

SELA
WEAR & ACCESSORIES

франчайзинг

Корпорация SELA

Основанная в 1991 году, Корпорация Sela один из признанных лидеров по созданию коллекций одежды в стиле casual. Ежегодно в коллекциях Sela представлено более 1800 моделей.

Концепция фирменного розничного предприятия предполагает представление полного ассортимента марки Sela: женская, мужская, молодежная и детская одежда, единую концепцию мерчандайзинга, системы управления товародвижением, программы по стимулированию продаж и дисконтные программы.

Сегодня Sela - это более 550 фирменных магазинов, открытых более чем в 300 городах, из них около 450 магазинов в России, другие - в странах Восточной Европы и Азии.

По системе франчайзинга с Корпорацией Sela работают более 270 партнёров. В структурах, создающих и представляющих покупателям бренд Sela, работают более 5 тыс. сотрудников.

Торговая марка Sela – первый российский бренд одежды, ставший международным не по названию, а по факту охвата территории сетью фирменных предприятий торговли.

Корпорация SELA

Успешность работы и наличие передовых технологий в продажах и системе франчайзинга Sela™ подтверждается и наградами, полученными Корпорацией за годы работы.



Европейская
премия
за качество
2004



Золотые сети
2003
2004
2005



Бренд года
EFFIE
2003
2004
2005



Товар года
2003



Выбор года
(Украина)
2005
2006
2007



Премия
Infofranchise
2007



Премия
Infofranchise
2007

История Корпорации SELA

1991

В России, в г. Санкт-Петербурге открыт первый офис Корпорации Sela.

Корпорация Sela начинает развитие собственного бренда и приступает к продаже своей одежды в магазинах и универмагах г. Санкт-Петербург.

1997

Корпорация приступает к созданию собственной сети магазинов. Разрабатывается пакет документов по развитию розничной сети на основе франчайзинга. Открыт первый собственный магазин Корпорации Sela в России, в г. Санкт-Петербург.

1999

Открыт офис, и начинается создание сети магазинов в Москве.

2002

Открыт офис Корпорации Sela в г. Таллинн, Эстония.

2003

Открыт офис Корпорации Sela в Украине.

Открыт 200-й фирменный магазин Sela.

На конкурсе «Золотые сети России» Sela признана лучшей сетью по торговле одеждой и аксессуарами. Sela стала лауреатом конкурса «Бренд года/Effie 2003». В конкурсе «Товар года 2003» Sela признана лидером в номинации «За эффективное развитие бизнеса и внедрение новых технологий».

2004

Открыт офис Sela в Казахстане.

Открыты магазины в Латвии, Грузии, Киргизии, Казахстане и Приднестровье.

На конкурсе «Золотые сети России» фирменная сеть Sela вновь признана «Золотой сетью России». Корпорация Sela награждена призом Европы «За качество».

2005

Открыты магазины Sela в Армении, Молдавии, Белоруссии.

Количество магазинов в Украине достигает 50. Sela признана «Золотой сетью России» в номинации «Молодежная одежда».

Sela вновь признана «Брендом года» (Бренд года/Effie 2005).

В 2005 году на Всеукраинском конкурсе «Выбор года — Choice of the year 2005» бренд Sela награжден золотой медалью в номинации «Выбор года — лучшие магазины молодежной марки».

2006

Корпорации Sela 15 лет.

Фирменная сеть Sela насчитывает уже более 500 магазинов.

Открыты первые магазины Sela в Литве и Польше. Бренд Sela награжден золотой медалью «Выбор года — Choice of the year 2006».

2007

Корпорация Sela запускает линию косметических средств, предназначенных для ухода за телом и волосами «Feel the same», 3 косметических линии SPA, детскую косметику Sela. Выводит линию обуви для мужчин, женщин и детей.

Бренд Sela вновь награжден золотой медалью «Выбор года — Choice of the year 2007».

2008

Начал работу интернет-магазин Sela.

Корпорация SELA выводит на рынок новые концепты Sela Kids, Sela Mix. Открыты первые магазины Sela Mix в г. Санкт-Петербург.

Открыты первые магазины Sela Kids в Москве, Волгограде, Архангельске, Краснодаре.

