Шатура®
a life story

trend house шатура

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ ПАРТНЁРОВ ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ

# СОЗДАЕМ УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС ВМЕСТЕ

www.shatura.com
8 800 555 06 65

# Содержание

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА (РАФ)

МК «Шатура» - член
Российской ассоциации франчайзинга

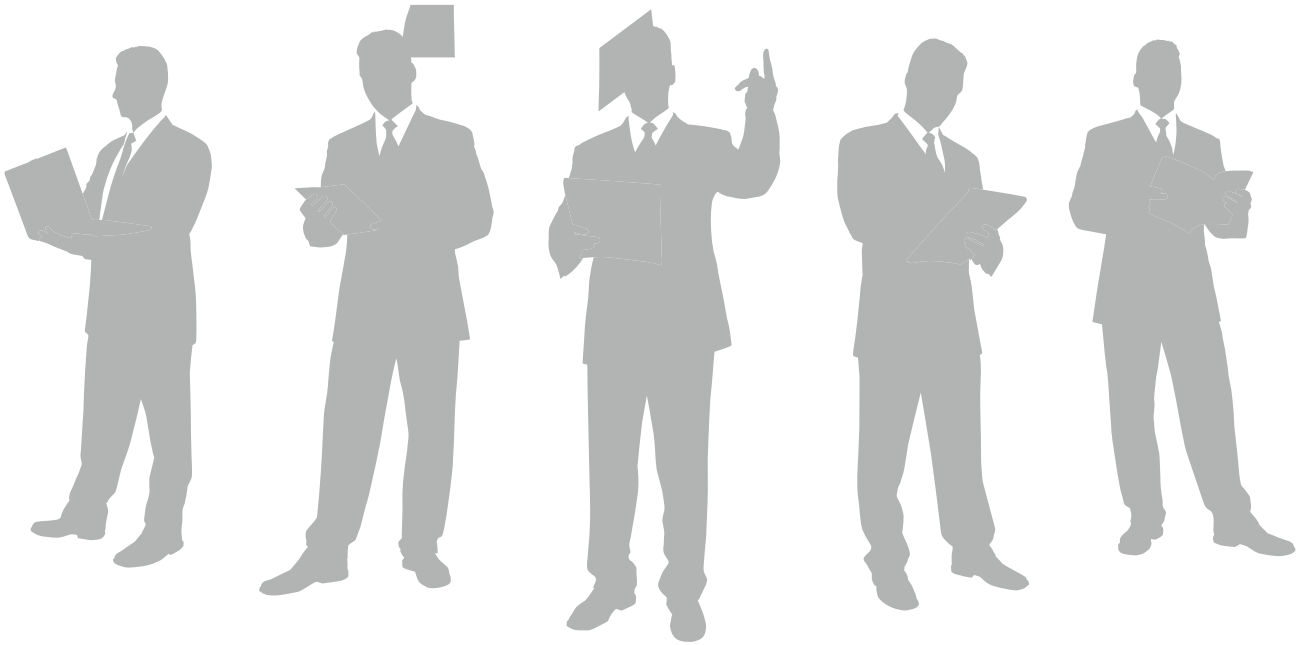
1. МК «Шатура» - лидер мебельного рынка России и СНГ

2. Коллекции мебели в классическом и современном европейском стилях

3. Торговые форматы «Шатура Life Story» и «trend house шатура»

4. 10 причин выбрать франшизу Шатура

5. Контакты



a life story

## Миссия

<u>МИССИЯ ФРАНШИЗЫ «ШАТУРА»:</u>
СПОСОБСТВОВАТЬ РОСТУ И РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА НАШИХ КЛИЕНТОВ В МЕБЕЛЬНОЙ СФЕРЕ ЧЕРЕЗ ОБМЕН УСПЕШНЫМ ОПЫТОМ СОБСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ.

**Нам важен Ваш успех!**

При работе с партнёрами мы руководствуемся:

1. Каждый существующий или новый партнёр имеет свой потенциал в продажах. Потенциал рассчитывается на основании ёмкости мебельного рынка индивидуально по каждому региону, городу РФ.

2. При формировании мебельной выставки магазина используется только эффективный ассортимент с целью получения наибольшего результата оборота денежных средств на 1 метр квадратной площади.

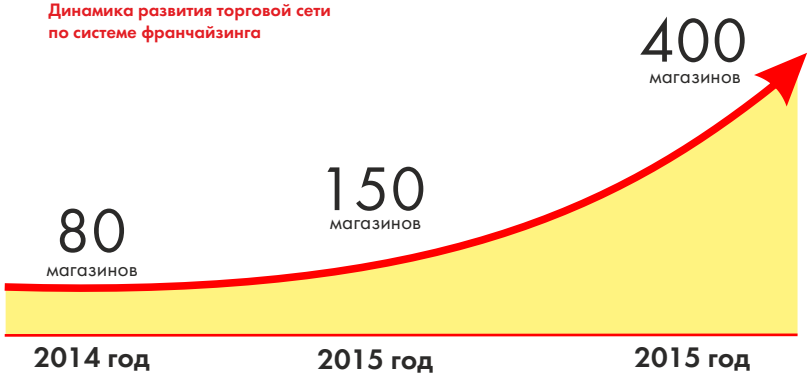
3. Совместно с партнёром рассчитывается и устанавливается план продаж в виде денежного оборота на каждый магазин.

4. На регулярной основе совместно с партнёром анализируются финансово-экономические результаты работы магазинов (продажи на магазин, оборот на 1м$^2$, отчёт о прибылях и убытках).

5. Сопровождаем партнёра на всех стадиях процесса, а именно:
   - управление выставками продукции в точках продаж.
   - управление заказами на выставочные образцы.
   - управление послепродажным регламентом.
   - управление компетенциями торгового персонала.
   - управление маркетинговыми мероприятиями.

a life story

Динамика развития торговой сети
по системе франчайзинга




Фирменные магазины «Шатура» открыты на всей территории РФ: от Калининграда до Дальнего Востока, а также в ряде стран ближнего зарубежья.
Развитие такой розничной сети доказывает, что франшиза «Шатура» — это модель успешного бизнеса.
Ежегодно количество магазинов «Шатура» по системе франчайзинга увеличивается. Несмотря на экономический кризис, розничная сеть продолжает расти.

**21**
склад

Для оперативной логистики организован региональный склад

**Центральный Склад Готовой Продукции**
Московская обл., г. Шатура, Ботинский проезд, 37

| | | |
|---|---|---|
| Архангельск | Нижний Новгород | Ростов-на-Дону |
| Волгоград | Новокузнецк | Санкт-Петербург |
| Екатеринбург | Новосибирск | Ставрополь |
| Казань | Шатура | Сургут |
| Кемерово | Омск | Уфа |
| Краснодар | Орел | Ярославль |
| Курск | Пермь | Магнитогорск |

a life story

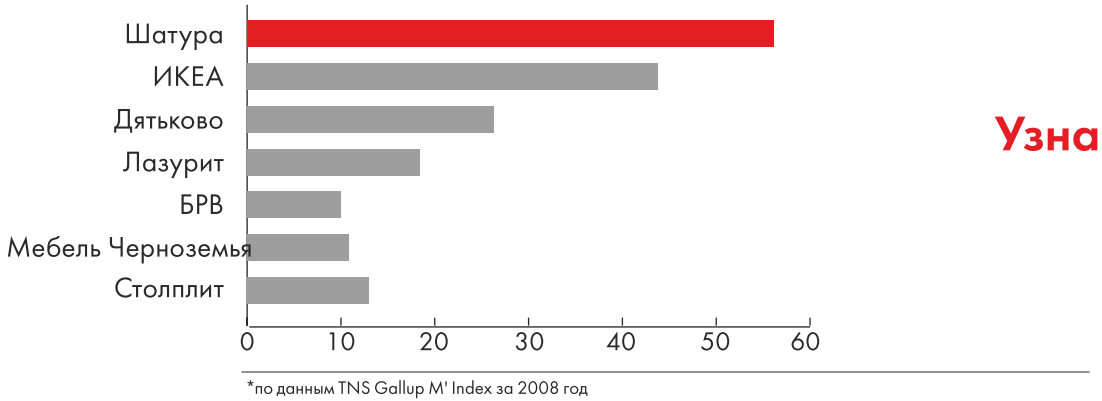
# 10 причин выбрать франшизу «Шатура»

- узнаваемый бренд (гарантированный поток целевых покупателей);
- эффективные торговые форматы ( принцип мультиформатности с учетом специфики торговой площадки Партнера);
- широкий разнообразный ассортимент мебели (25 актуальных коллекции мебели в популярных стилях :классика + модерн);
- наценка до **80%**!;
- удобная логистика (21 региональный склад с во всех крупных городах России и СНГ);
- эффективный товарный портфель , в самом ёмком ценовом сегменте, мебель - доступная широкому кругу покупателей;
- успешный опыт полученный в организации продаж в собственной торговой сети
- европейское качество, гарантии, проверенное временем.
- предоставление фирменных уникальных стандартов обслуживания Клиента;
- внедрение программы «Торговая система», позволяющей автономно размещать заказы на мебель и получать информацию о сроках их готовности;

a life story

# 10 причин выбрать франшизу «Шатура»

**Знание марки мебели, %**




*по данным TNS Gallup M' Index за 2008 год

## Узнаваемый бренд — ЭТО гарантированный поток покупателей!

- в 2008 г. бренд «Шатура» вошёл в число 50 самых продаваемых российских брендов по версии журнала «Forbes»;
- победитель конкурса «Народная марка»;
- победитель конкурса «100 лучших товаров России» с 2004 по 2007 г.г.;
- обладатель Золотого «Знака качества» 2009 г.;
- победитель всероссийского конкурса «Лучшее российское предприятие»;
- обладатель приза «Российская кабриоль» 2012 г. в номинации «Кухонная мебель»;
- лауреат конкурса «Российская кабриоль» 2012 г. в номинации «Коллекции корпусной мебели для жилых помещений»;

