzerce:** Umožňuje stát se součástí exkluzivní prezentace nejvýznamnějších představitelů franchisingu, zvýšit povědomí o společnosti a důvěryhodnost vašeho systému, a tím i možnost další expanze v ČR a zahraničí. Zlepšuje vyjednávací pozici ve vztahu k příjemcům a poskytovatelům franchisingu.

### Další vydání magazínu START

• září 2011

START kontakt: tel.: +420 603 203 828

E-mail: [jiri.krajca@podnikani-start.cz](mailto:jiri.krajca@podnikani-start.cz), [www.podnikani-start.cz](http://www.podnikani-start.cz)

## Costa Coffee je lídrem kavárenského trhu v České republice

Společnost HDS Retail Czech Republic, provozovatel kaváren Costa Coffee v České republice, do konce léta přebírá všechny kavárny řetězce Coffeeheaven, které zakoupila od Whitbread.



Spojením těchto dvou značek se s 20 kavárnami po celé České republice stává Costa Coffee vedoucím kavárenským řetězcem na českém trhu. Toto posílení je zároveň velmi silnou základnou pro další růst. Kavárny Coffeeheaven budou rebrandovány na Costa Coffee během následujících měsíců. Spojení přinese zákazníkům záruku té nejkvalitnější kávy i výjimečného servisu. Ve 20 kavárnách nyní budou mít možnost vychutnat si nápoje připravené z jedinečné směsi Costa Coffee Mocha Italia, vytvořené pro opravdové milovníky kávy. Richard Kalhous, generální ředitel společnosti HDS Retail, k převzetí kaváren Coffeeheaven podotýká: „Tato akvizice, kterou se nám podařilo realizovat, je krokem k našemu cíli – umožnit co největšímu počtu českých zákazníků, aby si mohli vychutnat výjimečnou kávu Costa.“

### Nápaditá kampaň

Současně se začátkem přeměny kaváren Coffeeheaven na Costa Coffee zahájila společnost i novou propagační kampaň, která si klade za cíl nejen upozornit na změny, ale především pobavit diváky. Vzájemný „vztah“ obřích kelímků, reprezentujících oba řetězce, který vede romantická rendez-vous až k velkolepé svatbě na Staroměstské radnici, symbolizuje spojení řetězců. Ze slečny Coffeeheaven se nyní stává paní Costová a tato změna je pozitivní pro fanoušky obou řetězců – od svého nového partnera získala nejen jméno, ale také jeho vášeň pro skvělou kávu a výjimečný servis, zároveň si však uchová své nejlepší přednosti, například oblíbený zákaznický bonusový program.

[www.costa-coffee.cz](http://www.costa-coffee.cz)







## Začínáme s franchisingem

Chcete samostatně podnikat, a přitom nebýt sám? Pak by tou pravou volbou pro vás mohl být franchising. Mezi jeho výhody patří, že se můžete při zahájení i v průběhu podnikání opřít o podporu z ústředí i od dalších franchisantů. Franchisy najdete dnes nejčastěji v sektoru stravování, ale jsou rozšířeny snad do všech oblastí prodeje zboží a služeb. Bez ohledu na produkt jsou však zásady franchisingu ve všech oborech stejné.

### Co je franchising?

Franchising je takový typ vztahu mezi franchisorem (vlastníkem franchisového systému) a franchisantem (firma nebo osoba využívající na smluvním základě franchisový systém), při kterém je poskytnuta licence na předmět franchisového systému. Licence dává franchisantovi právo používat obchodní značku a celý systém po určitou sjednanou dobu.

### Proč franchising?

Franchisorovi umožňuje franchising rozšířit počet provozoven a získat větší podíl na trhu. Franchisantovi zase umožňuje začít podnikat s podporou centrály, značky a osvědčeného modelu. Na určitém území může franchisor buď zřídit jednu či více provozoven s definovaným okruhem působnosti, nebo ustanovit master franchisanta, který v daném teritoriu vybuduje síť dalších franchisantů. Hlavním typickým rysem franchisového konceptu je, že zákazníci mají s jeho produkty vždy stejnou zkušenost, nezávisle na tom, kde se provozovna nachází a kdo ji vede. To franchisor zajišťuje pomocí jednotného manuálu a školení franchisantů a jejich zaměstnanců.

### Jak by měl zájemce o franchisu postupovat?

Nejprve je třeba si udělat průzkum. Due diligence je prvním úkolem potenciálního franchisanta. Najít správnou franchisu, důkladně ji prozkoumat, zajistit financování a investování do franchisy řádně připravit vám může pomoci tým odborníků, který zahrnuje:

**franchisového konzultanta** – pomůže s vaším profilem, odhalí vaše silné a slabé stránky a vyhodnotí vaše zkušenosti; **účetního** – pomůže vytvořit podnikatelský plán a účetnictví; **bankéře** – vyhodnotí podnikatelský plán a zajistí financování; **právníka** – pomůže se všemi dokumenty spojenými s investicí a prověří příslušnou legislativu.

### Když máte tým, je čas se rozhodnout, který franchisový systém je pro vás nejlepší

Dalším krokem je podání žádosti, ve které popíšete mimo jiné i svoje zkušenosti, finanční možnosti a cíle. Pak zahájíte osobní jednání s franchisorem. Než podepíšete franchisovou smlouvu, vyžádáte si tzv. Disclosure documents, tedy informace o franchisorovi, jeho týmu a franchisové smlouvě. Smlouva určuje podmínky franchisy, délku smluvního vztahu, vstupní poplatek a pravidelné poplatky, omezení, smluvní území a další. Projdete školením, které vás naučí, jak s franchisou pracovat, a získáte potřebné znalosti, abyste franchisový systém mohli aplikovat. V rámci počátečních školení se dozvíte informace o provozních standardech a procedurách, propagaci, náboru a školení zaměstnanců, řízení financí a o organizaci prodejního místa. Různé systémy řeší různě délku školení i úhradu nákladů. V dobrém franchisovém systému je školení kontinuální proces, při kterém si franchisant průběžně zdokonaluje a aktualizuje své znalosti. Zásadní informace pak najde franchisant v obsáhlém manuálu.

*Jiří Krajča, franchisový poradce a člen ČAF – [www.franchise-academy.cz](http://www.franchise-academy.cz)*

## Podnikatelský plán

Kvalitní podnikatelský plán by měl být cestou k úspěšnému podnikání. Měl by franchisantovi ukázat, kde chce být a jak se tam dostat. Business plán by měl být jedním z manuálů, který franchisor poskytne franchisantovi. Franchisat by se měl průběžně k business plánu vracet. Jinými slovy, business plán by měl být neustále živým, aktualizovaným dokumentem. Je nutné si také uvědomit, že sestavování business plánu vyžaduje podstatné množství vynaloženého času, trpělivosti, výzkumu, psaní, editování a přepisování. Veškeré toto úsilí, by mělo dříve nebo později přinést své ovoce.

### Stručný návod na sestavení podnikatelského plánu

1. Začněte popisem franchisy, kterou hodláte zakoupit a toho, jak s ní chcete dosáhnout úspěchu. Uveďte informace o franchisorovi, jeho síti, franchisantech a jeho postavení na trhu.
2. Pro banky je důležité poznat také váš manažerský tým. Vysvětlete, proč se domníváte, že jste schopni franchisu řídit a kdo s vámi bude spolupracovat.
3. Popište výhody vašich produktů nebo služeb, čím se odlišují od konkurence a jak vám pomohou dosáhnout vašich cílů. Také popište způsob, jak se dostanou ke konečnému zákazníkovi.
4. V sekci marketingu popište a rozeberte silné a slabé stránky, příležitosti a rizika (SWOT). Odhadněte, jaký podíl na trhu hodláte získat, popište cílovou skupinu zákazníků a váš marketingový plán.
5. Popište provozovnu, kde svoje zboží nebo služby budete poskytovat, majetek, zařízení, financování provozovny, zaměstnance, pojištění, dodavatele.
6. Ve finanční sekci popište své finanční možnosti a finanční plán na první dva roky.