История продолжается...

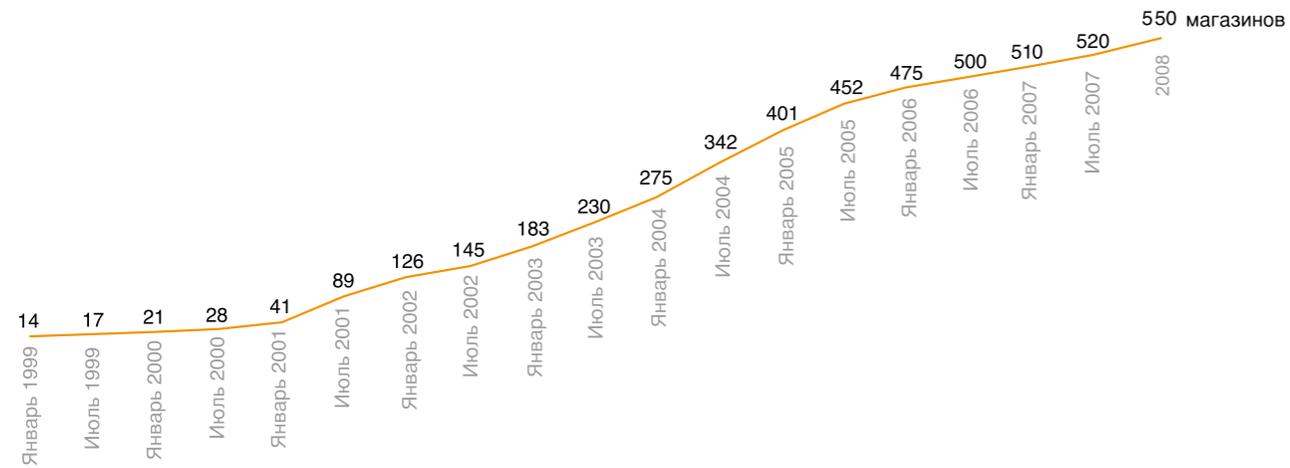
SELA в РОССИИ



Бизнес показатели

Динамика роста числа магазинов

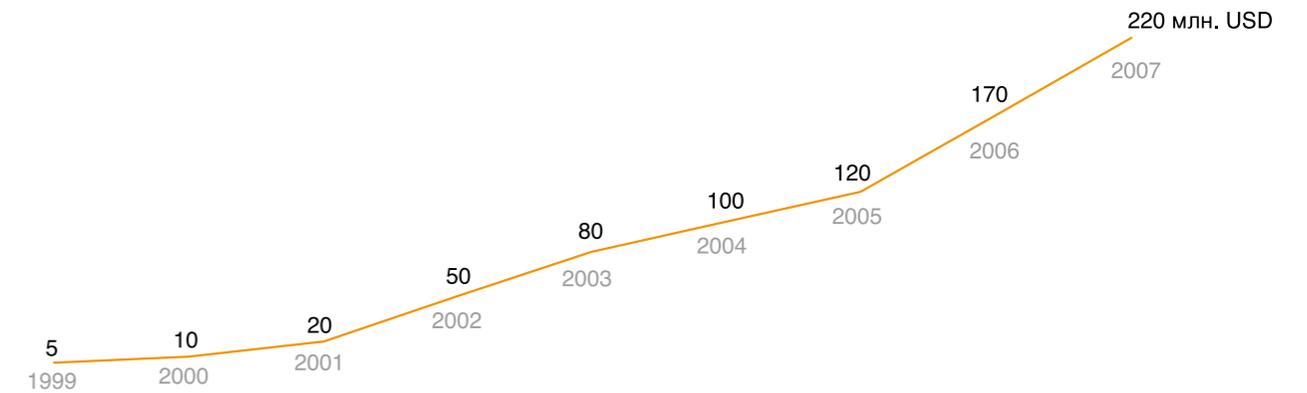
На сегодняшний день Sela является самой крупной розничной сетью по продаже одежды и аксессуаров на территории СНГ.



Бизнес показатели

Динамика роста оборотов

За 5 лет оборот Корпорации вырос в 4,5 раза. Ежегодно темпы прироста оборота Sela опережали среднерыночные показатели.



