



Историята на SUBWAY® прилича на още една американска приказка. С хиляда долара в джоба американски студент се опитва да финансира обучението си. Вместо това 43 години по-късно е собственик на истинска империя, която днес е най-голямата верига за ресторанти в света, изпреварила МакДоналдс по брой заведения в САЩ, Канада и Австралия.



## Иван Тодоров: добрата локация и силата на бранда не са достатъчни

От скромния ресторант за сандвичи в Бриджпорт, Кънектикът, Франчайзът SUBWAY® измина дълъг път до световна верига. За развитието ѝ на Балканите разговаряме с Иван Тодоров, собственик на марката за региона.

**Казват, че франчайзинговият модел е успешен, защото носи печалба и удовлетворение и на двете страни. Как на практика става това?**

В условията на икономическа криза предприемачите търсят възможности да инвестират средствата си в нещо сигурно. Затова и франчайзинг моделът е по-популярен в момента, отколкото стартирането на собствен бизнес. Това е и една от причините компанията SUBWAY® да се развие толкова бързо в България. Добрата локация и силата на бранда имат голямо значение за успеха на франчайзополучателя, но печалбата

зависи най-вече от уменията му да управлява обекта по утвърдените стандарти и да прави успешен маркетинг на местно ниво.

**Какви са предимствата на франчайзинга и конкретно на модела на SUBWAY®?**

Основното предимство на франчайзинг модела е, че дава възможност на предприемачите да стартират бизнес по добре утвърдена схема. SUBWAY® ресторантите са най-голямата франчайзинг верига, с над 36 500 ресторанта в целия свят. Бизнес моделът на SUBWAY® България е насочен към предприемачи от цялата страна, които имат желание да развият свой собствен бизнес, който не изисква сериозни първоначални инвестиции. Общата инвестиция и таксите за отварянето на ресторант SUBWAY® са едни от най-ниските в индустрията. Не се

изискват големи помещения и персонал за отваряне на обект и инвестицията се възвръща сравнително бързо.

**Някои от франчайзополучателите на SUBWAY България идват от друг бизнес и нямат никакъв опит в храненето. На какво се дължи според вас успехът им - утвърденият модел, ясните правила или нещо друго?**

Вярно е, че някои от франчайзополучателите идват от различни сфери на дейност. Утвърденият бизнес модел, стриктните правила на веригата, както и силният бранд спомагат за техния успех. Липсата на опит в сферата на храненето не е непременно недостатък. За нас най-важни са уменията да се следват стриктно установените стандарти и бизнес моделът на веригата.

**Какви са изискванията към тях и каква е подкрепата, която те получават от компанията?**

Едно от основните изисквания към нашите кандидати е да разполагат с достатъчно време, за да управляват ресторанта си. SUBWAY® франчайзингът не е бизнес за инвеститори. Нужно е да полагаш ежедневни усилия за развитието на бизнеса и да бъдеш на място, за да управляваш обекта. Друго важно изискване към нашите франчайзополучатели е да следват правилата и указанията на веригата. Разбира се, нужно е да разполагат с необходимата инвестиция и да владеят добре английски език.

Що се касае до подкрепата, ние оказваме пълно съдействие на франчайзополучателите по отношение на първоначално консултиране, създаване на бизнес план, избор на локация, оборудване, структура на дейностите, обучение на персонала, доставка на продукти и т.н. Мрежата от франчайзъри работи като единна общност от партньори, които взаимно допринасят за добрата репутация на марката SUBWAY® и за популяризиране и спазване на високите световни стандарти на компанията. Освен, че всички те получават подкрепата на централата, те са обхванати от общи рекламни и маркетингови кампании, обща система на доставки, система на контрол и стандарти. Постоянно работим за създаване на култура за споделяне на опит и преодоляване на предизвикателствата чрез съвместни усилия.

**Има ли в България собственици на повече от 1 заведение от веригата?**

Трима от сегашните ни франчайзополучатели управляват повече от 1 ресторант на веригата. Имаме и няколко франчайзополучатели, които са закупили договори за франчайз и търсят локация за втори обект.

**Как избирате успешните кандидати, на които да предоставите франчайзингови права?**



“SUBWAY® е избран за глобален Франчайз № 1”

Процедурата на кандидатстване за SUBWAY® франчайз е изключително лесна, тъй като няма изисквания за конкретно образование и опит. Всеки кандидат попълва формуляр, след което преминава през интервю. Впоследствие кандидатът прекарва един работен ден в един от обектите под формата на практика и до няколко дни получава отговор.

**Кои ще са следващите дестинации, в които ще отворите заведения на SUBWAY?**

В момента работим по отварянето на ресторанти в градове като Пловдив, Благоевград, Стара Загора, Велико Търново, в курорта Златни пясъци и евентуално в зимните курорти.

**Държите правата на SUBWAY за България, а от миналата година – и за Румъния. Разкажете за развитието на бизнеса там. Какви са амбициите Ви в бъдеще?**

На 10 април отворихме първия обект в Букурещ. В момента имаме подписани договори с 13 франчайзополучатели. Плановите ни са да открием 40 обекта в Букурещ в следващите 4 години.

**Колко ресторанта възнамерявате да постигнете в бъдеще в България и в съседните дестинации?**

Плановите ни за България са до края на тази година да достигнем бройката от 40 обекта. За момента се фокусираме основно върху развитието на марката в България и Румъния, а по-нататък ще работим и върху отварянето на ресторанти в други съседни страни.

В класацията Франчайз 500® за 2010 г. на списание Entrepreneur®, извършена на базата на проучване и анализ на франчайзите по цял свят, компанията е избрана за глобален Франчайз №1 ■

Въпросите зададе Екатерина Геловска

## Франчайзополучателите – доволни от инвестицията

Само шест месеца след откриване на заведението в центъра на София, собственикът Огнян Димитров изразява задоволство от направената инвестиция. Ключовият елемент за нас бе намиране на добра локация и оперативният мениджмънт, каза той пред THE EXPERTS.

Според него ниската франчайзингова такса в размер на 7500 евро е мотивираща за бъдещите собстве-

ници, още повече, че ако успеят да отворят заведението до една година, половината от нея се връща.

Строго специфицираната система за контрол и стандарти са друго предимство за онези, които залагат на ясни правила в бизнеса, смята Огнян Димитров. Според него най-добрата референция за веригата е фактът, че над 70% от франчайзополучателите в глобален мащаб са собственици на

повече от едно заведение.

Гъвкавостта при „създаване“ на сандвичите от самите клиенти и практически неограниченият брой комбинации според него е друго предимство на веригата. А фактът, че тя се позиционира в сегмента „здравословна храна“ е допълнителен бонус, защото съвременният клиент иска храната му да е не само вкусна, но и полезна.