Vydavatel: G.B.C., a. s., Opletalova 6, 110 00 Praha 1, IČ: 60725796

Vedoucí projektu: ing. Jiří Krajča

Registrace: MK ČR E 18558

[www.podnikani-start.cz](http://www.podnikani-start.cz)

Grafika a zlom: Martin Šusta Tisk: H.R.G., spol. s r. o.

Jakékoli užití části nebo celku, zejména přetisk včetně šíření jakýmkoli způsobem bez výslovného svolení vydavatele, je zapovězeno.

# Proč si zvolit franchisu UNIGLOBE?

Velkou výhodou využívání služeb kanceláří UNIGLOBE je pro firmy snižování jejich nákladů spojených se zajišťováním letenek, ubytování, pronájmu aut a dalších s tím souvisejících služeb.



Firma se nemusí starat a mít zodpovědnost za to, aby se její pracovník v klidu dostal tam, kam má.

## Business travel zahrnuje následující služby:

- vyhledávání optimálních letenek
- rezervace míst k sezení v letadle
- sledování nevyužitých elektronických letenek
- zajišťování komplexního servisu (doprava, ubytování, pronájem aut) – balíček služeb;
- poradenství
- dodržování firemních cestovní politiky

UNIGLOBE Travel Czech Republic and Slovakia, s. r. o., je součástí jedné z největších franchisových cestovních agentur se sídlem ve Vancouveru, Kanada. UNIGLOBE má 750 poboček ve více než padesáti zemích světa. Pod obchodní značkou UNIGLOBE působí cestovní agentury zaměřené na zjišťování služebních cest.

Na základě využívání franchisy UNIGLOBE je možno klientům snížit průměrné cestovní náklady o 10–40 %. Údaje jsou na základě statistiky klientů UNIGLOBE. Určujícím faktorem pro snížení ceny jsou moderní technologie.

## Jak se připojit k franchisovému konceptu UNIGLOBE

Relativně nízké poplatky za nákup franchisové licence a minimální náklady související s připojením k franchisovému konceptu UNIGLOBE umožňují, zejména malým a středním podnikatelům, stávajícím cestovním agenturám a kancelářím spolupráci s franchisovým konceptem UNIGLOBE.

## Přednosti franchisy UNIGLOBE

- využití prověřených a vyzkoušených praktických zkušeností a know-how franchisového konceptu UNIGLOBE
- široká podpora a poradenství ze strany franchisora, centrály UNIGLOBE.
- možnost docílení vyšších zisků díky použití zavedené značky UNIGLOBE a použití jedinečných technologií UNIGLOBE
- možnost založit vlastní cestovní kancelář (agenturu) pro malé a střední podnikatele
- díky podpoře franchisové centrály a využitím know-how UNIGLOBE zůstává dostatek samostatnosti a možností pro realizaci podnikatelských nápadů a aktivit, vlastnictví a řízení kanceláře zůstává v rukou stávajícího majitele nebo jím určeného zodpovědného zástupce

- centrála zajišťuje zdokonalování technologií, průzkum poptávky trhu business travel, vývoj nových systémů prodeje, poradenství a podporu při zvyšování objemu tržeb
- centrála podporuje personální růst úrovně kanceláří a know-how formou intenzivního a průběžného školení
- centrála se podílí na přípravě reklamy a marketingové podpore – public relations, podpora prodeje, přímý marketing, věrnostní programy, tržní segmentace a prodejní technologie
- přístup k exklusivním informacím o trhu

## Důležité obchodní principy franchisy UNIGLOBE

- Profesionální poradenství a servis
- Kvalita produktů a služeb
- Dostupnost produktů UNIGLOBE

**UNIGLOBE**  
Travel

### Kontakt:

E-mail: [jkrájca@uniglobetravel.cz](mailto:jkrájca@uniglobetravel.cz)  
[www.uniglobetravel.cz](http://www.uniglobetravel.cz)



## Franchising a nájemní smlouva

Jedním z podstatných úkolů před zahájením provozu franchisového systému je najít správné prostory, ve kterých bude franchisant svůj franchisový systém provozovat. Ze strany franchisorů je nám advokátům často kladena otázka, zda má nájemní smlouvu na nebytové prostory uzavírat franchisor či franchisant.

Tady záleží prioritně na domluvě stran a samozřejmě i na požadavcích daného franchisového systému. Pokud bude nájemní smlouvu uzavírat franchisor, nese to s sebou výhody jednodušší synchronizace franchisové a nájemní smlouvy. Pokud však nájemní smlouvu jakožto nájemce bude uzavírat přímo franchisant, měl by si s ním pak franchisor vyjednat možnost do vyjednávání a uzavírání nájemní smlouvy zasahovat, včetně povinnosti informovat o veškerých následných změnách uzavřené nájemní smlouvy.

Otázka, zda nájemní smlouvu uzavře jakožto nájemce franchisor či franchisant, má dopad také na oblast práva soutěžního. V souladu s Nařízením Komise (EU) č. 330/2010, o vertikálních blokových výjimkách, lze sjednat s franchisantem závazek k odběru zboží nad 80 % na dobu delší než 5 let mimo jiné tehdy, pokud prostory, kde franchisant franchisový systém provozuje, jsou ve vlastnictví či v nájmu franchisora.

Pokud jde o obsah nájemní smlouvy, měly by především být zohledněny veškeré požadavky franchisového systému na technické požadavky najatých prostor, možnost stavebních úprav, umístění loga apod.

Dále se nesmí opomenout synchronizovat nájemní smlouvu a franchisovou smlouvu z hlediska časového, tj. aby se vyloučila situace, kdy by musel franchisant ještě několik měsíců po ukončení franchisové smlouvy platit nájemné za prostory, které již nepotřebuje. Pokud by nájemní smlouvu uzavíral franchisant, tak je vhodné začlenit možnost postoupení práva nájmu na franchisora a toto ujednání zohlednit i ve franchisové smlouvě. Tím by se mělo předejít situaci, kdy dojde k ukončení franchisové smlouvy s franchisantem, avšak zaběhnutý obchod nebude moci převzít franchisor či jiný franchisant. V případě nájemní smlouvy na dobu určitou je také praktické začlenění přednostního práva na prodloužení nájmu na žádost nájemce.

Práva a povinnosti nájemce a pronajímatele jsou řešeny prioritně zákonem č. 116/1990 Sb., o nájmu a podnájmu nebytových prostor; pro otázky tímto zákonem neupravené se pak použije občanský zákoník. Pozor, tento zákon se však nevztahuje na nájem celé nemovitosti, tj. budovy; ten je řešen občanským zákoníkem.

Při uzavírání nájemní smlouvy na nebytové prostory v domě by si smluvní strany měly nejprve zkontrolovat, zda má smlouva veškeré náležitosti, které zákon o nájmu a podnájmu nebytových prostor vyžaduje. V případě, že některá z podstatných náležitostí chybí, je totiž

smlouva absolutně neplatná. Podstatnými náležitostmi nájemní smlouvy je označení smluvních stran, předmětu nájmu, účelu nájmu, výše nájemného, výše platby za služby a doba platnosti uzavření nájemní smlouvy, pokud není uzavírána na dobu neurčitou.

Skutečnost, zda je nájemní smlouva uzavírána na dobu určitou či neurčitou, hraje velký význam při ukončení dané smlouvy výpovědí. Zatímco smlouvu sjednanou na dobu neurčitou lze vypovědět v tříměsíční lhůtě bez udání důvodů, vypovědět nájemní smlouvu na dobu určitou je možné pouze z důvodů stanovených zákonem, pokud si smluvní strany nedohodnou něco jiného. Je zde tedy možnost, aby si smluvní strany v nájemní smlouvě uzavřené na dobu určitou dohodly další výpovědní důvody nad rámec zákona.

Závěrem lze tedy uvést, že pro franchisora je výhodnější situace, kdy nájemní smlouvu uzavře sám, a to z důvodu lepší možnosti synchronizace nájmu a franchisového systému nebo také z důvodů soutěžněprávních. Nicméně, i pokud nájemní smlouvu uzavře jako nájemce franchisant, nemusí být pozice franchisora méně výhodná; je však vhodné smluvně upravit alespoň záležitosti v tomto příspěvku zmíněné.