## Уникальное предложение франшиза «Шатура»

**Гарантируем индивидуальный подход для обеспечения эффективного бизнеса!**

**При заключении Договора Франчайзинга Вы дополнительно получаете:**

- разработка **индивидуального** дизайн-проекта магазина с учетом специфики торговой площади;
- компенсацию застройки и элементов фирменного стиля **до 100 000 р.**;
- **полный пакет** рекламных и информационных материалов (указатели зон, информационная доска, фирменные ценники, комплект каталогов)
- размещение на сайте **www.shatura.com** подключение к федеральным рекламным акциям;
- предоставление уникальных **стандартов обслуживания** Клиентов;
- **бесплатное обучение** всех категорий персонала ;
- предоставление от ведущих банков **выгодных программ** потребительского кредитования;
- команда **персональных** менеджеров
- внедрение программы «торговая система», позволяющей автономно размещать заказы на мебель и получать информацию о сроках их готовности;
- организация комплексного фирменного сервиса «под ключ» с регионального склада;
- **совместное участие** в рекламно-стимулирующих акциях;
- **мотивационные программы** для торгового персонала;
- подключение к системе видео мониторинга (ежедневно осуществляется видеоконтроль за выполнением стандартов в ваших магазинах);

a life story

## Конкурентные преимущества

Мы предлагаем Вам открыть магазин по системе Франчайзинга
совместно с самой успешной мебельной компанией в России ТМ «Шатура»

- Сбалансированное предложение в эконом и среднем ценовом сегментах.
- Поддержка продаж - чем выше уровень продаж, тем ниже закупочные цены.
- Предоставление выставочных образцов - скидки на образцы до **45%**.
- Рассрочка на выставочные образцы мебели.
- Экономия Вашего времени - профессиональная команда менеджеров и работников склада приложит все усилия, чтобы сократить процесс отгрузки до минимума.
- Торговая наценка до **80%**.
- Возврат вложенных инвестиций с **8** месяца.
- Съём с 1м$^2$ по году в Московском регионе - **15 500**руб., в регионах РФ - **12 500**руб.
- Предоставляем и внедряем технологии по организации работы магазина вплоть до управления продавцами.
- Валовая прибыль до **300 000**руб.

a life story

# Наш покупатель

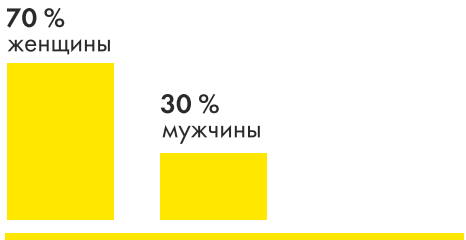
## Самый ёмкий сегмент

Позиционирование торговой марки «Шатура» соответствует самому массовому в потреблении среднему ценовому сегменту. Диапазон ценовых уровней от средне-низкого до средне-высокого позволяет обеспечить максимально полный охват потребителей мебели данного сегмента.

## Портрет потребителя

**Социально - демографические характеристики**

- Активные покупатели в возрасте 35-45 лет, с уровнем семейного дохода 50000 -80000 рублей;
- Социальный статус: менеджеры, предприниматели, врачи, учителя, госслужащие, военные, руководители компаний, специалисты;
- В большинстве случаев состоят в браке, имеют собственное жильё, растят 1-2 детей. 70% -женщины, 30% - мужчины. Чаще всего инициатором покупки выступает женщина;
- Люди, приверженцы семейных ценностей, для которых очень важна забота о близких людях, создание для них уютных, комфортных условий проживания посредством качественной, стильной, удовлетворяющей их вкусовым предпочтениям мебели;
- Люди, ценящие комфорт и удобство, внимательное и предупредительное обслуживание. Для которых в первую очередь важен широкий выбор качественной мебели от известного производителя, из которого они могут выбрать лучшее предложение за приемлемые для них деньги.



a life story

# Ассортимент «Шатура»



## Лучшее товарное предложение на рынке мебели России

Наша мебель — это актуальная классика. Мебельные коллекции разрабатывались итальянскими дизайнерами. Кроме этого, из Италии поставляются материалы и элементы декора, которыми оформляется мебель. Тщательно продуманные формы, проектирование, профессионализм и внимание к деталям, гарантирует качество мебели на всем её пути от разработки идеи коллекции до её представления в магазине.

### Гостиные

Тиффи орех

Авангард

Александрия

Афина тёмная

Кармен

Плита производится на новом немецком оборудовании. ДСП сертифицирована и разрешена к продаже на территории Европейского союза.

Мы используем текстуры немецкой компании «Шаттдекор», которые устойчивы к истиранию, воздействию температуры и влаги.

Мы являемся единственным производителем, который добился безупречности покрытия глянцевыми лаками.

### Спальни

Эльба тёмная

Марта-М

Патрисия тёмная

Лючия тёмная

Патрисия светлая

Камелия

Лючия светлая

Флоренция

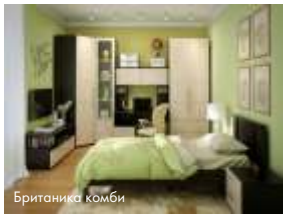
a life story

# Ассортимент «trend house шатура»

современный
европейский стиль

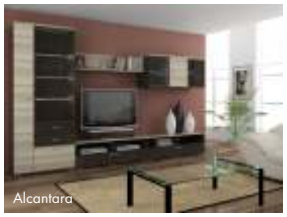
## Гостиные

Baileys


Британика комби

Emili

Британика тёмная


Alcantara

Alice

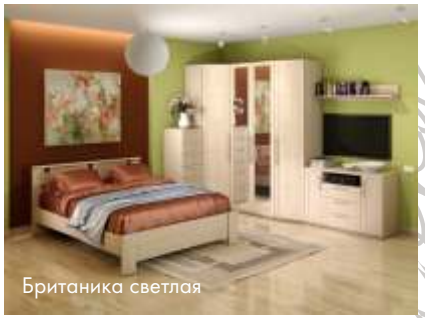
Мебель марки «trend house шатура» — это всегда нечто новое, но при этом способное выдержать испытание временем и долгие годы радовать своих хозяев. Эстетичность и выразительность в обязательном сочетании с высочайшей функциональностью и технологичностью — основа мебели марки «trend house шатура»

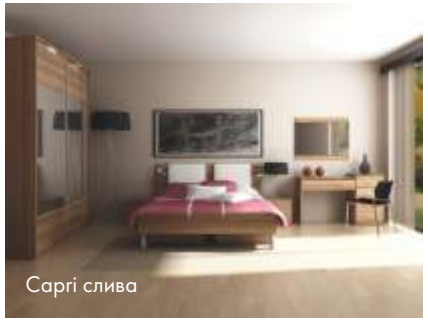
## Спальни

Dream

Capri pine

Bali


Британика светлая


Capri слива

Latte

Британика тёмная

Scan

## Торговые форматы

1. Шатура a life story® trend house шатура

для организации магазина двух брендов «Шатура life story» и «trend house шатура» необходима минимальная площадь **170-250 м²**

1. «Идеал»
2. «Хит»
3. «Оптимум»

2. Шатура a life story®

для организации монобрендового магазина необходима площадь **100-120 м²**

3. trend house шатура

для организации монобрендового магазина необходима площадь **100-120 м²**

## Преимущества открытия магазинов «Шатура life story» и «trend house шатура»

Мы предлагаем новые современные форматы магазинов разработанные совместно с иностранными компаниями:
- формат «Шатура» разработан совместно с итальянской компанией в 2013г.
- формат «Trend House» разработан совместно с голландской компанией в 2014г.

Новые форматы зарекомендовали себя повышенным спросом и вниманием покупателей, а также партнёров в РФ.

a life story

# Условия открытия магазинов «Шатура life story» и «trend house шатура»

Площадь магазина:

для организации монобрендового магазина «Шатура» - 100-120м$^2$

для организации монобрендового магазина «Trend House» - 100-120м$^2$

для организации мультибрендового магазина, включающего в себя на одной торговой площади бренды «Шатура life story» и «trend house шатура» — 170-250 м$^2$
(минимальный размер торговой площади под бренд не менее 80м$^2$)

Договора: Концессии, Купли-продажи, Агентский на застройку

Оплата застройки: За счет партнера

Выставочные образцы: За счёт компании в рассрочку до 10 месяцев

Оплата выставочных образцов: С третьего месяца работы магазина

Компенсация оформления фирменного стиля

a life story

Фотографии магазинов «life story»

life story

Фотографии магазинов «trend house шатура»