Коллекции SELA

Sela™ выпускает одежду для женщин, мужчин, молодежи, детей в возрасте от 2 до 11 лет и младенцев.

Модельный ряд Sela™ состоит из коллекций для офиса, учебы или вечеринок (Fashion), спортивных коллекций, базовых моделей (Basic).

Каждый сезон выпускается более 1800 новых моделей. Коллекции никогда не повторяются.

Широкий размерный ряд одежды, который начинается от самого маленького размера у женщин — XXS и заканчивается самым большим размером у мужчин — XXL. Для детей размерный ряд определяется возрастом.

Около 90% одежды группы Basic и более 70% товаров группы Fashion состоит из натуральных тканей (в основном хлопок и шерсть). Из искусственных волокон используется вискоза, модал, район, лайонел, а также волокна смешанного типа.

Яркие и радостные расцветки, которыми насыщены коллекции одежды Sela, — оттенки природы, неба, воды; все краски сезонов года, которые подобраны в соответствии с последними мировыми тенденциями в дизайне одежды.



Ассортимент Sela — это не только одежда

Это коллекция обуви

Широкая линия косметических средств

Большая коллекция аксессуаров

- Бижутерия, очки и аксессуары для волос
- Сумки, рюкзаки, кошельки, портмоне
- Головные уборы, шарфы, платки, перчатки, варежки
- Ремни
- Сувениры, подарки

Косметика SELA

В 2007 году Корпорация Sela начала выпуск собственной косметики

Сегодня ассортимент косметики Sela включает более 80 различных косметических средств. Вся косметика марки создана на основе натуральных природных компонентов и идеально подходит для ежедневного ухода за кожей и волосами. Косметическую продукцию марки дополняют приятные и необходимые аксессуары – свечи, косметички, полотенца и т.д.

Вся косметика производится в Израиле.

На сегодняшний день основу косметического ассортимента Sela составляют пять самостоятельных линий, где каждый обязательно найдет что-нибудь и для себя:

Feel The Same с минералами Мертвого моря.

Sela Spa с ароматами пассифлоры, зеленого чая, миндаля, персика и лаванды.

Sela Kids на основе натуральных травяных экстрактов и растительных масел для ухода за нежной детской кожей.

Sela Natural Line, созданные на основе оливкового масла и виноградных косточек.

Miss Sela – детская косметика с сочным фруктовым ароматом.



Франчайзинг SELA

Франчайзинг Sela – это возможность открыть предприятие фирменной торговли, пользуясь технологиями бренда.

Уникальность опыта работы Корпорации Sela состоит в том, что она является первым и крупнейшим франчайзером одежды на российском рынке. Обладая большим опытом работы, Корпорация Sela достигла оптимизации торговых процессов и помогает партнёрам нивелировать все риски в бизнесе.

Преимущества франчайзинга Sela заключаются в том, что партнеры не платят вступительных или ежемесячных взносов за пользование торговой маркой Sela.



Франчайзинг SELA

В рамках схемы франчайзинга Корпорация Sela берет на себя функции сопровождение бизнеса франчайзи с момента принятия решения об открытии магазина

Оценка правильности месторасположения будущего магазина и согласование его открытия.

Разработка дизайн-проекта магазина.

Разработка дизайн-проекта и производство торгового оборудования.

Составление дизайн-проекта освещения магазина.

Разработка макетов и производство вывески и элементов фирменного стиля.

Поставка всех информационных и рекламных материалов, необходимых для открытия магазина.

Выезд специалистов Корпорации на открытие магазина.

Обучение персонала магазина технологиям мерчендайзинга и технологиям продаж Sela.

Консультации по формированию заказа.

Консультации по всем бизнес-процессам, связанным с работой магазина.

Корпорация проводит единую коммуникативную политику. Оказывает федеральную рекламную поддержку, разрабатывает единый план рекламных мероприятий.

Контроль соблюдения стандартов фирменной торговли.