*JUDr. Halka Pavlíková,  
advokátka Noerr, s. r. o.*

**Vlasové studio HAIR-DESIGN je správnou volbou pro klientky, které upřednostňují při péči o vlasy profesionalitu, pohodu, příjemné a elegantní prostředí.**

**V našem studiu klademe velký důraz na individuální přístup, který je nezbytný k maximální spokojenosti klienta. Upřednostňujeme kvalitu nad kvantitou.**

**Naším klientům nabízíme kompletní péči o vlasy a vlasovou pokožku, střihy dle aktuálních módních trendů, ošetření vlasů, různé barvicí i melírovací techniky a také vytváření večerních, slavnostních a svatebních účesů.**

**Kadeřnice jsou pravidelně proškoleny a současně se účastní soutěží v účesové tvorbě.**

## STUDIO HAIR DESIGN

Pro odběratele měsíčníku START jsme připravili slevu 20 % na veškeré kadeřnické úkony. Objednejte se na tel: 7777 111 21, nebo přes objednávací formulář na [www.hair-design.cz](http://www.hair-design.cz)  
Heslo uveďte START

Studio HAIR-DESIGN, Vinohradská 167, Praha 10  
Strašnice, v pasáži Centrum Vinice Vodafone





# Dietplus nenabízí pilulky, ale reálné jídlo

Boj s obezitou se stal skvělým byznysem, do kterého se vrhly desítky firem. V drtivé většině ale nabízejí nejrůznější zázračné pilulky, kosmonautické gely, koktejly či jiné „zázračné“ prostředky. Program Dietplus nabízí něco zcela jiného – reálné jídlo s benefitem nutriční vyváženosti.



Účinnost redukčního programu Dietplus byla jednoznačně prokázána klinickou studií ve spolupráci s odborníky z prestižního institutu IKEM. Výsledky ukázaly, že kromě optimální ztráty hmotnosti došlo u sledované skupiny k zásadnímu zlepšení celkového zdravotního stavu.

## Jídelníček ušitý na míru

Programem Dietplus prošla například i redaktorka časopisu Katka, která píše o redukci hmotnosti a sama si programy zkouší „na vlastní kůži“. „Po dvou měsících jsem zhubla o 8 kilogramů. Šlo o úbytek tuku při zachování svalové hmoty, což u většiny diet není samozřejmostí. U nutriční terapeutky v centru Dietplus jsem se navíc naučila využívat vyváženého stravovacího režimu. Dietplus je účinný a velmi praktický způsob hubnutí,“ říká redaktorka Jitka Chramostová a dodává: „Manžel

říká, že mám postavu, jako když jsme se před lety potkali.“

Zhubnout chce každý, ale mnozí mají problémy s přípravou nutričně vyváženého jídelníčku, zápasí s nedostatkem času a výběrem ingrediencí či jejich odvažováním. To vše v případě programu Dietplus odpadá, celodenní stravovací program respektuje rytmus života a je šit na míru nutričním terapeutem. Komplexní vyšetření v centru Dietplus je zcela zdarma a nutriční terapeut je k dispozici po celou dobu redukce hmotnosti. Kontrola je nesmírně důležitá pro finální úspěch, návštěvy jsou zpravidla jednou týdně.

## Hubnutí pod dohledem profesionálů

Výběr jídel je pestrý a velice rozsáhlý, každý si vybere. Pokrmy obsahují optimální poměr bílkovin, tuků, sacharidů a vlákniny, jsou navíc obohaceny o vitamíny a minerální

látky a mají nízkou kalorickou hodnotu. Po dosažení váhy vám nutriční terapeut poradí, jak si váhu udržet, a pod kontrolou jste i během následného stabilizačního období váhy, aby se zabránilo případnému jojo efektu.

Centra Dietplus mají moderní stylový vzhled a vyškolený profesionální personál dotváří příjemnou atmosféru. Dvě pilotní provozovny byly otevřeny v Praze, ve Francii výborně funguje devět vlastních a již pět franchisových center. Po ověření úspěšnosti konceptu se nyní v Česku otevírají poprvé možnosti i pro franchisanty. Další prezentační akce pro potenciální zájemce o licenci se uskuteční 15. 6. 2011 v restauraci Le Patio na Národní třídě 22 v Praze.

## NÁKLADY SPOJENÉ S OTEVŘENÍM Pobočky

Vstupní poplatky – licence

**100 000 Kč**

Náklady spojené s renovací vnitřních prostor

**přibližně 400 000 Kč bez daně (+/- 25 % podle stavu prostor)**

Nábytek a vybavení obchodu

**300 000 Kč**

**Vstupní poplatek zahrnuje:**

- odborná příprava personálu
- náklady spojené s činností architekta
- asistence při zahájení provozu



**Kontakt:**

Bc. Iveta Berkovičová

E-mail: [iveta.berkovicova@dietplus.cz](mailto:iveta.berkovicova@dietplus.cz)

[www.dietplus.cz](http://www.dietplus.cz)



## PRAVIDELNÉ POPLATKY A NÁKLADY SPOJENÉ S PROVOZEM Pobočky

Reklama spojená s uvedením do provozu

**100 000 Kč (dle domluvy a plánu)**

Prvotní nákup zboží

**100 000 Kč (splatnost měsíc)**

Franchisant je povinen utratit (na lokální reklamu, dohodou)

**3 % z obrátu podle velikosti města**

Provozní poplatek za IT systém a podporu ze strany centrály...

**7000 Kč**

Měsíční poplatek

**2 % z obrátu na podporu globálního marketingu**

- Doba trvání franchisingové smlouvy: **5 let**
- Teritoriální exkluzivita: **Města s více než 25 000 obyvateli**
- Zásobovací exkluzivita: **Povinnost zásobovat se výhradně u Dietplus®**
- Celková investice pro otevření centra **od 700 000 do 1 100 000 Kč**

S ohledem na tyto skutečnosti doporučujeme minimální osobní vklad ve výši 40 % z celkové investice.

## Expanze otvírá šance pro franchisanty

Společnost International Diet je součástí mezinárodní skupiny United Bakeries a plánuje po úspěšném zavedení konceptu Dietplus v České republice další expanzi nejen ve Francii, ale i ve Slovenské republice, v Polsku a Maďarsku. Letos v České republice plánuje společnost International Diet otevřít čtyři nová franchisingová centra, jejichž provozovatelé získají mimořádně výhodné podmínky. V tuto chvíli probíhají první jednání s vybranými potenciálními partnery.

Program Dietplus je jediný v ČR, který dokáže nabídnout komplexní celodenní stravu bez chemie a konzervantů, která je díky sterilizaci připravená kdykoliv k použití bez jakékoliv nutnosti lednice. Právě v tomto segmentu je ohromný potenciál, neboť na českém trhu stále převládají už zmíněné pilulky atd.

Foto: Dietplus

## Nové možnosti spolupráce se Slovenskou franchisingovou asociací

**Podnikání s využitím franchisingu zaznamenává i na Slovensku intenzivní rozvoj téměř ve všech oblastech. Slovenská franchisingová asociace zahájila aktivní komunikační a propagační kampaň, v rámci které nabízí spolupráci při popularizaci a rozvoji franchisingu na Slovensku.**

Důležitým úkolem SFA je poskytování kvalitních a aktuálních informací a servis svým členům, partnerům i odborné veřejnosti. V rámci asociace byl ustanoven Sbor konzultantů, jehož cílem je navázat spolupráci s osobnostmi a odborníky z různých oblastí podnikání. Vznik koordinované skupiny specialistů umožní v rámci asociace řešit nejen aktuální problémy v oblasti franchisingu, ale i zaznamenávat současné trendy, poskytovat konzultace, servis a služby spojené s realizací franchisingových projektů a manuálů. Asociace tak získá nejen kvalifikované teoretické informace, ale i informace z praxe, názory a potřeby poskytovatelů i příjemců franchisingu, jejich obchodních partnerů, ale také jejich zákazníků. Získané informace poskytne dále svým členům a partnerům.