# Концепция торговых форматов

| Название "ТМ" | Название "Формата" | Общая площадь | в том числе | | | Комментарии | Целевые каналы и форматы продаж |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Шатура | trend house | imattress | | |
| Шатура | Шатура *mini* | 50 | 49 | - | 1 | минимальный формат | Реализуется в малых городах до 100 000 жителей , и в качестве дополнительных форматов( при наличии у Партнера базовых торговых форматов) для полного охвата |
| | Шатура *a life story* | 100 | 95 | - | 5 | стандартный формат классической мебели | основной формат для СМ, Франчайзи, Дилеров со специализацией на Классику (Россия, Италия) |
| | Шатура *a life story* плюс | 120 | 95 | 20 | 5 | в отдельном фирменном румсете trh выставляется Британика (спальня, гостиная, молодежная) | торговый формат для продвижения СМ, франчайзинг, Дилеры, в МЦ и магазинах с высоким рейтингом, где есть ограничение по торговой площади для формата ХИТс акцентом на Классика в городах РФ от 300 000 жителей |
| | Шатура *a life story* люкс | 150 | 140 | - | 10 | максимальный формат для классической мебели | только СМ и Дилеры с наличием избыточной эффективной торговой площади с перспективой появления обновленных коллекций Классики |
| trend house | trend house | 100 | - | 95 | 5 | стандартный формат современной мебели | СМ , Франчайзи, Дилеры со специализацией на современный стиль где есть ограничение по торговой площади для формата trend house плюс |
| | trend house *плюс* | 120 | 20 | 95 | 5 | в отдельном фирменном румсете Шатура выставляется на выбор с учетом специфики ТЦ: Кармен, Камелия Александрия, либо Лючия светлая, Диамант ясень | торговый формат для продвижения СМ, франчайзинг, Дилеры в МЦ и магазинах с высоким рейтингом , где есть ограничение по торговой площади для формата ХИТс акцентом на современный стильв городах от 300 000 жителей до 1 млн |
| Шатура+ trend house+imattress | ОПТИМУМ | 120 | 80 | 35 | 5 | минимальный смешанный формат классической и современной мебели | базовый торговый формат для канала "Дилеры" в региональных городах до 300 000 жителей |
| | ХИТ | 170 | 90 | 70 | 10 | оптимальный смешанный формат классической и современной мебели | основной торговый формат для продвижения СМ, франчайзинг, Дилеры в МЦ и магазинах с высоким и средним рейтингом в городах РФ от 300 000 до 1 млн жителей |
| | ИДЕАЛ | 250 | 150 | 80 | 20 | максимальный торговый формат классической и современной мебели с полноценным предложением "салона сна imattress" | торговый формат для продвижения СМ, Дилеры в МЦ и магазинах с высоким рейтингом и наличием эффективной торговой площади в городах РФ от 1 млн жителей, Москва и С-петербург. Перспективный идеальный торговый формат после внедрения всех новых коллекций. |

# Торговые форматы

**Ассортимент мебельной выставки магазина**

| **Гостиные** | **Спальни** |
|---|---|
| | Лючия светлая |
| Diamante ясень | Diamante ясень |
| Кармен | Камелия |
| Александрия | |
| Авангард-М | Марта-М беж. |
| | Флоренция |
| Tiffany орех | Tiffany ясень |
| Афина светлая | Эльба тёмная |
| Diamante орех | Патрисия светлая |
| | Capri сосна |
| Alcantara | Bali |
| Emili | Scala |
| Baileys | Latte |
| Британика комби | Британика дуб темный |
| **Молодёжная** | |
| Британика ясень светлый | |

Мы предлагаем следующие форматы:

## 1.1 «Идеал»

Рекомендуемая площадь магазина 250м$^2$.
Количество композиций гостиных — 11* композиций.
Количество композиций спален — 13* спален.
Количество композиций молодёжных — 1* композиция.
Зона матрасов.

*Реальное количество композиций зависит от точной площади и конфигурации магазина.

## Выбор торговой площади под магазин

- Данный формат реализуется в специализированных Мебельных центрах или ТРЦ с выделенной мебельной зоной не менее 30% от общей площади ТРЦ города.

- При наличии в выбранном центре принципа зонирования по товарным категориям, в частности с выделенной зоной корпусной мебели, выбираем площадку именно в этой зоне.

- Место должно быть на первой линии, иметь широкий фриз.

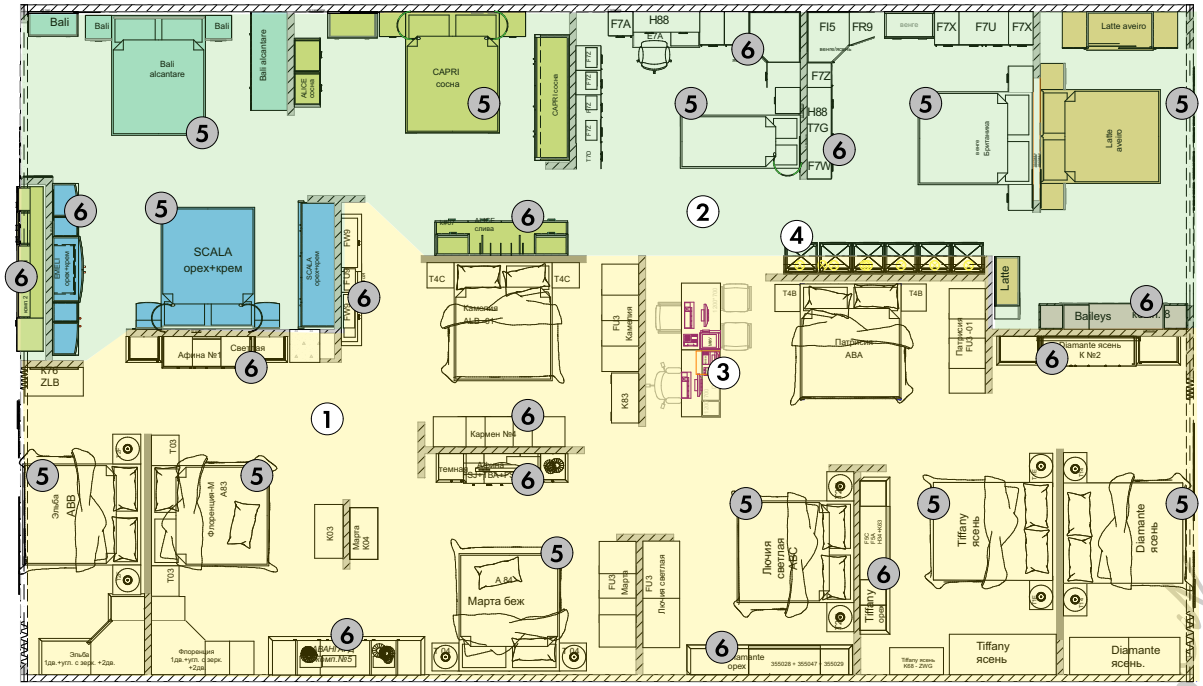
- Место расположения данного формата должно быть обозначено на плане центра и отражено в навигации.

- Площадь выбирается в непосредственной близости от входа в ТЦ либо от входа на мебельный этаж и должна легко просматриваться.

Рядом с площадью должно быть максимальное количество коммуникаций - лифты, выход к парковке, те места, где наиболее высокий покупательский поток.

План магазина «Идеал» 250 м$^2$:

1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца(касса, оформление покупок)
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



Ассортимент мебельной выставки магазина

| Гостиные | Спальни |
|---|---|
| Diamante ясень | Лючия светлая |
| Кармен | Камелия |
| Александрия | |
| Авангард-М | Марта-М беж. |
| | Флоренция |
| Tiffany орех | Tiffany ясень |
| | Capri сосна |
| Alcantara | Bali |
| Emili | Scala |
| Baileys | Latte |
| Британика комби | Британика дуб темный |

## 1.2 «Хит»

Рекомендуемая площадь магазина 170 м$^2$.

Количество композиций гостиных — 9* композиций.
Количество композиций спален — 10* спален.
Зона матрасов.
*Реальное количество композиций зависит от точной площади и конфигурации магазина.

## Выбор торговой площади под магазин

- Данный формат реализуется в специализированных Мебельных центрах или ТРЦ с выделенной мебельной зоной не менее 30% от общей площади ТРЦ города.

- При наличии в выбранном центре принципа зонирования по товарным категориям, в частности с выделенной зоной корпусной мебели, выбираем площадку именно в этой зоне.

- Место должно быть на первой линии, иметь широкий фриз.

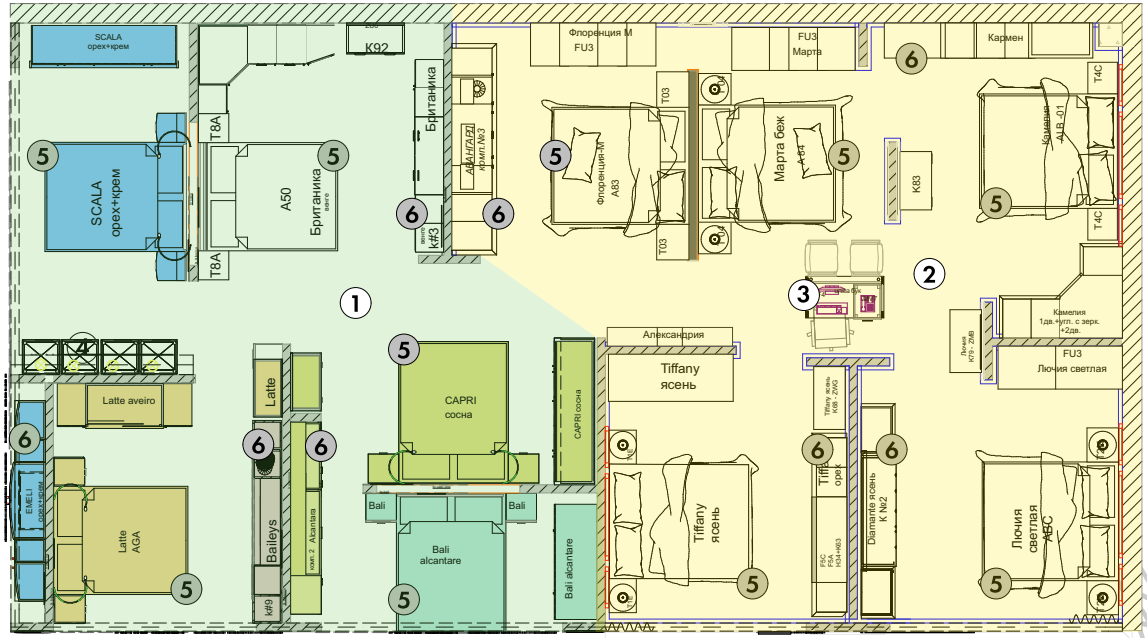
- Место расположения данного формата должно быть обозначено на плане центра и отражено в навигации.