Сотрудничество

Варианты и формы сотрудничества с Корпорацией

Sela предлагает несколько форматов фирменной торговли

Концептуальный магазин/секция **Sela**

Стандартный магазин/секция **Sela**

Предприятия малого формата:

Sela

Sela Kids

Sela Mix

Sela Cosmetics



Сотрудничество



Форматы торговых предприятий

Концептуальное предприятие

Площадь

- Торговая площадь магазина: от 200 м².
- Площадь подсобного помещения магазина: от 30 м².

Требования к торговому центру

- Год постройки/реконструкции: не ранее 2000 года;
- Площадь Торгового центра – от 15 тыс. м² (для городов с населением менее 250 тыс. жителей – от 10 тыс. м²);
- Наличие «якорных» арендаторов из числа национальных и известных международных брендов.

Характеристики района размещения:

- Центральная улица
- Наличие крупных транспортных развязок - удобные транспортные связи с большинством городских районов.
- Концентрация торговых зон, обслуживающих большинство городских районов.
- Торговое соседство – фирменные или «раскрученные» мультибрендовые магазины одежды для среднего класса или «элитные» магазины.
- Инвестиции в открытие стандартного предприятия фирменной торговли предполагаются от \$ 400 за кв.м (ремонт, торговое оборудование, освещение, оргтехника, программный продукт 1С-торговля).
- Стоимость первоначальной закупки товара - 350 \$ на кв. метр.

Открытие предприятия:

- Депозит за открытие фирменного предприятия составляет \$1000.
- Торговля товарами Sela™ осуществляется только при условии закупки ассортимента всех групп товаров, выпускаемых Sela™.
- Структурное наполнение первой закупки товара определяется в пропорциональном соотношении всех групп товарного ассортимента. Формируется специалистами Корпорации.
- Сезонная поставка товаров, сформированная на основании заказа партнеров, обеспечивается предоплатой в размере 10 %. Сезонная поставка товаров осуществляется в соответствии с заказом и по факту внесенной предоплаты за сезонную закупку товаров.

Форматы торговых предприятий

Предоплата позволяет партнеру зарезервировать для своего предприятия товары в ассортименте и количестве на стадии пошива коллекций.

- Резервирование товаров осуществляется в соответствии со сформированными партнером и согласованными Корпорацией заказами на сезонную закупку товаров.
- Партнер обязан оплачивать и закупать товары не реже 4 раз в месяц.
- Существует система поощрительных скидок.
- Поставка товаров осуществляется по установленному на сезон графику в соответствии с наличием товаров на складе Корпорации и исполнения партнерами платежной дисциплины.
- Бонус на открытие предприятия фирменной торговли в виде бесплатной рекламной продукции — \$ 500.



Решение о подтверждении статуса концептуального фирменного предприятия и его сертификации принимает Сертификационная комиссия в соответствии с «Положением о сертификации».

Форматы торговых предприятий

Стандартное предприятие

Требования к торговому центру

- Год постройки/реконструкции: не ранее 2000 года;
- Площадь Торгового центра – от 15 тыс. м² (для городов с населением менее 250 тыс. жителей – от 10 тыс. м²);
- Наличие арендаторов из числа известных национальных или международных брендов.

Характеристики района размещения

- Центральная улица.
- Наличие крупных транспортных развязок - удобные транспортные связи с большинством городских районов.
- Концентрация торговых зон, обслуживающих большинство городских районов.
- Торговое соседство - монобрендовые и мультибрендовые магазины одежды известных производителей в среднем ценовом сегменте.

Площадь

- Торговая площадь магазина: от 100 м².
- Площадь подсобного помещения магазина: от 20 м².

Инвестиции

- Инвестиции в открытие стандартного предприятия фирменной торговли предполагаются от \$ 350 кв.м (ремонт, торговое оборудование, освещение, оргтехника, программный продукт 1С-торговля).
- Стоимость первоначальной закупки товара - 350 \$ на кв. метр.

Открытие предприятия:

- Депозит за открытие фирменного предприятия составляет \$1000.
- Торговля товарами Sela™ осуществляется только при условии закупки ассортимента всех групп товаров, выпускаемых Sela™. Структурное наполнение первой закупки товара определяется в пропорциональном соотношении всех групп товарного ассортимента. Формируется специалистами Корпорации.
- Сезонная поставка товаров, сформированная на основании заказа партнеров, обеспечивается предоплатой в размере 10 %. Сезонная поставка товаров осуществляется в соответствии с заказом и по факту внесенной предоплаты за сезонную закупку товаров.