Mediálními partnery asociace se staly nejnámější slovenské franchisingové portály [www.FranchisingPortal.sk](http://www.FranchisingPortal.sk) a [www.franchisa.sk](http://www.franchisa.sk). Asociace tak výrazně rozšířila své propagační a komunikační kanály u laické i odborné veřejnosti, která se zajímá o podnikání formou franchisingu. V České republice se mediálním partnerem SFA stal magazín START pro podnikání a franchising.

### Členové Slovenské franchisingové asociace:

- **Noerr** – mezinárodní advokátní kancelář
- **Pizza Mizza** – síť pizzerií
- **Ráj sýrů** – specializované obchody s různými druhy sýrů
- **Matador** – maloobchod s pneumatikami, pneuservisy
- **Subway** – rychlé občerstvení
- **COOP Jednota** – síť prodejen s potravinami
- **RE/MAX** – realitní služby
- **FORNETTI SLOVAKIA** – rychlé občerstvení
- **Naturhouse** – služby a produkty pro zdravou výživu a dietu
- **Rempo** – maloobchod, ochranné oděvy a pomůcky
- **Musculus** – relax a výživa
- **Anker** – síť pekáren
- **POTRAVINY.eu** – elektronický obchod

### Kontakt:

#### Slovenská franchisingová asociácia

Cesta na Senec (Shopping Palace) 2/A, v sídle RE/MAX Slovakia

821 04 Bratislava

E-mail: [info@sfa.sk](mailto:info@sfa.sk)

[www.sfa.sk](http://www.sfa.sk)



# WSI – světový lídr v oblasti internetového marketingu přichází na český a slovenský trh

Naším hlavním posláním je přinášet klientům reálnou hodnotu v podobě zlepšení obchodních výsledků. Využíváme pro naplnění tohoto poslání fenomén dneška – internet.



## O WSI

Společnost WSI (zkratka znamená We Simplify the Internet) je globální konzultační firma pracující na principu franchisingu, která poskytuje svým klientům v různých segmentech trhu služby a řešení v oblasti internetového marketingu. Internet a digitální média výrazně změnila tvář tradičního marketingu a společnost WSI stojí již od poloviny 90. let minulého století na špičce tohoto vývoje. Společnost má celosvětově největší síť konzultantů (cca 1500 franchisantů) působících ve více než 80 zemích světa. Centrála zaměstnávající cca 100 osob sídlí v kanadském Torontu.

WSI využívá pokročilé strategie online marketingu, inovativní technologie a vytváří pro své klienty systémy internetového marketingu šité na míru jejich potřebám. WSI franchisanti (marketingoví konzultanti) pomáhají svým klientům zlepšovat online reputaci značky, vytvářet více obchodních příležitostí prostřednictvím internetu, odhalovat nové zdroje tržeb, a zvyšovat tak ziskovost.

Společnost WSI zařadil prestižní portál Franchise Direct na seznam Top 100 globál-

ních franchisingových systémů. V roce 2010 WSI obdržela 6 ocenění „Standard of Excellence“ udělovaných organizací Web Marketing Association. WSI je hrdá na to, že za přispění a spolupráce svých klientů, franchisantů, zaměstnanců a dodavatelů podporuje globální iniciativu „Make Child Poverty History“.

## Proč internetový marketing?

Internetový marketing je jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících segmentů trhu současnosti s vynikající perspektivou do budoucna. Je to forma marketingu, která využívá pro dosažení marketingových cílů jako médium internet a příbuzné digitální technologie (mobilní telefony, interaktivní TV). V současné době využívá techniky jako placená reklama ve vyhledávačích (PPC), marketing v sociálních sítích, e-mail marketing, content marketing, online reputační management a řadu dalších.

Firmy po celém světě vnímají zásadní výhodu internetového marketingu oproti tradičním formám marketingu a tou je velmi dobrá měřitelnost výsledků a tedy i návratnosti vlo-

žených investic. Postupně přesouvají do této oblasti stále více investic právě na úkor tradičních forem marketingu. V USA a některých západních zemích přesáhl podíl investic do internetového marketingu 50 % veškerých marketingových investic.

V České republice se již několik let pohybuje průměrný meziroční nárůst celkových investic do internetového marketingu kolem 25 %. V roce 2010 firmy na území ČR investovaly v této oblasti cca 7,8 mld. Kč, což znamenalo 3. místo hned za televizní reklamou a reklamou v novinách a časopisech. V roce 2011 se očekává dosažení úrovně cca 10 mld. Kč.

## Franchisingový systém WSI

Společnost WSI vybuodovala a rozvíjí velmi úspěšný systém internetového marketingu (zahrnující vlastní consulting, produkty i služby), který byl původně určen pro segment SME (malé a střední firmy), nicméně v současné době se úspěšně uplatňuje i u korporátních klientů. Aby podpořila svoji globální expanzi, vytvořila WSI franchisingový systém, který je nepřetržitě zlepšován od roku 1996.

Věříme, že tento franchisingový systém je jedním z nejatraktivnějších business modelů dostupných na franchisingovém trhu. Poskytujeme business-to-business profesionální služby s minimálními režijními náklady. Mezi klíčové vlastnosti WSI franchisingového systému patří:

**Brand:** WSI franchisant má možnost plně využít značky úspěšné globální společnosti, sdílet globální zkušenost zhmotněnou mimo jiné i do WSI Wisdom Book, tedy knihy úspěšných referencí firmy.

**Osobnost franchisanta – je především business konzultant a obchodník:** Neočekáváme znalost internetových technologií, každý franchisant získá a rozvíjí základní přehled, nicméně detailní technickou znalost nepotřebuje – je pro něj zajištěna síť WSI subdodavatelů nazývanou eMarketplace.



**Spolupracující síť franchise:** Výše zmíněná největší síť konzultantů je sítí skutečně spolupracujících subjektů, které sdílejí globální znalost a zajišťují její lokální implementaci. Vedle každodenní neformální spolupráce a výměny zkušeností podporuje WSI systém kooperaci mezi jednotlivými franchisanty i zaváděním metod coachingu a mentoringu, které jsou využívány jednak novými franchisanty a dále pak při realizaci projektů nových pro daný region.

**Globální eMarketplace:** Dílčí aspekty našich dodávek vyžadují samozřejmě využití široké palety produktů a technických služeb. Jejich detailní zvládnutí je zajištěno globální sítí subdodavatelů (často výhradních pro WSI) nazývanou eMarketplace. Jednotliví subdodavatelé jsou do eMarketplace pečlivě vybíráni WSI, a to jak z pohledu pokrytí všech potenciálních aspektů dodávky, tak zejména z pohledu kvality konkrétních subdodavatelů.

**Trvalé vzdělávání:** Dynamicky se rozvíjející odvětví vyžaduje i trvalé vzdělávání našich franchisantů. To je zajišťováno formou školení v centrále firmy, formou řady eLearningových kursů, webinářů, odborných článků. Nejnovější trendy v oboru, stejně jako nejlepší zkušenosti úspěšných franchisantů, jsou sdíleny na WSI konferenci, která je pořádána pravidelně dvakrát ročně.

Každý franchisant tak má možnost se skutečně plně věnovat consultingu a obchodu.

**Minimální režijní náklady:** Systém nevyžaduje zřizování vlastních provozoven, svoji kancelář si můžete zařídit i doma, nebo můžete využít služeb nabízených master franchisantem pro území ČR a SR.

**Kontakt:**

Ing. Milan Drbohlav, Ph.D.  
E-mail: milan.drbohlav@wsimarketing.cz  
[www.wsimarketing.cz](http://www.wsimarketing.cz)

**STAŇTE SE WSI FRANCHISANTY**

Cílem WSI na území České republiky a Slovenska je vybudovat v následujících třech letech výkonnou síť spolupracujících franchisantů, která se stane významným hráčem na trhu a bude úspěšně konkurovat velkým agenturám působícím v oblasti internetového marketingu. Z tohoto důvodu věnujeme výběru franchisantů velkou pozornost.