- Площадь выбирается в непосредственной близости от входа в ТЦ либо от входа на мебельный этаж и должна легко просматриваться.

Рядом с площадью должно быть максимальное количество коммуникаций - лифты, выход к парковке, те места, где наиболее высокий покупательский поток.

План магазина «Хит» 170 м$^2$:

1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца(касса, оформление покупок)
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



Ассортимент мебельной выставки магазина

| Гостиные | Спальни |
|---|---|
| Diamante ясень | Лючия светлая |
| Кармен Александрия | Камелия |
| Авангард-М | Марта-М беж. |
| | Флоренция |
| Tiffany орех | Tiffany ясень |
| Alcantara Emili | Capri сосна Bali |

## 1.3 «Оптимум»

Рекомендуемая площадь магазина 120м$^2$.
Количество композиций гостиных — 7* композиций.
Количество композиций спален — 7* спален.
Зона матрасов.
*Реальное количество композиций зависит от точной площади и конфигурации магазина.

## Выбор торговой площади под магазин

- Данный формат реализуется в специализированных Мебельных центрах или ТРЦ с выделенной мебельной зоной не менее 30% от общей площади ТРЦ города.

- При наличии в выбранном центре принципа зонирования по товарным категориям, в частности с выделенной зоной корпусной мебели, выбираем площадку именно в этой зоне.

- Место должно быть на первой линии, иметь широкий фриз.

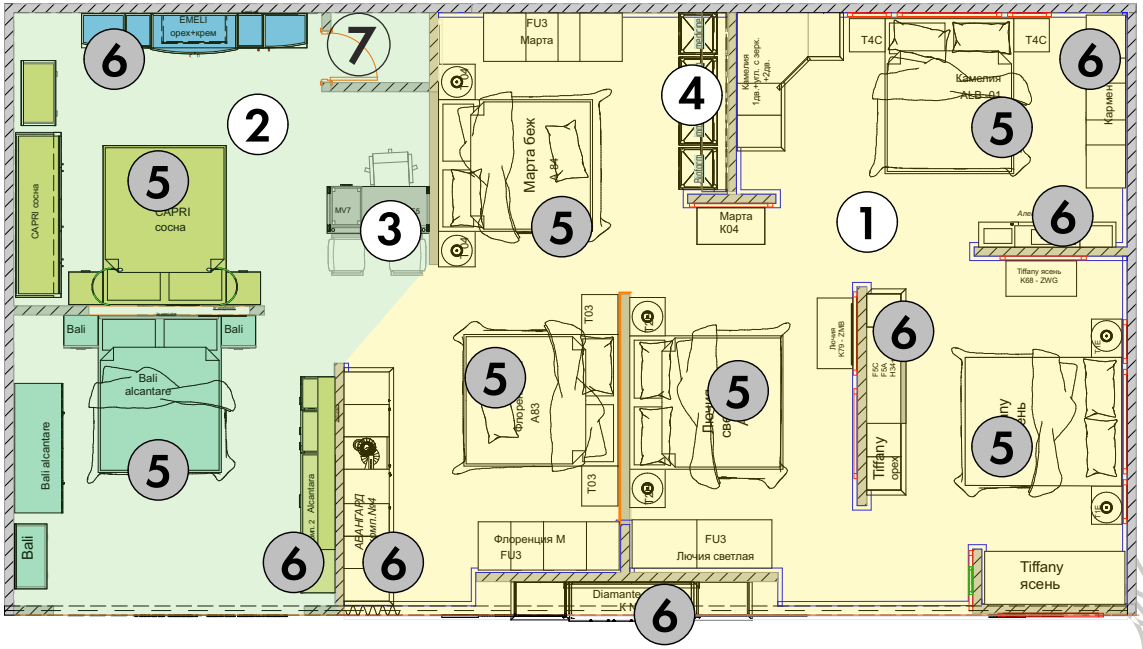
- Место расположения данного формата должно быть обозначено на плане центра и отражено в навигации.

- Площадь выбирается в непосредственной близости от входа в ТЦ либо от входа на мебельный этаж и должна легко просматриваться.

Рядом с площадью должно быть максимальное количество коммуникаций - лифты, выход к парковке, те места, где наиболее высокий покупательский поток.

План магазина «Оптимум» 120 м$^2$:

1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца(касса, оформление покупок)
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



## 2. «Шатура life story»

**2.1** «Шатура life story», данный формат магазина оформлен с использованием тёплого, уютного колорита с выставкой классической мебели.

Примеры классической мебели
из ассортимента

# Торговые форматы

**Ассортимент мебельной выставки магазина**

| **Гостиные** | **Спальни** |
|---|---|
| | Лючия светлая |
| Diamante ясень | |
| Кармен | Камелия |
| Александрия | |
| Авангард-М | Марта-М беж. |
| | Флоренция |
| Tiffany орех | Tiffany ясень |
| Британика комби | Британика дуб темный |
| **Молодёжная** | |
| Британика ясень светлый | |

**2.2** Стандартный магазин «Шатура life story» 120 м$^2$

## Стандартный магазин

Количество композиций гостиных — 6* композиций.
Количество композиций спален — 6* спален.
Количество композиций молодёжных — 1* композиция.
Зона матрасов.

*Реальное количество композиций зависит от точной площади и конфигурации магазина.

## Выбор торговой площади под магазин

- Данный формат реализуется в специализированных Мебельных центрах или ТРЦ с выделенной мебельной зоной не менее 30% от общей площади ТРЦ города.

- При наличии в выбранном центре принципа зонирования по товарным категориям, в частности с выделенной зоной корпусной мебели, выбираем площадку именно в этой зоне.

- Место должно быть на первой линии, иметь широкий фриз.

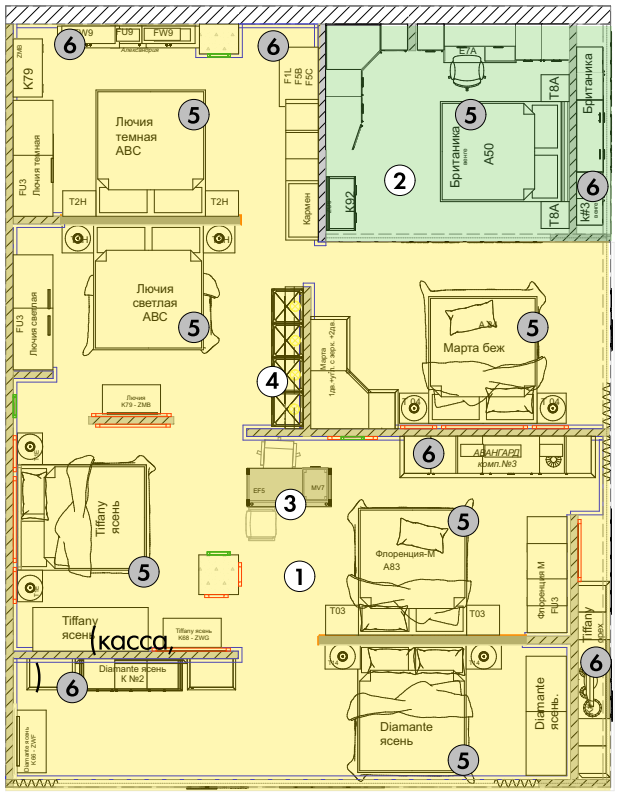
- Место расположения данного формата должно быть обозначено на плане центра и отражено в навигации.

- Площадь выбирается в непосредственной близости от входа в ТЦ либо от входа на мебельный этаж и должна легко просматриваться.

Рядом с площадью должно быть максимальное количество коммуникаций - лифты, выход к парковке, те места, где наиболее высокий покупательский поток.

## **2.3** План магазина «Шатура life story» 120 м$^2$

1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца оформление покупок
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



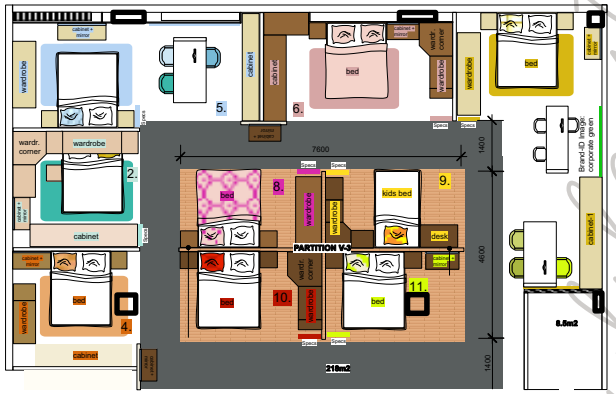
a life story

Примеры современной мебели
из ассортимента

## 3. «trend house Шатура»

**3**. «trend house шатура», данный формат оформлен минималистичными интерьерами с использованием ярких акцентов и современной мебелью.

### 3.1 Магазин «trend house шатура»



**Ассортимент мебельной выставки магазина**

| **Гостиные** | **Спальни** |
|---|---|
| | Capri сосна |
| Alcantara | Bali |
| Emili | Scala |
| Baileys | Latte |
| Британика комби | Британика дуб темный |
| **Молодёжная** | |
| Британика ясень светлый | |
| Кармен | Камелия |
| Александрия | |

## 3.2 Стандартный магазин «trend house шатура» 120 м$^2$

## Стандартный магазин

Количество композиций гостиных — 6* композиций.
Количество композиций спален — 6* спален.
Количество композиций молодёжных — 1* композиция.
Зона матрасов.

