

SUBWAY НАСЪРЧАВА ВЗИСКАТЕЛНИТЕ КЛИЕНТИ

Българският пазар е истинско преизвикателство, според регионалния директор на SUBWAY Иван Тодоров. В много отношения стратегиите, които се прилагат и са успешни на чужди пазари, тук не работят. На голяма част от навлизащите международни корпорации им се налага коренно да преосмислят и да променят подхода си. Българските потребители са изключително взискателни, критични и мнителни, което подтиква към повече изобретателност и гъвкавост младия предприемач. Същевременно Тодоров е убеден в съществуването на константи и икономически закони, пригържането към които неминуемо води до развитието на печеливш бизнес във всяка точка от света.

Именно осъзнаването и следването им е в основата на успешната формула SUBWAY, която се оказва лесно приложима и приспособима дори за нашия пазар, твърди Тодоров. В глобален аспект доказателство е отличието за „Световна франчайз верига на 2009 г.“, според класацията TOP 500 на „Entrepreneur Magazine“.

Регионалният директор на бранда у нас с гордост изтъква, че в условия на икономическа криза SUBWAY успява да изпревари един от най-сериозните си преки конкуренти – McDonald's. Поглеждайки от нашата си камбана-рия, само в рамките на една година в най-големите градове – София, Варна и Бургас, са открити 6 ресторанта на SUBWAY. Предстои скорошното откриване на още 10 обекта, които в момента са в процес на изграждане. Първата лента най-вероятно ще бъде прерязана в Sofia Outlet Center.

За последната година, когато оборотите на фирмите се понижават със значителни темпове дори в хранителната индустрия, ние отбелязахме ръст от 25%, подчертава Тодоров. Докато немалка част от компаниите съкращават своите служители, екипът на SUBWAY непрекъснато нараства.

Веригата се радва на все по-засилващ се интерес от страна на потенциални

франчайз партньори. По електронен път са получени стотици запитвания от цялата страна. В тази връзка мениджърският екип на SUBWAY планира провеждането на поредица форуми и срещи в различни градове. Като цяло в България франчайзингът се радва на все по-голяма популярност. В това са се уверили и от Веригата ресторанти за бързо хранене при участието им в първото за страната изложение FRANCHISING EXPO 2009, което се проведе през месец ноември в София. Най-бързо развитие се наблюдава

на употреба на мазнини. Размерите и асортиментът им могат да бъдат съобразени с всеки вкус. Тодоров с усмивка споделя, че добрият продукт е лесно продаваем, а когато ти бъде предоставена доказана система за управление и поддържащ маркетингов микс, за теб остава единствено да си прилежен, отпаден и амбициран. Подозира, че засиленият интерес към SUBWAY е провокиран от достъпността на франчайз партньорството.



именно при франчайз партньорствата в хранителния сектор, изтъкнаха още тогава специалистите. Амбицията на Тодоров е до 2015 г. в България да оперират 40 ресторанта на SUBWAY. Той е уверен в светлото бъдеще на бранда, защото продуктовата му гама следва алгоритъма: „Съобрази се с нуждите на потребителя. Предложи качествен и достъпен продукт. Спечели и подхранвай доверие.“ Дилемата „здравословна, но бърза храна“ ще продължи да е на дневен ред още дълго време поради динамиката на ежедневието ни и нездравословния начин на живот, подчертава регионалният директор на марката и отбелязва, че именно това решение предлага SUBWAY. Сандвичите се приготвят с пресни продукти, без процес на пържене и прекомер-

Първоначалната такса е само 7500 евро, като 50% се възстановяват, ако обектът отвори до 1 година от подписване на договора. Инвестицията за изграждане на обекта е значително по-малка в сравнение с ресторантите за бързо хранене, при които има например процес на пържене, защото не е необходимо закупуване на специализирано кухненско оборудване. Заведенията за бързо хранене SUBWAY могат да бъдат изключително компактни и да се ситуират дори на площи от 50 кв. м, което също значително може да намали първоначалната инвестиция. Броят на служителите не е голям, защото се обучават във взаимозаменяемост.