**Profil franchisanta**

Našimi franchisanty jsou typicky vysokoškolsky vzdělaní lidé s manažerskými zkušenostmi z oblasti consultingu, financí či IT. Základními předpoklady úspěšných kandidátů jsou:

- touha a čas podnikat – rozhodnutí zakoupit franchisingovou licenci znamená podstatnou změnu,
- schopnost dorozumět se v anglickém jazyce,
- chuť se trvale vzdělávat,
- připravenost k počáteční investici, která se podle typu licence pohybuje od 750.000 Kč až do 1.250.000 Kč.

**Naše výběrové řízení**

Výběrové řízení trvá typicky 2–4 týdny a zahrnuje celkem 8 kroků, v jejichž průběhu se kandidát detailně seznámí se systémem WSI a všemi aspekty nezbytnými pro své rozhodování. Rovněž WSI se seznámí podrobně s kandidátem. Toto seznámení zahrnuje osobnostní test, interview s master franchisantem pro ČR a SK a dvě interview s pracovníky centrály v Torontu – business development managerem a členem představenstva WSI.

# Škola franchisingu

**Stále více českých společností přemýšlí, jak svůj business přeměnit na franchisový koncept. Pro vstupní analýzu a následnou spolupráci však nejsou mnohdy připraveny spolupracovat a oslovit odborníky ve franchisingu, kteří mají dostatek teoretických i praktických zkušeností s franchisingem.**

Jak zprostředkovat kontakt mezi odborníky ve franchisingu a zájemci, kteří chtějí rozvíjet své podnikání formou franchisingu? Odpovědí na tuto otázku by mohl být nový koncept dlouhodobého vzdělávání v oblasti franchisingu. Společnost Franchise and retail academy ve spolupráci s Poradenskou kancelář RNDr. Jiřího Lošťáka ([www.lostak.cz](http://www.lostak.cz)) připravují sérii vzdělávacích seminářů, jak zdokonalit stávající nebo vytvořit úplně nový franchisový koncept. Jiří Lošťák je zkušeným lektorem franchisingových kurzů, které stály na počátku startu dnes úspěšných franchisových konceptů (např. PHARMALAND, Výtopna restaurant, Expreska, DOKTOR KLAIN, MARVEL Mobilní domy, a dalších). Společnost Franchise and retail academy má cenné zkušenosti s prezentací franchisových systémů, nábořem franchisantů i s poradenstvím při vlastním provozování franchisového systému.

Škola franchisingu je určena pro zájemce o franchising, podnikatele, kteří chtějí vybudovat franchisový koncept, všechny, kteří se chtějí více a do hloubky zabývat franchisingem. Výuka bude probíhat v blocích složených z přednášek, praktických cvičení, exkurzí, názorných ukázek a případových studií.

**Lektoři**

Základní tým lektorů bude tvořen poradci, právníky, zástupci renomovaných vysokých škol a s financováním franchisingu poradí zástupci bank. Jako odborníci z praxe vystoupí manažeři a vlastníci úspěšných franchisových systémů.

Před začátkem každého bloku budou připraveny podkladové materiály. Díky jednotné předloze budou materiály snadno upravitelné do jednotného skriptu pro každý blok školy.

V písemných podkladech budou kopie vybraných materiálů, seznam doporučené literatury atd. včetně zadání samostatné tematické práce. Výukové materiály budou v chráněné sekci webových stránek školy. Zde budou mít studující k dispozici i aktuální pokyny pro daný blok studia.

**Hodnocení**

Nehodnotí se prospěch na konci školy, ale aktivity v celém průběhu studia. Úspěšné absolvování studia vyžaduje pravidelnou účast na blocích, workshopech a prezentacích. Posluchači musí prokázat svoji schopnost aplikovat získané znalosti na konkrétním projektu franchisového konceptu. Účastníci školy dostanou v průběhu každého bloku zadání konkrétní samostatné práce. Cílem samostatné práce posluchačů je použít teoretické znalosti tvůrčím způsobem a aplikovat je pro franchisový koncept vlastní nebo modelové firmy.

Po úspěšném absolvování školy obdrží každý absolvent certifikát.

**Kontakt:**

[jiri.krajca@podnikani-start.cz](mailto:jiri.krajca@podnikani-start.cz)

# Zdravé podnikání s Natur House

S nadváhou a potažmo obezitou má problémy stále více Čechů. Nejsme v tom ale sami, tento nejen estetický, ale především zdravotní problém řeší celý vyspělý svět. Právě proto ve Španělsku v roce 1992 vzniklo dietetické centrum Natur House, které začalo šířit povědomí o zdravém stravování. Do dnešní doby díky Natur House dosáhlo svého cíle udržet si optimální váhu a posílit své zdraví více než 3 000 000 lidí.



„Nejedná se o žádnou drastickou dietu ani užívání tzv. zázračných pilulek. Naopak, naši klienti se učí vyváženému stravování, a často dokonce jedí ve větším množství, než byli zvyklí, čímž hubnou. Tajemství úspěchu spočívá ve výběru a správné kombinaci potravin dle individuálních charakteristik každého člověka,“ vysvětluje Jan Gonda, master franchisant pro ČR a SR, který je zodpovědný za rozvoj sítě Natur House.

## Přidaná hodnota Natur House

Natur House je nadnárodní společnost rozvinutá na systému franchise. Je lídrem na trhu v oblasti služeb a produktů určených pro výživu a dietu. Oproti jiným konceptům se odlišuje v osobním dietetickém poradenství, které je poskytováno zdarma.

Poradenství se uskutečňuje v dietetických centrech Natur House. V každé pobočce působí odborně vyškolený personál, který stanoví individuální dietní plán a doporučí takovou kombinaci originálních produktů, které zharmonizují celý organismus. Hlavní ingredience výrobků tvoří výtažky ze zeleniny, ovoce a bylin, na jejichž výrobě se podílejí

tým farmaceutů, dietologů, biologů a lékařů. Klienti navštěvují svého odborného poradce každý týden. Tato setkání slouží k tomu, aby člověk, který se drží zásad Natur House, sdělil dietoložce své pokroky, dojmy a názory a případně upozornil na jakoukoliv nepříjemnost. Pravidelný kontakt je důležitým aspektem při hubnutí. Klient je motivován k dosahování dílčích úspěchů prostřednictvím správných výživových vzorů a k dodržování tohoto chování.

## Cíle Natur House

Od svého vzniku vybudovala společnost Natur House síť čítající na 1700 franchisových poboček po celém světě. Nejnověji podepsali představitelé Natur House smlouvy v Číně a v hledáčku mají také Indii a Rusko.

V současnosti, po dvou a půl letech činnosti, funguje celkem 30 center Natur House v České a Slovenské republice. Franchisa Natur House najde uplatnění ve všech městech s 20 000 a více obyvateli. Příkladem jsou úspěšně zavedené provozovny v Berouně, Jindřichově Hradci a Uherském Hradišti, které si během krátké doby získaly stálou klientelu. „Jdeme dvěma cestami. Jedna z nich je pomocí partnerů otvírat dietetická centra i v menších městech, jako je Beroun, Jindřichův Hradec, či Uherské Hradiště. Druhá varianta je zprovoznění poboček ve velkých obchodních centrech typu pražské Palladium či brněnská Olympia,“ míní Jan Gonda.

O vzrůstající popularitě franchisového systému Natur House svědčí také fakt, že během roku 2010 bylo zprovozněno 12 nových center v České republice a čtyři na Slovensku.

„Máme již partnery, kteří provozují dvě i více poboček,“ upozorňuje na rentabilitu byznysu Jan Gonda. Letos již byla uvedena do chodu pobočka v Brně, která bude také plnit funkci dalšího školicího střediska a v květnu byla za

přítomnosti médií slavnostně otevřena poradna v pražském obchodním centru Palladium.

## V kostce

- **O Natur House:** Natur House je franchisový systém ze Španělska, který poskytuje odbornou péči a poradenství při snižování váhy. Klade důraz na promyšlenou kombinaci potravin a zhodnocení stavu výživy u každého klienta. Během necelých 20 let svého fungování dokázal vybudovat na 1700 poradenských center v 25 zemích světa. Valná většina poboček je v rukách franchisantů.