*Реальное количество композиций зависит от точной площади и конфигурации магазина.

## Выбор торговой площади под магазин

- Данный формат реализуется в специализированных Мебельных центрах или ТРЦ с выделенной мебельной зоной не менее 30% от общей площади ТРЦ города.

- При наличии в выбранном центре принципа зонирования по товарным категориям, в частности с выделенной зоной корпусной мебели, выбираем площадку именно в этой зоне.

- Место должно быть на первой линии, иметь широкий фриз.

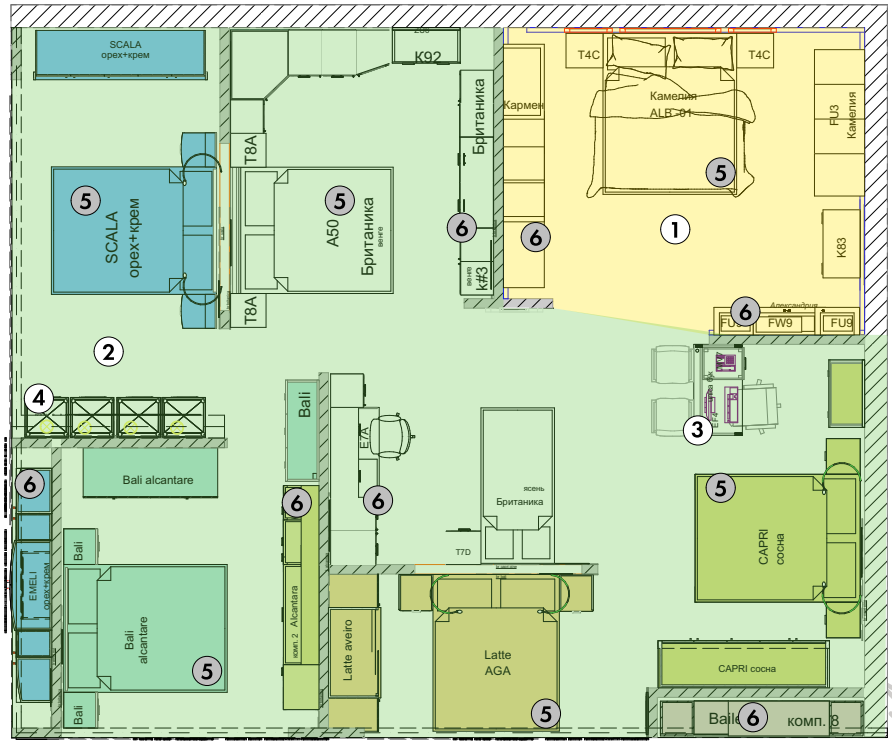
- Место расположения данного формата должно быть обозначено на плане центра и отражено в навигации.

- Площадь выбирается в непосредственной близости от входа в ТЦ либо от входа на мебельный этаж и должна легко просматриваться.

Рядом с площадью должно быть максимальное количество коммуникаций - лифты, выход к парковке, те места, где наиболее высокий покупательский поток.

## 3.3 План магазина «trend house шатура» 120 м$^2$

1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца оформление покупок
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



## 4. Шатура «Мини»

«Шатура Мини» является дополнительным форматом при наличии у Партнёра базовых торговых форматов для полного охвата рынка города (региона).
Реализуется в малых городах до 100 000 жителей, и в неспециализированных торговых объектах города.

### Стандартный магазин

Количество композиций гостиных — 4* композиций.
Количество композиций спален — 3* спален.
Зона матрасов.
*Реальное количество композиций зависит от точной площади и конфигурации магазина.

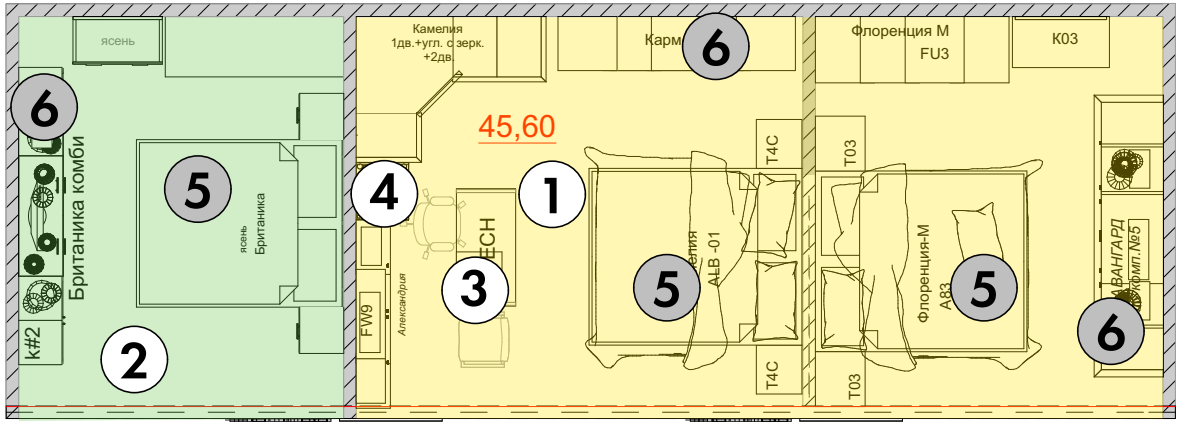
**Ассортимент мебельной выставки магазина**

| Гостиные | Спальни |
|---|---|
| Кармен | Камелия |
| Александрия | |
| Авангард | Флоренция |
| Британика комби | Британика ясень светлый |

a life story

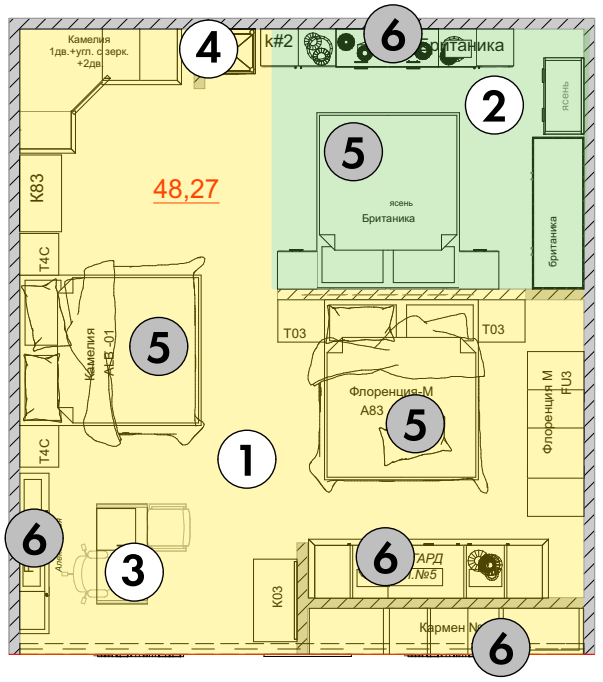
## 4.1 План магазина «Мини»

1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца оформление покупок
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



## 4.2 План магазина «Мини»

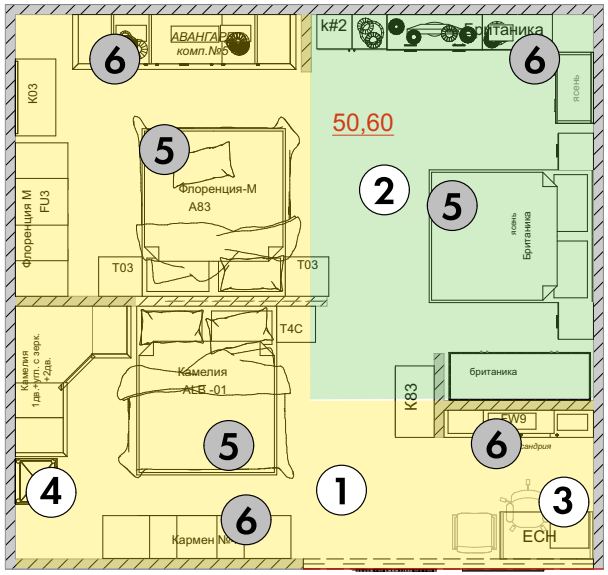
1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца оформление покупок
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



a life story

## 4.3 План магазина «Мини»

1. Выставка классической мебели формат «Шатура life story»
2. Выставка современной мебели формат «trend house шатура»
3. Рабочее место продавца оформление покупок
4. Зона выставки образцов матрасов "Imattress"
5. Образцы спален
6. Образцы гостиных



a life story

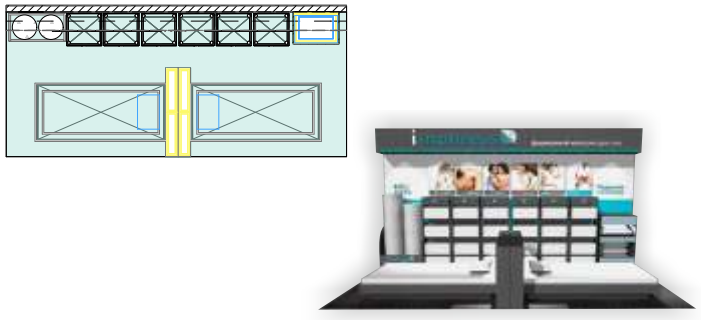
# Торговые форматы

## Форматы выставки «imattress»

### 5 м$^2$

Количество стеллажей под образцы матрасов— 6* штук.
Количество стелажей под образцы подушек — 1* штука.
Количество стелажей под образцы ролл-матрасов — 1* штука.

