



Иван Тодоров: За да постигнеш големи успехи, понякога са нужни големи рискове!

АНЕЛИЯ ПОПОВА

Иван Тодоров е регионален директор и собственик за България на верига ресторанти Subway. Втората по големина в света верига за бързо хранене (фаст фууд) "Сабуей" (Subway) планира да отвори 40 заведения в България до 2015 г. Тя разполага с над 32 хиляди ресторанта на всички континенти. Иван Тодоров обясни тайните на успеха на Subway през годините специално за Businesslion.com. Разбрахме защо според него кризата помага на бизнеса, както и какви точно са предимствата на фаст фууд индустрията.

Г-н Тодоров, вие сте регионален директор на веригата заведения за бързо хранене с марката Subway за България. Как започнахте да трупате опит в тази сфера и кога установихте, че подобен бизнес е печеливш и полезен за вас? Разкажете ми за този път...

В сферата на бързото хранене започнах със Subway. Бизнес моделите на франчайзинг винаги са били по-сигурни, отколкото един „чисто нов“ бизнес. Бързото хранене намира все по-голяма популярност в днешния забързан свят. Това развитие на нещата, разбира се, се дължи на няколко фактора или по-скоро на комбинацията от тях. Предлагаме много ниска, дори символична франчайз такса от 7500 евро, от която 50% се връща, ако ресторантът бъде открит до 1 година от подписване на договора. Инвестицията в един такъв ресторант е между 60 и 100 хил. евро. Не случайно Subway е обявявана за франчайз № 1 в продължение на 16 поредни години. Това е невероятна компания, типично американска. Създадена е през 1965 г. от Фред ДеЛука, който тогава е една на 17 г. Първият ресторант е бил открит в Бриджпорт, Кънектикът. Днес Subway има над 32 000 обекта в 90 държави. Плановете ни са ресторантите да станат 40 до 2015 г.

Можем ли да кажем, че сте човек на предизвикателствата? Колко често си позволявате да поемате рискове?

За да постигнеш големи успехи понякога са нужни големи рискове. Франчайз моделите също не са гаранция за успех. За благоприятното развитие на един бизнес трябва да се вземат под внимание много предпоставки. Много е важно да разберете например какво всъщност е франчайзинг и дали той е подходящ бизнес модел за вас. Много хора не правят разлика между франчайзер и предприемач.

Финансовата криза не дава ли смущаващо отражение върху бизнеса ви? Все пак разбрах, че инвестицията за стартирането и отварянето на един обект, например МОЛ, варира между 60 и 100 хиляди евро?! Как се развива фаст фууд индустрията в такива кризисни условия?

Казвал съм не веднъж и отново ще застана зад думите си – кризата ни помага. Инвестицията не е минимална, но е много по-малка в сравнение с други вериги за бързо хранене. Такъв бизнес не може да се направи с 5-10 хиляди евро. Всички наши франчайзери са бизнесмени със средства, които са придобили от бизнес области и които не са толкова актуални в тези времена на криза. Тези хора търсеха нова ниша за развитие и я видяха в нашата марка. В момента се създават предпоставки за освобождаване на топ помещения на не толкова високи наеми. Не страдаме от липса на персонал.

Проследявайки професионалния ви път, забелязвам, че вие залагате на смелите ходове в бизнеса. Разчитате на агресивното налагане на марката – 6 нови заведения са открити в рамките само на 12 месеца. Това винаги ли ви носи дивиденди?

Без рискове, няма успехи. А виждате, че в криза или не, всички заведения са препълнени. Животът става все по-забързан, а традиционният дълъг обяд – все по-рядко предпочитан. Това на свой ред пък дава предпоставка за развитието на фаст фууд индустрията – ето един смел ход, но и изключително огромно

предимство за нашата верига. Защото ние предлагаме на хората по-здравословна алтернатива, събрана в минимално количество калории. Все повече хора днес предпочитат да се хранят със здравословна и прясна храна. Ето, например наблюдава се и сериозен ръст на ресторантите Subway в Европа. Франция, която има 130 ресторанта, възнамерява да ги удвои до края на годината. В Германия има над 700 ресторанта, а в Англия над 1200 и продължават да откриват.

Във вашия бизнес говорим най-вече за здравословно хранене с качествени продукти. В този смисъл, кой е основният приоритет, от който се ръководите, тъй като социалният аспект на храненето става все по-важен? Хората имат все по-забързано ежедневиe, отделят все по-малко пари и предпочитат по-евтината, отколкото по-здравословната храна.

Както сами казахте ние предлагаме една по-здравословна алтернатива на бързото хранене. Нашите продукти се приготвят без пържене с минимална термична обработка. Залагаме на пресни и качествени продукти. Нашият хляб се пече всеки ден и пред очите на клиентите. Смятаме, че цените, на които се предлагат нашите сандвичи и салати, са конкурентни на пазара, което е и видно от многобройните ни клиенти.

Кои са трите бизнес фокуса на Subway, които ѝ гарантират поне до момента успех?

Здравословна алтернатива на бързото хранене, ниска първоначална инвестиция и гъвкавост при позиционирането.

Вашата компания е втората по големина в света след „Макдоналдс“. Доколко адаптирана е ценовата политика на Subway със стандарта на живот в България?

Нашите цени са максимално изпилени, за да бъдат достъпни за всеки. Най-скъпият сандвич при нас е 3.99лв. Същата е цената и на един БигМак, но ние предлагаме по-голямо количество храна и разнообразие в нашите сандвичи. Между другото се очаква Subway да стане първата по големина верига в света в следващите няколко месеца.

Какви качества трябва да притежава добрият бизнесмен и има ли изобщо такова понятие като „добър бизнес“?

Добър бизнес е този, който те привлича най-много и разбира се, ти носи добри доходи. За да бъдеш успешен франчайзер, трябва да вярваш в системата. Има огромна разлика между франчайзер и предприемач. Във франчайзинга трябва да се спазват правилата, които ти се налагат. Предприемачът е човек с повече свобода, но без особена гаранция за успех.

Прави ми впечатление, че постоянно се стараете да поддържате свеж имидж на бранда, което включва външния вид на ресторантите, декорите. Защо заложихте точно на областта Тоскана като цветове и украси по стените – така пресъздадената атмосфера повече клиенти ли привлича?

Декорът в нашите заведения се обновява периодично. Тосканският декор включва колорита на естествените строителни материали – тухла, глина, камък и придава на клиентите усещането за семеен уют.

Гледате ли на себе си като на успял човек и добър бизнесмен, който редовно си сверява часовника с европейските стандарти за качество?

Предпочитам хората да дават оценки за мен.

В този смисъл, как оценявате участието си в сайта businesslion.com, който е повече от амбициозен проект, без аналог до този момент?

Радвам се, че има хора, които инвестират в нови проекти. Радвам се, че съм от първите които

интервюирате. Пожелавам ви успешен старт и безкраен ъптайм!

Бихте ли се доверил на т.нар. „бизнес лъзове”, за да направите бизнеса си по-привлекателен или полезен, както за вас, така и за клиентите ви? И ако да – защо?

Времето ще покаже! J