- **Požadavky na provozovnu:** Místnost min. 29–35 m<sup>2</sup> na frekventované ulici nebo v obchodním centru. Město s min. 20 000 obyvateli.

- **Požadavky na franchisanta:**

- Úprava provozovny dle standardů Natur House – 15–28 tisíc eur.
- Počáteční zásoby zboží a materiálu – cca 7200 eur.
- Roční franchisový poplatek 300 eur.

- **Výhody konceptu:**

- Klienti center se cítí lépe již po krátké době
- Návratnost investice do dvou let
- Komplexní podpora ze strany centrály až do úspěšného zavedení provozovny

- **Kontakt pro zájemce o licenci:**

Jan Gonda, master franchisant pro ČR a SR

Tel.: +420 723 580 946

E-mail: czech@naturhouse.com

[www.naturhouse-cz.cz](http://www.naturhouse-cz.cz)

**SETKÁNÍ SE ZÁJEMCI O FRANCHISU  
NATUR HOUSE**

se uskuteční v Praze dne 21. 9. 2011  
(Hyberská 24, Praha 1)

 **NATUR HOUSE** 



# Realitní kancelář PUBEC představuje franchisový koncept realitních kanceláří

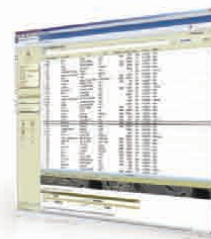


Jsme realitní kancelář, která působí na plzeňském trhu již 21 let. Za dobu své existence jsme zrealizovali více než 5000 obchodních případů. Máme kompletně zpracované a lety ověřené know how, které jsme připraveni předat těm, kteří chtějí začít podnikat v oblasti nemovitostí.

V rámci franchisového konceptu jsme se rozhodli jít cestou kvality, nikoliv kvantity, proto hledáme franchisové partnery ve velkých městech. Počet možných udělených franchisových licencí je omezen počtem krajů.

## Co nabízíme v rámci konceptu Realitní kanceláře PUBEC?

1. Možnost začít podnikat i pro ty, kteří se nikdy dříve v oblasti realitního obchodu nepohybovali
2. Především zkušenosti a osvědčený postup při prodeji či pronájmu nemovitostí
3. Vytvořený organizační systém
4. Zázemí silné, stabilní firmy
5. Podporu ze strany franchisora, možnosti vzdělávání a školení přímo v Realitní kanceláři PUBEC
6. Vlastní realitní program. Systém je vytvořen přímo na míru know how Realitní kanceláře PUBEC a významně usnadňuje práci všech uživatelů. Program, který spojuje veškeré pracovní procesy, je též bezprostředně propojen s webovými stránkami a umožňuje evidenci všech kontaktů, nemovitostí a poptávek klientů.
7. Možnost prezentace zakázek prostřednictvím ověřených marketingových nástrojů. Nové webové stránky jsou připraveny na prezentaci našich franchisových partnerů i všech jejich zakázek.



## Co od našich partnerů očekáváme?

Především absolutní loajalitu a důvěru, kvalitu odvedené práce v zájmu budování dobrého jména firmy. Náš koncept klade na jeho uživatele vysoké nároky, ale při jeho absolutním dodržování přináší zajímavé výsledky.

Je pro nás důležité, aby naši franchisová partneři dokonale pochopili naši vizi, strategii a naše cíle. Aby se naprosto ztotožnili s osvědčeným know how a co nejpřesněji jej aplikovali, protože jedině tak, mohou být úspěšní.

Kontakt

Realitní kancelář PUBEC  
Americká 60, 301 00 Plzeň  
franchise@pubec.cz

[www.pubec.cz](http://www.pubec.cz)

Tel: +420 377 22 67 67

# 10 kroků k úspěšnému franchisingu

**Ať už jste úspěšný podnikatel usilující o expanzi méně náročnou na investice a eliminující rizika, nebo méně úspěšný uvažující o rychlé změně, či začínající podnikatel snažící se nastartovat laciněji a bez větších rizik, vždy byste měli absolvovat již osvědčený postup úspěšných franchisingových partnerů:**

1. Znalost franchisingu
2. Tvorba systému
3. Franchisingový balík
4. Výběr franchisantů
5. Franchisingová centrála
6. Právní náležitosti
7. Pilotní provoz
8. Franchisové poplatky
9. Provozní příručka
10. Franchisová smlouva

## Věnujme se bodu 1.

Po zkušenostech s franchisovou praxí mohou říci, že základním problémem neúspěšných franchisantů i franchisorů je považování franchisingu za všelék. Někdy mám dojem, že jen samotné slovo franchising budí bezmeznou důvěru českého podnikatele. Je třeba si uvědomit, že v současné době v České republice není nutné se potýkat s neznalostí tohoto druhu. Prakticky žádná publikace zabývající

se podnikáním, strategií či expanzí nebo dokonce marketingem nevynechá pojem franchising. Je možné kontaktovat franchisové poradce. Franchisovou smlouvu sestaví dnes již zkušené advokátní kanceláře. Kvalitu franchisora je schopna posoudit svými mechanismy Česká asociace franchisingu. Samotné členství v ČAF je vizitkou důvěryhodnosti firmy. Výuce franchisingu se dnes věnuje většina univerzit ekonomického či podnikatelského zaměření. Myslím, že není důvod k neznalosti pro nedostatek informací.

Jaká franchisa má tedy smysl, splňuje počáteční předpoklady pro svou realizaci a následující úspěch? Taková, která není snadno dosažitelná, není přístupná každému. Má za sebou léta úspěšného podnikání, počet franchisantů roste nebo je alespoň stabilizovaný, nezaznamenává častou fluktuaci. Rovněž není dobré, když systém vede časté soudní spory (může jít o problémy ve smlouvě).

Systém by měl mít zřejmé cesty dalšího rozvoje, inovací. Měl by umožňovat zlepšování „zevnitř“ prostřednictvím tzv. rozvojových skupin tvořených ze současných vlastníků licence a zástupců managementu. Inovace musí jít ruku v ruce se systémem školení a praktického výcviku managementu i řadových pracovníků. Neměl by umožňovat



vlastní přístupy ani řešení, vše by mělo podléhat rozhodnutí franchisora a být v souladu s franchisovou smlouvou.

## Kdy je franchising vhodný pro podnikání?

1. Má-li produkt nebo službu, které lze vyvíjet, jsou nadčasové.
2. Má-li produkt nebo službu, které lze nabízet v různých kulturách, stojí nad kulturami.
3. Je-li dostatečně motivující, tzn. přináší-li okamžitý efekt a struktura poplatků včetně jejich výpočtu vede k zájmu o maximální výkonnost franchisanta.
4. Je-li prokazatelný multiplikační efekt z počtu uzavřených smluv.

*Doc. Ing. Lenka Turnerová CSc. – VŠE Praha*



[www.studujtenanovemzelandu.cz](http://www.studujtenanovemzelandu.cz)

  
**StudujtenaNovemZelandu.cz**

## StudyNewZeland.eu

Chcete pobýt v krásné zemi s přátelskými lidmi a přitom se zdokonalit v angličtině případně i odbornou stáží? Nabízíme zajištění studia angličtiny na jazykovkách i v kombinaci s aktivitami, odborné kurzy pro zvýšení vaší kvalifikace na vyšší odborné škole nebo na univerzitě po celém Novém Zélandu. To platí i pro podnikatele. Služby zprostředkování studia jsou zdarma. Délka i začátek pobytu jsou podle vašich možností. Pomůžeme s vízem i letenkou.

[cizek@studujtenanovemzelandu.cz](mailto:cizek@studujtenanovemzelandu.cz), tel. 724321860



## Snídaňoví šampioni

Tutti Frutti Breakfast and Lunch servírují dobré ráno celé Kanadě.



Kvalitní snídaně je zdravý a samozřejmě také příjemný způsob, jak začít den. V tomto ohledu vychází restaurace Tutti Frutti svým zákazníkům maximálně vstříc. Nabízí originální menu, čerstvé, kvalitní suroviny a obsluha se řídí heslem „Zákazník je pán“.