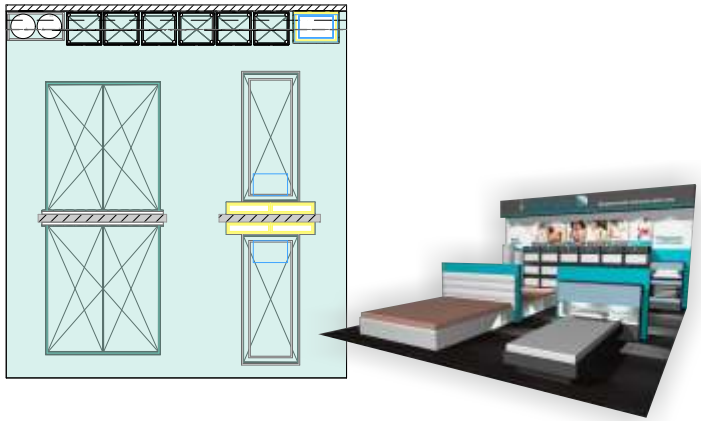
*Реальное количество стеллажей зависит от точной площади и конфигурации магазина.



### 10 м$^2$

Количество стеллажей под образцы матрасов— 6* штук.
Количество стелажей под образцы подушек — 1* штука.
Количество стелажей под образцы ролл-матрасов — 1* штука.
Количество кроватей-стендов для образцов матрасов - 2* штуки.

*Реальное количество стеллажей зависит от точной площади и конфигурации магазина.



### 20 м$^2$

Количество стеллажей под образцы матрасов— 6* штук.
Количество стелажей под образцы подушек — 1* штука.
Количество стелажей под образцы ролл-матрасов — 1* штука.
Количество кроватей-стендов для образцов матрасов - 2* штуки.
Количество кроватей с мягкими спинками - 2* штуки.
*Реальное количество стеллажей зависит от точной площади и конфигурации магазина.

a life story

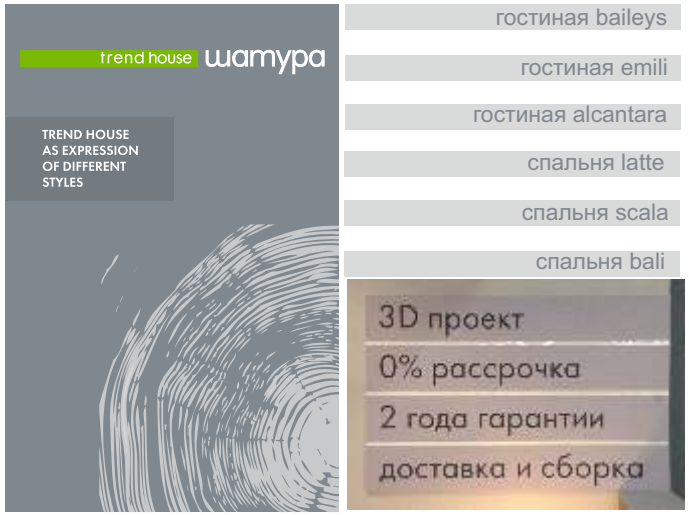
## Дилерский пакет

Шатура®
a life story

a life story

# Дилерский пакет

trend house wamypa



# Концепция декорирования

## «Diamante» орех

Аксессуары:
Книги, рамки для фото,
декоративные вазы,
бутылки, свечи, подсвечники,
настольные часы, фужеры,
бокалы, декоративные подносы,
обеденная и чайная посуда,
шкатулки, корзины, настольные лампы
торшеры и т.д.

**Рекомендации по оформлению**

рекомендованные цвета стен
и карнизов

| | |
|---|---|
| Tikkurilla Symphony H482 | Tikkurilla Sympony K489 |
| Tikkurilla Symphony G485 | Tikkurilla Sympony V482 |

дополнительное оформление
обоями

рекомендованный цвет пола

## «Tiffany» ясень

Аксессуары:
Постельное бельё, покрывало,
декоративные подушки,
рамки для фото,декоративные вазы,
бутылки, свечи, подсвечники,
настольные часы, шкатулки, корзины,
настольные лампы, ковры и т.д.

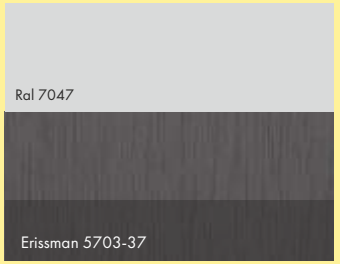
a life story

# Концепция декорирования

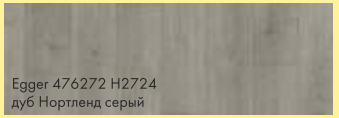
## «Alcantara»

Аксессуары:
Книги, рамки для фото,
декоративные вазы,
бутылки, свечи, подсвечники,
настольные часы, фужеры,
бокалы, декоративные подносы,
обеденная и чайная посуда,
шкатулки, корзины, настольные лампы
торшеры и т.д.

**Рекомендации по оформлению**
рекомендованные цвета стен



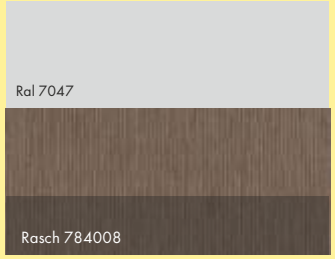

рекомендованный цвет пола



## «Bali»

Аксессуары:
Постельное бельё, покрывало,
декоративные подушки,
рамки для фото,декоративные вазы,
бутылки, свечи, подсвечники,
настольные часы, шкатулки, корзины,
настольные лампы, ковры и т.д.

**Рекомендации по оформлению**
рекомендованные цвета стен




рекомендованный цвет пола

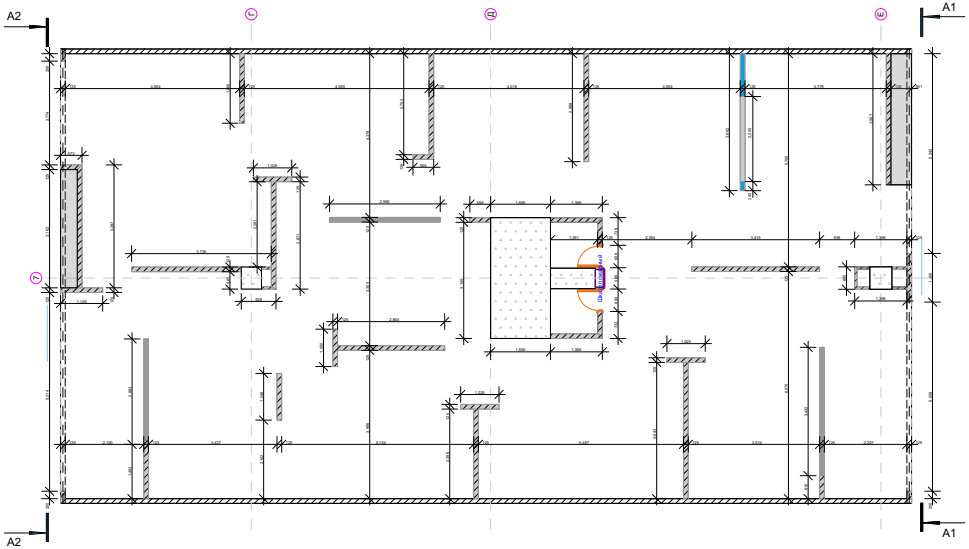
# Состав дизайн-проекта

При открытии нового салона дизайнеры компании разрабатывают индивидуальный дизайн-проект магазина с учётом специфики торговой площадки. Процесс разработки дизайн-проекта начинается с обмеров данного помещения.

В состав дизайн-проекта входят рекомендации и чертежи, которые содержат:

- обмерный план;
- план возводимых перегородок;
- разрезы;
- план колористического решения;
- планы расстановки мебели и оборудования;
- планы расположения рекламных материалов.

План возводимых перегородок




План расстановки мебели

# Обучение персонала

Предоставляем материалы по обучению, осуществляем обучение продавцов-консультантов.

- Обучение торгового персонала с последующей аттестацией
- Видео-тренинги
- Стандарты обслуживания покупателей
- Техника продаж
- Система мотивации
- Мотивационные конкурсы

Директор магазина
Администратор

- Обучение директора на этапе открытия
- Обучение стандартам сети
- Техники продаж
- Системы контроля работы магазина

a life story

# Стандарты обслуживания покупателей

Использование уникальной технологии Стандартов обслуживания вашими продавцами, существенно увеличивает продажи.
Предоставляем и внедряем данные стандарты.

a life story

# Система контроля стандартов

Общество с ограниченной ответственностью
«Новые технологии обслуживания»

ПРИКАЗ

г. Москва № 81 «09» февраль 2014г.

О снижении премии

В связи с выявленным нарушением Положения «Стандарты работы фирменных магазинов», «Положения о премировании работников» от 18.12.2013г. ООО «Новые технологии обслуживания», в соответствии с трудовым договором Трачева Д.А. №340 от 16.07.2013г., должностной инструкцией грачева Д.А., за ненадлежащее исполнение продавец-консультанта Грачева Д.А. (магазин №48, г. Москва), трудовых обязанностей выразившееся в нижеследующем:

Грачев Денис Александрович допустил нарушение Положения «Стандарты работы фирменных магазинов», а именно:
- п.2.8. сотрудникам запрещается сидеть в торговом зале, если это не связано с составлением дизайн проекта, оформлением заказа;
- п.2.10. отсутствие контакта с покупателем;
- п.2.12. отсутствие сотрудника на входе в магазин.