Форматы торговых предприятий

Предоплата позволяет партнеру зарезервировать для своего предприятия товары в ассортименте и количестве на стадии пошива коллекций.

- Резервирование товаров осуществляется в соответствии со сформированными партнером и согласованными Корпорацией заказами на сезонную закупку товаров.
- Партнер обязан оплачивать и закупать товары не реже 4 раз в месяц.
- Существует система поощрительных скидок.
- Поставка товаров осуществляется по установленному на сезон графику в соответствии с наличием товаров на складе Корпорации и исполнения партнерами платежной дисциплины.
- Бонус на открытие предприятия фирменной торговли в виде бесплатной рекламной продукции — \$ 250.



Решение о подтверждении статуса стандартного фирменного предприятия и его сертификации принимает Сертификационная комиссия в соответствии с «Положением о сертификации».

Форматы торговых предприятий

Предприятие малого формата

Корпорация Sela, оставаясь лидером в области продаж одежды и аксессуаров и учитывая тенденции стремительно развивающегося рынка, разработала новые форматы предприятий фирменной торговли.

- Торговая площадь предприятия малого формата — до 100 м².
- Размещение предприятия малого формата — в торговых центрах, в отдельно расположенных магазинах, в отдельных секциях в торговых рядах.
- Инвестиции в открытие предприятия малого формата предполагаются от \$ 200 за кв.метр (ремонт, торговое оборудование, освещение).
- Незначительные текущие затраты (аренда, заработная плата, коммунальные платежи, прочие текущие расходы).
- Стоимость первоначальной закупки товара - 350 \$ на кв. метр.
- Депозит за открытие фирменного предприятия составляет \$1000.
- Торговля товарами Sela™ осуществляется только при условии закупки ассортимента всех групп товаров, выпускаемых Sela™. Структурное наполнение первой закупки товара определяется в пропорциональном соотношении всех групп товарного ассортимента. Формируется специалистами Корпорации.
- Сезонная поставка товаров, сформированная на основании заказа партнеров, обеспечивается предоплатой в размере 10%. Сезонная поставка товаров осуществляется в соответствии с заказом и по факту внесенной предоплаты за сезонную закупку товаров. Предоплата позволяет партнеру зарезервировать для своего предприятия товары в ассортименте и количестве на стадии пошива коллекций.
- Резервирование товаров осуществляется в соответствии со сформированными партнером и согласованными Корпорацией заказами на сезонную закупку товаров.
- Партнер обязан оплачивать и закупать (подсортировать) товары не реже 4 раз в месяц.
- Существует система поощрительных скидок.
- Поставка товаров осуществляется по установленному на сезон графику в соответствии с наличием товаров на складе Корпорации и исполнения партнером платежной дисциплины.
- Бонус на открытие предприятия фирменной торговли в виде бесплатной рекламной продукции — \$100 — 250.

Форматы торговых предприятий



Решение об открытии предприятия малого формата принимается на основании стандартов Корпорации.

SELA Kids

Детская одежда, обувь, аксессуары, предлагаемые Sela, давно завоевали заслуженное признание у покупателей. Создание нового формата Sela Kids позволит вывести продажи товаров для детей на новый уровень.

Площадь магазина

Общая площадь магазина – не более 150 кв.м

Торговая площадь от 60 до 130 кв.м

Складское помещение – до 20 кв.м

Месторасположение

В торговых центрах

- в зоне концентрации магазинов детского ассортимента
- рядом с зоной организации детского досуга

В торговых центрах, специализированных на продаже детской одежды

- на первой этаже в зоне входа
- на втором этаже в зоне выхода из лифта или эскалатора

Отдельностоящие магазины

- в зоне магазинов детского ассортимента
- в непосредственной близости от детских учреждений
- в зоне активного покупательского потока

Инвестиции

Общая сумма инвестиций на магазин – от \$ 60 000

- ремонт, освещение, оборудование – \$ 345 на кв.м
- товары – от \$ 350 на кв.м
- вывеска – \$ 2000
- оргтехника и программное обеспечение – \$ 3 000