Tutti Frutti začali jako rodinný podnik roku 1992 a za prvních 10 let vybudovali v Quebecu 26 vlastních poboček. Postupně si získali popularitu bohatými porcemi ranních pochoutek, jako jsou omelety, vajíčka se slaninou, vafle a lívance s ovocem. Otevřená kuchyně umožňuje hostům sledovat kuchaře, jak jídlo připravují.

V roce 2008 získala Tutti Frutti společnost MTY Group, a tím se otevřel prostor pro další expanzi nejen v rámci Kanady, ale i do zahraničí. Cesta k franchise Tutti Frutti však není jednoduchá. „Při výběru franchisantů dbáme na to, aby to byl člověk, který rád pracuje s ostatními. Franchisant je v každodenním kontaktu se zaměstnanci i zákazníky, a tak potřebujeme někoho, kdo umí spolupracovat s lidmi,“ říká ředitel firmy George Moraitis.

Tutti Frutti používá třífázový systém školení. Nejdříve stráví franchisant 3 týdny na pobočce jako praktikant s individuální výukou. V druhé fázi centrála pomůže franchisantovi najít a pronajmout vhodné místo a vyškolit personál. Po otevření restaurace pak centrála monitoruje její chod a podle potřeby pomáhá.

Rovnováha mezi prací a soukromým životem je pro mnoho lidí stále důležitější. Franchisanti Tutti Frutti nemusí obětovat jedno pro druhé. Práce začíná sice brzy ráno, ale končí již ve 3 hodiny odpoledne. Majitel i zaměstnanci mají tedy dost času pro sebe a své rodiny, a to je další důvod, proč si mnoho podnikatelů vybírá Tutti Frutti.

### Kontakt:

[www.tuttifruttidejeuners.com](http://www.tuttifruttidejeuners.com)

## Dřevěné uhlí – to nejlepší pro váš gril

To, zda si pochutnáte na grilovaném masu nebo zelenině, nezáleží jen na kvalitě suroviny, ale také na podkladu, na kterém grilujete.



Někdo griluje na plynu, někdo na elektrině, jiný používá brikety nebo surové dříví, ale když jednou vyzkoušíte dřevěné uhlí, zůstanete u něj. Zjistíte totiž, že má specifické vlastnosti, které vám proces grilování usnadní, příjemný a také charakteristicky ochutí zpracovávané jídlo. To vám potvrdí i Tomáš Karpíšek, zakladatel Ambiente Group a pravděpodobně nejvýraznější inovátor české restaurační scény. Pro síť svých restaurací nakupuje výhradně české dřevěné uhlí Carboneum od společnosti DYAS WARE. Pro svoje zákazníky chce totiž to nejlepší a ví, že značka Carboneum zaručuje tu nejvyšší kvalitu. Jedná se o české dřevo zpracované staletými prověřenou tradiční metodou karbonizace. Dobře vypálené dřevěné uhlí obsahuje vysoký podíl uhlíku, nezapáchá ani nekouří, přesto vyvine dostatečný žár ke kvalitní přípravě pokrmu. Pro jeho zapálení nepotřebujete žádné drahé podpalovače, které většinou obsahují různé chemické látky. Dalším důkazem věrohodnosti Carbonea je i fakt, že bylo přizváno k partnerství na největší české grilovací akci – Grilmánii. Ta má v Čechách již několikaletou tradici, letos se její regionální kola uskuteční v květnu, přičemž finální pražské kolo pro nejlepší týmy proběhne 18. června. Pokud tedy chcete kvalitu pro váš gril a vaše oblíbené pokrmy, vyzkoušejte Carboneum, které nabízí jednodruhové dřevěné uhlí například z buku, olše, jasanu a dalších dřevin. Více informací naleznete na [www.dyasware.eu](http://www.dyasware.eu).



# Nápady na franchising ze světa

Franchisingové podnikání se uplatňuje v různých oborech. Vždy však poskytuje větší šanci úspěchu na trhu. Přinášíme několik tipů. Stačí si jen vybrat...

## KONCEPT LA BOXING HLEDÁ EVROPSKÉ INVESTORY

Studia LA Boxing se sevezla na úspěchu oscarového filmu Clinta Eastwooda Million Dollar Baby. Po vybudování sítě studií v USA, kde má aktuálně více než 60 poboček, nyní firma hledá franchisanty také v Evropě. Popularita ženského boxu roste i díky popularitě celebrit, jako je Laila Ali (dcera Mohammada Aliho), Jacqueline Frazier-Lyde (dcera Smokin' Joe) a Freeda Foremana (dcera Big George).

Ženy a dívky přitahuje box spíše jako forma aerobního cvičení než klasický zápas v ringu. Za hodinu cvičení, které zahrnuje rozcvičení, strečink, stínové boxování a boxování do pytle, lze spálit 800 až 1000 kalorií. Zájemci o franchisu bez předchozích zkušeností s boxem nebo kickboxem nemusí mít obavy, LA Boxing jsou franchisou na klíč, která předchází zkušenost s tímto sportem nevyžaduje. Firma má vypracované vlastní speciální programy cvičení vhodné i pro různé velikosti tělocvičen. Více na <http://laboxing.com/franchising>

## ORIGINÁLNÍ BARBECUE RESTAURACE

Gonzales Barbecue Restaurant je dalším z konceptů, využívajících stále oblíbenější systém „Sněz, co můžeš“. Zákazník zaplatí pevnou cenu a může si dopřát do sytosti nejrůznějších grilovaných specialit. Zákazníci si navíc své jídlo připravují sami u grilovacích stolů, suroviny vybírají z bohatého bufetu. V ceně nejsou jen nápoje a dezerty. Výhoda pro franchisora spočívá především v jednoduchém konceptu, nízkých nákladech na pracovní sílu, nízkých nákladech na jídlo, vysoké marži a krátké pracovní době. Díky těmto aspektům je koncept ziskový i při malém obratu.

Firma BBQ International B. V. začala s vývojem konceptu Gonzales Barbecue Restaurant již v roce 1994 a s franchisováním začala v roce 2000. Jen za první 4 roky otevřela v domovském Holandsku 43 restaurací a stala se zde druhým největším řetězcem mezi restauračními podniky. Pro zájemce o tento originální gastronomický koncept se nyní otevírá možnost získat master franchisu.

## INTERCARD – ÚSPĚCH NA KAŽDÉM TRHU

„Hranicí je pro nás jen svět,“ říká výkonný ředitel společnosti INTERCARD Peter Hallström. Nejrůznější typy tištěných blahopřání se i přes rostoucí popularitu on-line a SMS přání posílají po celé Evropě. Brit zakoupí v průměru 52 přání za rok, Němec 10 a Španěl jen 6. Přesto se i ve Španělsku firmě INTERCARD daří. Strategie společnosti spočívá v nabídce zboží vyšší kvality – embosované, reliéfní potisk, holografický tisk apod. – za cenu obyčejných přání. „Naším přístupem vytváříme nový trh. Prodejcem dodáváme přání zdarma a platí nám až po prodeji kon-

covým zákazníkům. Pro obchod to znamená podnikání bez rizika, na kterém prodejce může jenom získat,“ vysvětluje Hallström. Od r. 1997 se společností INTERCARD podařilo formou master franchisy expandovat do 14 zemí, kde dále buduje síť franchisantů. Každý franchisant si projednává s týmem 200 firemních umělců v centrále ve švédském Gävle sortiment samostatně. „Síla našeho franchisového konceptu a kvality našich produktů umožňují master franchisantům uspět na každém trhu,“ říká pyšně Peter Hallström. Firma zatím udělila Master franchisu v Německu, Francii, Španělsku, Portugalsku, Řecku, Švédsku, Norsku, Dánsku, Finsku, Holandsku, Belgii, Rakousku, Lichtenštejnsku a Švýcarsku a aktuálně plánuje expandovat do Polska, Maďarska a také do České republiky. Úspěchy firmy INTERCARD ocenila i Švédská asociace franchisingu, která jí udělila titul Franchisor roku 2005.