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. В связи с нарушением сотрудником Трачевым Д.А. лишить премиальной части заработной платы за февраль 2014г. на 1000 рублей.
2. Руководителю розничной сети Сметанниной Е.В. объявить настоящий приказ Грачеву Д.А. под роспись в течение трех рабочих дней со дня его издания.
3. Контроль за выполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Коммерческий директор Трушкина Е.А.

Ежедневно центр видеомониторинга «Шатура» осуществляет контроль за работой торгового персонала.

По факту не выполнения стандартов обслуживания, нарушение фиксируется и предоставляется партнёру по электронной почте.

# Система «Тайный покупатель»

Компания «Шатура» привлекает для оценки качества работы торгового персонала тайных покупателей.
Оценка осуществляется в собственных, партнёрских магазинах, а также магазинах конкурентов («Лазурит», «Ангстрем», «Дятьково»).
Данный анализ позволяет оценивать качество не только работы нашего персонала, но и в сравнении с конкурентами.

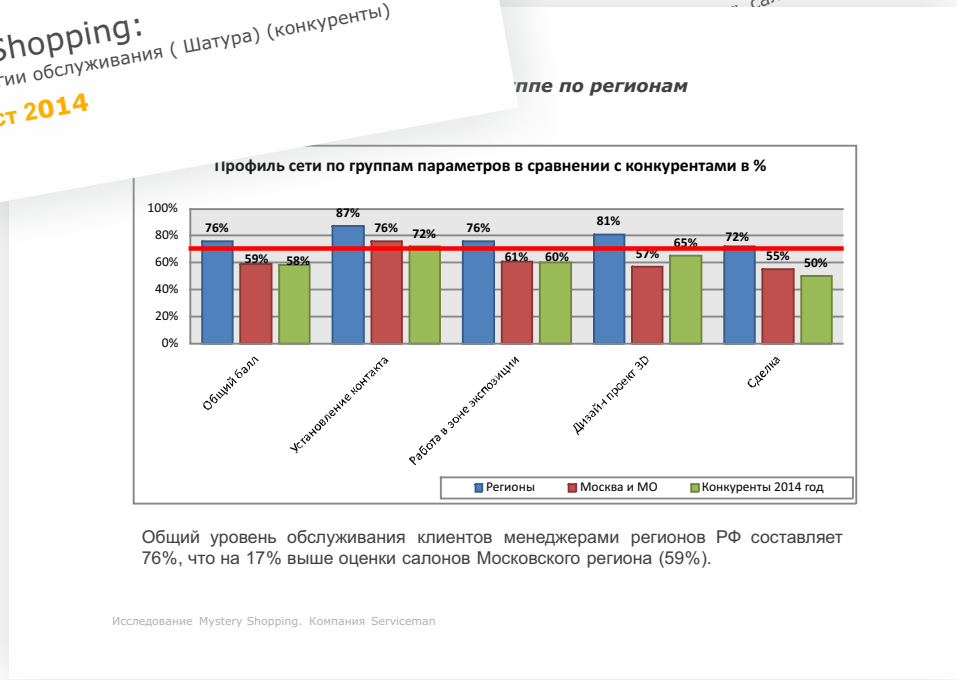
Serviceman™ Mystery Shopping

## Тайный покупатель раз в квартал

| | *Активный сервис (непосредственное взаимодействие с покупателем)* | |
|---|---|---|
| **1** | **Вступление в контакт** | |
| 1 | При входе Вас встретил сотрудник салона и в течении 30 сек поздоровался | |
| 2 | Вы осмотрелись в салоне и спустя 2-3 минуты Менеджер подошел и начал общение | |
| 3 | Менеджер начал общение с Вами **с фразы**: | |
| **2** | **Выявление потребностей** | |
| 4 | Менеджер выявлял Ваши потребности, и узнал с помощью открытых вопросов куда Вам нужна мебель, Какого цвета, Кокого размера, В каком стиле и для чего она будет использоваться. | |
| **3** | **Формирование предложения, презентация товара.** | |
| 5 | Менеджер предложил 2-3 интересных и подходящих Вам варианта. Уточнил понравился ли Вам предложенный вариант | |
| 6 | Менеджер подвел и дал потрогать, испытать понравившуюся модель. Наглядно объяснил чем она будет полезна именно Вам. | |
| 7 | Менеджер озвучил конкурентных преимуществ продукции компании<br>Преимущества<br>1. Немецкая компания<br>2. Современное европейское оборудование<br>3. Собственное производство<br>4. Соотношение цена-качество<br>5. Более 200 фирменных салонов<br>6. Современный дизайн<br>7. Экологический стандарт ДСП E 1<br>8. Европейские материалы (петли XETИХ)<br>9. Функциональность и модульность, выдерживает 5-6 сборок разборок<br>10. Разнообразная цветовая гамма | |
| 8 | Менеджер предлложил Вам сделать бесплатный 3D дизайн-проект. | |

a life story

# Отчёт Тайного покупателя




Общий уровень обслуживания клиентов менеджерами регионов РФ составляет 76%, что на 17% выше оценки салонов Московского региона (59%).



a life story

## Система мотивации торгового персонала

Для успешной работы торгового персонала, необходимо внедрение утвержденной системы мотивации.
Мы предоставляем вам мотивационные программы для вашего персонала.

## Рассрочка в каждом магазине

**0-0-10**
**0-0-12**
**0-0-24**

Для увеличения продаж необходимо предоставлять покупателям услугу «Рассрочка».
Для вас будут доступны самые выгодные кредитные продукты следующих банков:

РУСФИНАНС БАНК
Рус Финанс Банк

HOME CREDIT BANK
Хоум Кредит Банк

Русский Стандарт Банк

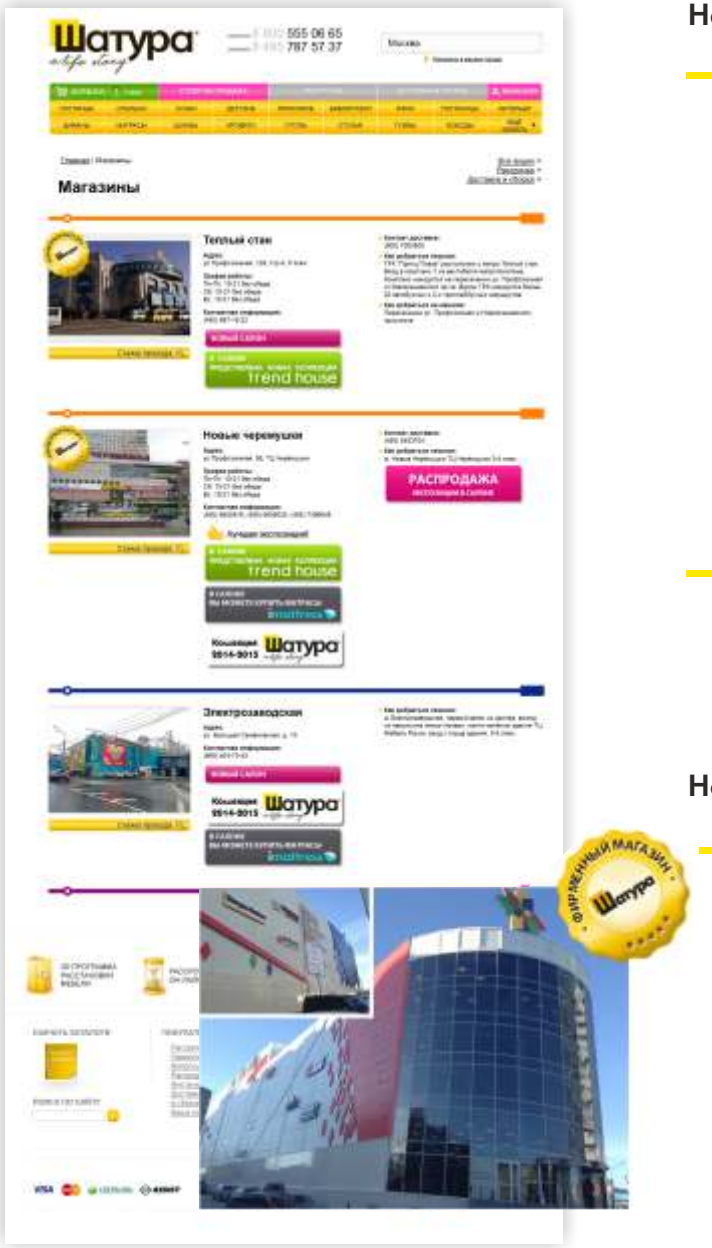
a life story

# Маркетинговая поддержка

Осуществляем маркетинговую поддержку.

1. Продвижение в поисковых системах, сайт
2. Ежемесячные федеральные Акции
3. Акции выходного дня
4. Акции к открытию салона
5. Навигация и наружная реклама
6. Видео и аудио ролики
7. Каталоги, рекламные листовки
8. СМС рассылки покупателям
9. Пакет банковский продуктов

# On-line поддержка




**Наша on-line поддержка партнёров.**

Посещаемость фирменного сайта www.shatura.com несколько

Мы размещаем информацию о фирменных магазинах партнёра на www.shatura.com и благодаря автоматическому определению региона на сайте все посетители сайта увидят Ваши магазины в Вашем регионе. Информацию о Ваших магазинах мы передаём в самые крупные картографические сервисы.

**Новые инструменты для решения текущих задач партнёра**

Размещение детальной информации о распродажах в специализированных разделах www.shatura.com

a life story

# On-line поддержка

## Работа с заказами с любого компьютера из любой точки мира!

Партнёры работают с заказами через современную Торговую Систему, работающую через браузер. Для работы с ней может быть использован любой компьютер.