Корпорация предоставляет

- дизайн-проект
- право пользования торговой маркой
- рекламное сопровождение
- бонус на открытие магазина
- оказывает услуги по мерчендайзингу, обучению

SELA Kids

Факторы, определяющие успешность проекта на рынке

Годовой оборот российского рынка детских товаров и услуг, по оценкам экспертов, колеблется в пределах \$ 4,5-7,5 млрд., и в настоящее время прирост составляет 15-25% в год. Значительная часть этого оборота приходится на производство и реализацию детской одежды – \$ 2,5-3 млрд.

Популяризация традиционных семейных ценностей в обществе. Государственная политика по созданию условий, благоприятствующих росту рождаемости.

Sela – мощный, широко известный и успешный бренд:

- Многолетний опыт Sela в производстве детской одежды.
- Широкий ассортимент.
- Выверенная ценовая политика.
- Сформированная целевая аудитория Sela в данной категории. По результатам исследований 69% женщин-покупателей Sela покупали одежду Sela детям в возрасте до 10 лет.
- Удобство формата Sela Kids для покупателей с детьми.



Новый формат, отражающий современный принцип quick - шопинга: удобный, быстрый и эффективный способ подобрать вещи для создания индивидуального образа и стиля.

«Sela Mix» предлагает разнообразный ассортимент аксессуаров для женщин, мужчин и детей:

- Трикотаж
- Бижутерия, очки и аксессуары для волос;
- Сумки, рюкзаки, кошельки, портмоне, косметики, ремни;
- Головные уборы, шарфы, платки, перчатки, варежки;
- Косметика по уходу за телом, лицом и волосами;
- Сувениры, подарки

Площадь магазина

Общая площадь магазина – не более 50 кв.м

Торговая площадь от 20 до 40 кв.м

Складское помещение – до 10 кв.м

Месторасположение

В торговых центрах

- в зоне наибольшей концентрации покупательского потока
- в зоне мультибрендовых магазинов среднеценового уровня или магазинов

В торговых центрах или галереях специализированных на продаже сопутствующих

- товаров или продажи товаров импульсивного спроса
- на первом этаже в зоне входа
- на втором этаже в зоне выхода из лифта или эскалатора

Отдельностоящие магазины

- в зоне сложившихся торговых коридоров
- в зоне активного покупательского потока

Инвестиции

Общая сумма инвестиций на магазин – от \$ 50 000

ремонт, освещение, оборудование – \$ 345 на кв.м

товары – от \$ 250 на кв.м

вывеска – \$ 2000

оргтехника и программное обеспечение – \$ 3 000

Корпорация предоставляет

дизайн-проект

право пользования торговой маркой

рекламное сопровождение

бонус на открытие магазина

оказывает услуги по мерчендайзингу, обучению.

Факторы, определяющие успешность проекта на рынке

В настоящее время на рынке нет магазинов с ассортиментом полностью аналогичным Sela Mix.

Ежегодный рост рынка бижутерии и аксессуаров составляет примерно 40%.

Многолетний опыт Sela в производстве аксессуаров и товаров категории Basic.

Выверенная ценовая политика Sela.



Расчет доходности

Расчет доходности предприятия фирменной торговли

Платежные обязательства Партнеров Корпорации состоят из обязательного внесения депозитов, предоплаты за товары и осуществления текущих платежей.

1. Предполагаемая площадь предприятия

1.1. торговая (S_T) _____, м²

1.2. отдельное подсобное помещение ($S_{п}$) _____, м²

1.3. общая ($S_{общ} = S_T + S_{п}$) _____, м²

Рекомендуется придерживаться пропорционального соотношения торговой площади и площади подсобного помещения, как 80 % к 20 % соответственно.

2. Расчет минимальной выручки

2.1. Предполагаемое время работы предприятия (T_p) _____, час.

Время работы предприятия рассчитывается с момента открытия до момента закрытия предприятия, в часах. Работа предприятия рекомендуется без перерывов и выходных.

2.2. Покупательский поток за рабочий день ($P_{п}$) _____, кол-во чел.