## AUTOMATY NA ZDRAVÉ PŘESNÍDÁVKY

Britská značka MIBOD plánuje start svého franchisového konceptu na domácím trhu poté, co jej odzkoušela ve Španělsku. Stejně jako Španěle i Britové si tak již brzy budou moci koupit zdravé přesnídávky v moderních automatech. Firma pro tento účel vyvinula řadu sladkých a slaných produktů pod značkou Good For You Food. Jde o produkty zdravé výživy bez škodlivých látek. Zákazníci si mohou být jisti, že dostanou 100% přírodní produkt bez umělých barviv, ochucovadel a konzervantů. V nabídce budou také produkty bez cukru, bez mléka, bioprodukty, vegetariánské produkty a chlazené nealkoholické nápoje. MIBOD plánuje expanzi v rámci celé EU.

## SENIORI – ROSTOUCÍ POTENCIÁL

Obyvatelé Evropy stárnou, to dokazují nejen demografické průzkumy. Podnikatelské příležitosti v oblasti domů pro seniory jsou proto stále aktuálnější. Společnost Comfort Keepers získala značné zkušenosti v této oblasti při rozvoji své značky v USA, kde působí již od roku 1999. Nyní se chystá formou master franchisy expandovat i do Evropy. V následujících šesti letech plánuje společnost formou master franchisy otevřít čtyři až šest zemí za rok.

Úkolem master franchisanta bude adaptovat produkt na podmínky místního trhu, spustit pilotní projekt a následně vybudovat síť franchisantů. Comfort Keepers poskytují především seniorům celou škálu služeb, kromě zdravotnických, například vaření, domácí práce, nákupy, služby asistenta. Tato služba je vhodnou alternativou k domům s pečovatelskou službou. Služby jsou poskytovány pečovatelem/pečovatelkou přímo u klienta doma. Rozsah služeb je různý podle potřeb klienta.

*Zdroj: European Franchising*



**CAF** ČESKÁ  
FRANCHISINGU ASOCIACE

**ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU**  
Anglická 28, 120 00 PRAHA 2  
Tel.: +420 222 513 691  
e-mail: caf@czech-franchise.cz  
www.czech-franchise.cz

Generální partner akce

M.C. TRITON

## ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU VÁS ZVE NA SEMINÁŘ FRANCHISOVÉ SYSTÉMY SE PŘEDSTAVUJÍ,

**který se koná 22. června 2011 od 9 do 13 hodin,**  
v hotelu Novotel (salónky v přízemí), Kateřinská 38, Praha 2.

**Workshop se koná ve zcela nové podobě – Využijte mimořádné příležitosti k aktivnímu setkání  
franchisových systémů se zájemci o franchisu formou jednání u kulatých stolů.**

Akce bude zahájena prezentací ČAF o franchisingu.

**PŘIHLÁŠKY A INFORMACE:** Česká asociace franchisingu,  
caf@czech-franchise.cz, tel. 222 513 691

### VSTUPNÉ:

Kulatý stůl pro člena ČAF: 1 500 Kč bez DPH / 1 osobu  
+ 900 Kč bez DPH za každého dalšího zástupce společnosti

Kulatý stůl pro nečlena ČAF: 8 000 Kč bez DPH / 1 osobu  
+ 1 500 Kč bez DPH za každého dalšího zástupce společnosti

Vstupné pro účastníky: 500 Kč bez DPH / 600 Kč vč. DPH

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:

**FranchisingINFO.cz**  
český portál o franchisingu

**obchod**  
moderní  
franchisingové systémy

**FOOD SERVICE**  
magazin pro management  
gastronomie a hotelnictví

**OBCHOD & FINANCE**

**Brands & Stories**

**TEXTIL JOURNAL**

**START**  
pro podnikání a franchising

## Česká asociace franchisingu – partner pro expanzi

### Nově v ČAF



WSI – světový lídr v oblasti internetového marketingu. Společnost WSI (zkratka znamená „We Simplify the Internet“) je globální konzultační firma pracující na principu franchisingu, která poskytuje svým klientům v různých segmentech trhu služby a řešení v oblasti internetového marketingu. Internet a digitální média výrazně změnily tvář tradičního marketingu a společnost WSI stojí již od poloviny 90. let minulého století na špičce tohoto vývoje. Společnost má celosvětově největší síť konzultantů (cca 1500 franchisantů) působících ve více než 80 zemích světa. Centrála sídlí v kanadském Torontu. WSI využívá pokročilé strategie on-line marketingu, inovativní technologie a vytváří pro své klienty systémy internetového marketingu šité na míru jejich potřebám. WSI franchisanti (marketingoví konzultanti) pomáhají svým klientům zlepšovat on-line reputaci značky, vytvářet více obchodních příležitostí prostřednictvím internetu, odhalovat nové zdroje tržeb, a zvyšovat tak ziskovost. Více také na [www.wsimarketing.cz](http://www.wsimarketing.cz).

### Výtopna restaurant

**Výtopna**

Originální gastronomický koncept, který nemá v Evropě obdoby – restaurace, která obsluhuje hosty prostřednictvím modelové železnice, nápoje i jídlo přijíždí k hostům na vagoněch tažených modely lokomotiv za reálných zvuků opravdových vlaků,

včetně kouře z komínů... Za vznikem tohoto originálního konceptu stojí podnikatel pan Petr Fridrich. Pan Fridrich postavil první restauraci obsluhovanou modelovou železnicí v roce 2009 v Brně. Stala se opravdovou raritou a její návštěvnost předčila všechna očekávání. Od samého začátku byla restaurace koncipována jako franchisový projekt, který bude provozován ve větších městech v Česku a později i v zahraničí. Provedené analýzy potvrdily, že v Evropě neexistuje žádná síť podobných restaurací. Po zajištění nezbytné ochrany jedinečného know-how se pan Fridrich rozhodl otevřít další pilotní restauraci přímo v centru Prahy. Zájem o tento koncept z řad podnikatelů v gastronomii je značný. Více informací na [www.vytopna.cz](http://www.vytopna.cz).

### Uniglobe Travel

**UNIGLOBE**  
Travel

UNIGLOBE je jedna z největších cestovních kanceláří, která využívá ke svému rozvoji franchising. V současné době má 750 agentur se zastoupením ve více než padesáti zemích světa. Pod obchodní značkou UNIGLOBE jsou zastoupeny agentury specializované na zajišťování služebních cest malým a středně velkým firmám. UNIGLOBE Travel byla založena v kanadském Vancouveru v roce 1979. Koncepte UNIGLOBE nabízí inovativní systémy a technologie, které ji odlišují od konkurenčních lokálních i globálních systémů. Koncept klade důraz především na faktické úspory, komfort a profesionalitu nabízených služeb. Součástí je také ucelený vzdělávací program, pomoc při sestavování rozpočtu, controlling a společný marketing. Více také na [www.uniglobetravel.cz](http://www.uniglobetravel.cz).

# ZDRAVÁ A RENTABILNÍ FRANŠÍZA S VÍCE NEŽ 1700 DIETETICKÝMI CENTRY PO CELÉM SVĚTĚ

Pro podnikavé a dynamické lidi, kteří chtějí  
vybudovat svou budoucnost.



- Natur House je vedoucí franšízový koncept v oboru výživy a dietetiky.
- Úspěch konceptu spočívá v dobře definované profesionální a v oboru ojedinělé metodě.
- Přidaná hodnota Natur House tkví v osobním dietetickém poradenství zdarma
- V každém dietetickém centru Natur House působí odborníci, kteří stanoví individuální stravovací plán zpracovaný na základě osobní studie, který je podpořen exkluzivními produkty z laboratoří Housediet a Kiluva. Tyto laboratoře vyrábějí všechny produkty, s nimiž pracují střediska Natur House.
- Více než 3.000.000 osob na celém světě dosáhlo svého cíle snížit a kontrolovat svou váhu.

**NATUR HOUSE: PŘEVÝCHOVA VE VÝŽIVĚ!**  
www.naturhouse-cz.cz  
e-mail: czech@naturhouse.com



**NATUR HOUSE**  
Nová výchova ve výživě

**Přidejte se k Natur House!**