## Актуальная информация каждому партнеру

Специальный сайт для партнёров с огромным количеством актуальной и регулярно обновляемой информации по продукту, документация, прайс-листы, обучающие материалы, графика федеральных акций, навигационная графика, видео и аудио ролики.

a life story

# Торговая система МК «Шатура»

## Основные преимущества

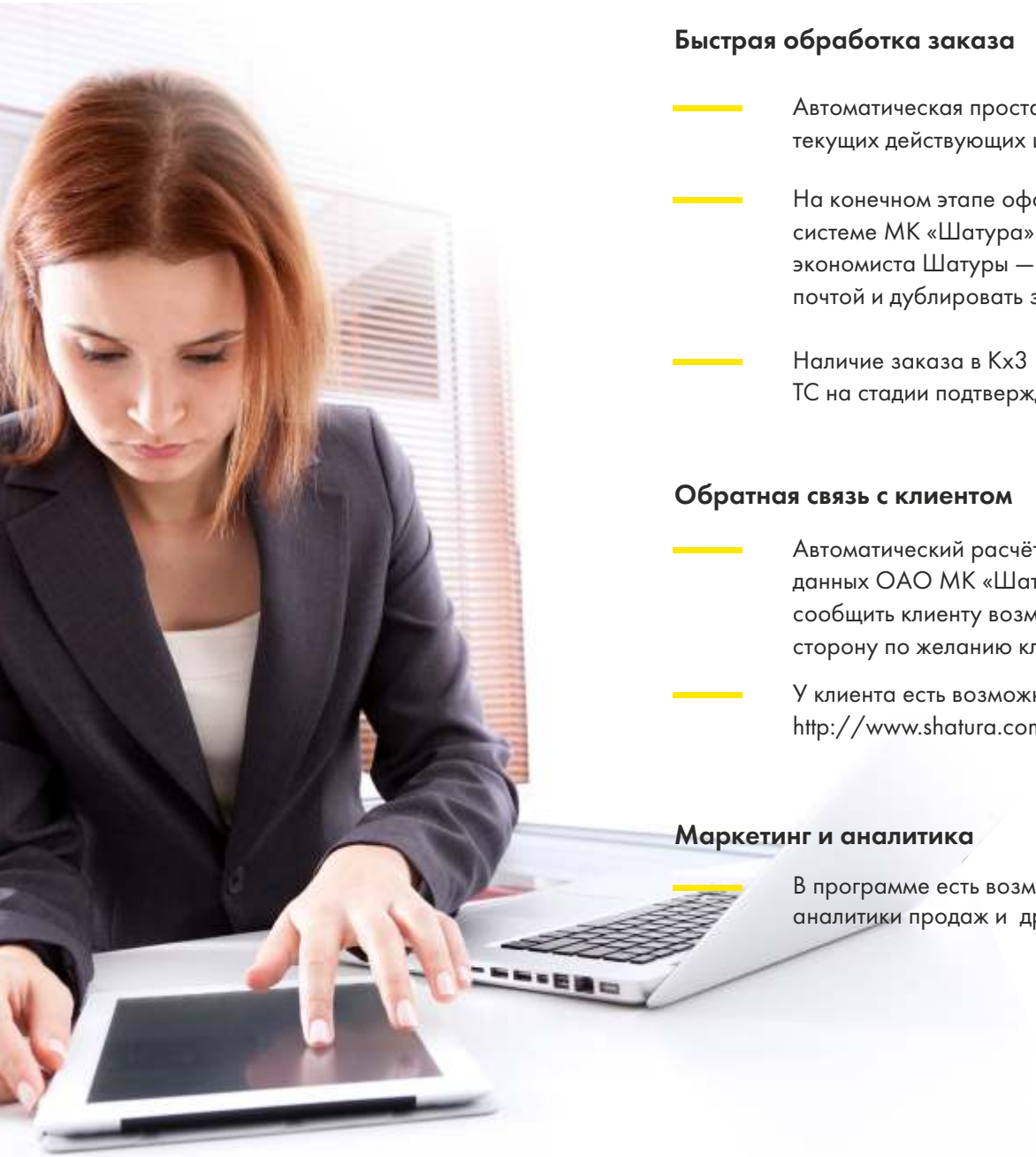
- При создании заказа в ТС автоматически создаётся заказ на дилера в информационной системе МК «Шатура» (Кх3), под данный заказ резервируются остатки, и он сразу поступает в работу.
- Оформление заказа в ТС позволяет сразу автоматически рассчитать планируемую дату отгрузки заказа и сообщить её клиенту.
- У клиента есть возможность проверить статус своего заказа on-line на сайте www.shatura.com.
- Не требует дополнительных настроек программного обеспечения — достаточно только наличия интернет-браузера.
- Для взаиодействия с сотрудниками МК «Шатура» предоставляется возможность настройки дозвона на короткий 4-хзначный телефонный номер МК «Шатуры» (настройка IP-телефонии).

## Удобный интерфейс

- Интуитивно понятный интерфейс позволяет экономить время на обучение сотрудников работе в программе. Приступать к работе можно после быстрого ознакомления.
- Сведены к минимуму лишние действия сотрудника в программе, что позволяет быстрее оформлять заказ, эффективнее работать с покупателем.
- При оформлении заказа сведены к минимуму возможные ошибки сотрудника.
- Помимо создания, редактирования и просмотра текущих заказов, есть дополнительные возможности печати ценников и прайсов.

a life story

# Торговая система МК «Шатура»



## Быстрая обработка заказа

- Автоматическая простановка цены позволяет сотруднику дилера ориентироваться в текущих действующих ценах Шатуры .
- На конечном этапе оформления заказа ТС автоматически создается заказ в информационной системе МК «Шатура» (Кх3), что позволяет на данном этапе исключить из цепочки оформления экономиста Шатуры — нет необходимости пересылать данные по заказу электронной почтой и дублировать заказ на дилера в информационной системе Шатуры (Кх3) вручную.
- Наличие заказа в Кх3 позволяет резервировать остатки Шатуры под созданные заказ ТС на стадии подтверждения заказа, т.е. заказ в Кх3 сразу же поступает в обработку.

## Обратная связь с клиентом

- Автоматический расчёт планируемой даты отгрузки (ПДО) ведётся с учётом логистических данных ОАО МК «Шатуры», т.е. появляется возможность уже при оформлении заказа сообщить клиенту возможную дату отгрузки (ПДО может корректироваться в большую сторону по желанию клиента).
- У клиента есть возможность проверить статус своего заказа on-line посредством сайта http://www.shatura.com/order/ указав номер заказа из ТС и свою фамилию.

## Маркетинг и аналитика

- В программе есть возможность формирования отчета по созданным заказам для возможности аналитики продаж и  других маркетинговых отчетов.

a life story

# Условия сотрудничества

**Мы рады приветствовать нового Франчайзи!**

От вас требуется:

1. Желание стать официальным представителем в своем регионе самой известной мебельной компании в России.

2. Наличие у потенциального партнера торговой площади соответствующей требованиям, утвержденных в компании торговых форматов
3. Готовность к соблюдению финансовых условий работы.

4. Заключение дилерского договора и соглашения о франчайзинге.

5. Реализацию торговых стандартов дизайн-проекта и оформление подиумов.

6. Предоставление на торговой площади только ассортимента Шатура, trend house, Imattress

7. Соблюдение фирменных стандартов обслуживания Клиентов и наличие выделенного персонала.

8. Использование федеральной системы мотивации персонала.

9. Участие во всех федеральных рекламных Акциях и целевых стимулирующих Акциях.

10. Готовность к аудиту магазина сотрудниками компании.

11. Предоставление отчетности:
    - база потенциальных клиентов приложение «Форма №5»;
    - еженедельный отчет о продажах «Форма №6».

12. Готовность обеспечивать на практике регламент по перемещению продукции по ранее сделанным заказам, со склада, в установленные сроки.

a life story

## Экономические показатели проекта

| Торговые форматы | Оптимум | Хит | Идеал |
|---|---|---|---|
| Торговая площадь магазина | 120 м$^2$ | 170 м$^2$ | 250 м$^2$ |
| Инвестиции в открытие фирменного салона | 1 150 тыс.руб. | 1 450 тыс.руб. | 2 150 тыс.руб. |
| Размер максимальной скидки | 40% | 42% | 43% |
| Стоимость выставки с учётом 45% скидки на выставочные образцы | 650 тыс.руб. | 850 тыс.руб. | 1 300 тыс.руб. |
| Стоимость застройки | 500 тыс.руб. | 600 тыс.руб. | 850 тыс.руб. |
| Количество образцов: | 14 | 17 | 22 |
| - спальни | 7 | 8 | 10 |
| - гостиные | 6 | 7 | 8 |
| - молодёжные | 1 | 1 | 2 |
| - прихожие | — | 1 | 2 |
| Съём с м$^2$ торговой площади в месяц | 14 тыс.руб. | 13,6 тыс.руб. | 12,5 тыс.руб. |
| Выход на уровень безубыточности | 2 месяц | 2 месяц | 3 месяц |
| Выход на плановые показатели продажи | 6 | 7 | 8 |
| Плановый доход (валовая прибыль) | 150 тыс.руб. | 200 тыс.руб. | 300 тыс.руб. |

## Контакты

www.shatura.com
www.shatura.com/franchising/

**Директор по маркетингу и развитию**
Подстольный Игорь Геннадьевич
тел.: +7 (495) 545-37-00
моб.: +7 (963) 717-48-72
email: i.g.podstolniy@shatura.com

a life story

www.shatura.com
8 800 555 06 65