Покупательский поток за рабочий день рассчитывается следующим образом:

1. Производится подсчет количества проходящих непосредственно мимо предприятия людей - один час в утреннее время ($P_{утр}$), -один час в обеденное ($P_{об}$), -один час в вечернее ($P_{вч}$).

2. Рассчитывается средний покупательский поток в час ($P_{час} = (P_{утр} + P_{об} + P_{вч}) / 3$).

3. Рассчитывается средний покупательский поток за рабочий день предприятия ($P_{п} = P_{час} \times T_p$).

2.3. Прогнозируемое количество посетителей предприятия ($P_{м} = P_{п} \times 0,1$) _____, кол-во чел.

Прогнозируемое количество посетителей магазина = 10 % от покупательского потока за рабочий день.

2.4. Прогнозируемое количество покупок за рабочий день ($C = P_{м} \times 0,1$) _____, единиц.

Прогнозируемое количество покупок за рабочий день = 10 % от прогнозируемого количества посетителей магазина.

2.5. Выручка предприятия за рабочий день ($V_{д} = C \times (\$17-20)$) _____, \$

Выручка предприятия за рабочий день = прогнозируемое количество покупок за рабочий день \times среднюю стоимость покупки (\$17—20).

ИТОГО, выручка в месяц ($V_{м} = V_{д} \times (30-31)$): _____, \$

ИТОГО, выручка за год ($V_{г} = V_{м} \times 12$): _____, \$

Расчет доходности

3. Текущие затраты в месяц ($Z_{м}$)

3.1. Арендная ставка (Акв.м) _____ за м², \$

3.2. Арендная плата в месяц ($A_{м} = S_{общ} \times \text{Акв.м}$) _____, \$

Необходимо учитывать возможность разных арендных ставок за торговую площадь и за подсобное помещение соответственно.

3.3. Заработная плата персонала ($Z_{Пм}$) _____, \$

3.4. Оплата коммунальных услуг ($K_{Ум}$) _____, \$

3.5. Налоги ($N_{м}$) _____, \$

3.6. Прочие затраты ($Z_{пр}$) _____ (хоз. нужды, канцтовары и т.д.), \$

ИТОГО, в месяц: ($Z_{м} = A_{м} + Z_{Пм} + K_{Ум} + N_{м} + Z_{пр}$) _____, \$

ИТОГО, в год: ($Z_{г} = Z_{м} \times 12$) _____, \$

4. Прибыль предприятия за календарный год

($P_{г}$), \$ ($P_{г} = V_{г} - (Z_{г} + S_{г})$)

Выручка предприятия за год минус себестоимость товара, минус текущие затраты за год.

5. Окупаемость проекта ($T_{Мпроекта}$)

5.1. Инвестиции в открытие предприятия (I проекта)

5.1.1. ремонт помещения ($I_{рем}$) _____, \$

Предполагаемая сумма указывается из расчета около \$30 на м² (данные могут отличаться в зависимости от региона, формата проекта и прочих условий).

5.1.2. торговое оборудование ($I_{то}$) _____, \$

Из расчета около \$80 на м²

5.1.3. освещение ($I_{свет}$) _____, \$

Из расчета около \$30 на м²

5.1.4. оргтехника и программное обеспечение ($I_{орг.т}$) _____, \$

Предполагаемая сумма \$2500 — 3500

5.1.5. инвестиции в оборот ($I_{об}$) _____, \$

Первая закупка товара (по договору купли-продажи) или оплата депозита (по договору комиссии).

5.1.6. **ИТОГО** (I проекта = $I_{рем} + I_{то} + I_{свет} + I_{орг.т} + I_{об}$): _____, \$

5.2. Срок окупаемости проекта

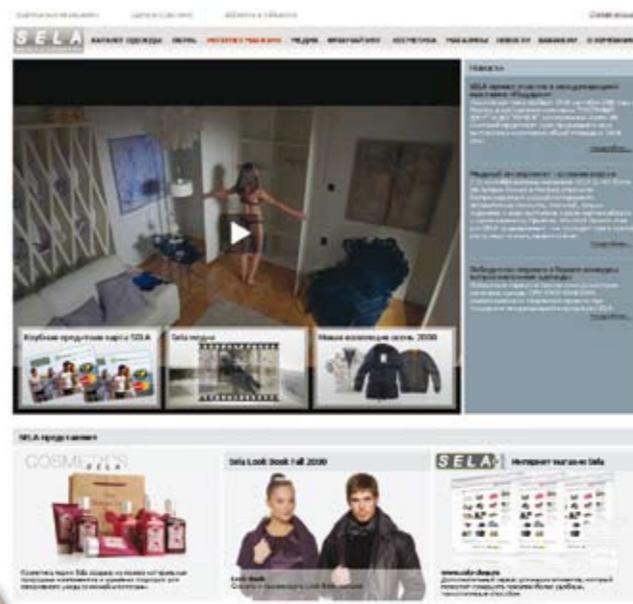
($T_{Мпроекта} = (I \text{ проекта} / P_{г} / 12)$), календарные месяцы

Срок окупаемости = Итоговая сумма инвестиций в открытие предприятия / Прибыль предприятия за год / 12.

Рекламная поддержка

Федеральные каналы телевидения
Интернет
Журналы life-style
Радио

Наружная реклама
Кинотеатры
Промо-мероприятия
PR-поддержка



Развитие

Развитие новых направлений продаж товаров TM Sela

Sela Kids – магазин по продаже детской одежды для детей от 0 до 11 лет

Sela Cosmetics

Sela Shoes

Sela Mix

INTERNET магазин

Расширение сетки форматов и ротация существующих предприятий розничной торговли

Концептуальные магазины – «магазин – витрина», площадью от 200 до 500 кв. м, расположенные в центре городов на торговых улицах

Стандартные предприятия – магазины площадью от 150 до 350 кв. м, расположенные в различных частях городов

Предприятия малых форматов – магазины площадью от 50 до 150 кв. м, расположенные в малых городах и спальных районах, в зонах шаговой доступности

Корнеры – секции в гипермаркетах, расположенные в зонах open space

Mini units – киоски в проходах крупных торговых центров, ориентированные на продажу косметики и (или) аксессуаров

Магазины распродаж – магазины площадью от 350 до 600 кв. м, расположенные на окраинах городов.

Планы развития

Открытие франчайзинговых розничных предприятий в государствах, где расположены офисы Корпорации Sela – Россия, Украина, Казахстан, Эстония
Расширение и качественное изменение параметров сети в странах, где представлена Sela
Выход на новые рынки
Вывод новых форматов

SELA

WEAR & ACCESSORIES

ОФИС КОРПОРАЦИИ SELA В МОСКВЕ:

ул. Шарикоподшипниковская,
13 стр. 62, этаж 4

г. Москва, 115088 Россия

Телефон: +7 495 645-84-05

+7 495 645-84-06 +7 495 645-84-07

+7 495 645-84-08 +7 495 645-84-09

Факс: +7 495 645-84-05

E-mail: sela@sela.msk.ru

ОФИС КОРПОРАЦИИ SELA В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ:

наб. Черной речки, 41

г. Санкт-Петербург, 197342 Россия

Телефон: +7 812 332-08-08

Факс: +7 812 718-53-00

E-mail: sela@sela.ru

Call centre: +7-800-200-7352 По россия звонок бесплалный

ОФИС КОРПОРАЦИИ SELA В КАЗАХСТАНЕ:

пр. Суюнбая, 89а ТОО «Стрэйт»

г. Алматы, 050000 Казахстан

Телефон: +7 (3272) 50-80-53

Факс: +7 (3272) 66-25-83

E-mail: selakz@sela.ru

ОФИС КОРПОРАЦИИ SELA В УКРАИНЕ:

ул. Металлистов, 22 ООО «К-Скала»

г. Киев, 03057 Украина

Телефон: +380 44 561-26-80

Факс: +380 44 561-26-81

E-mail: sela@sela.ua

ОФИС КОРПОРАЦИИ SELA В ЭСТОНИИ:

Kalda, 9a SELA EESTI AS г. Таллинн,

11625 Эстония

Телефон: +372 677-60-14

Факс: + 372 677-60-14

E-mail: sela@sela.ee

www.sela.ru

www.sela-shop.ru