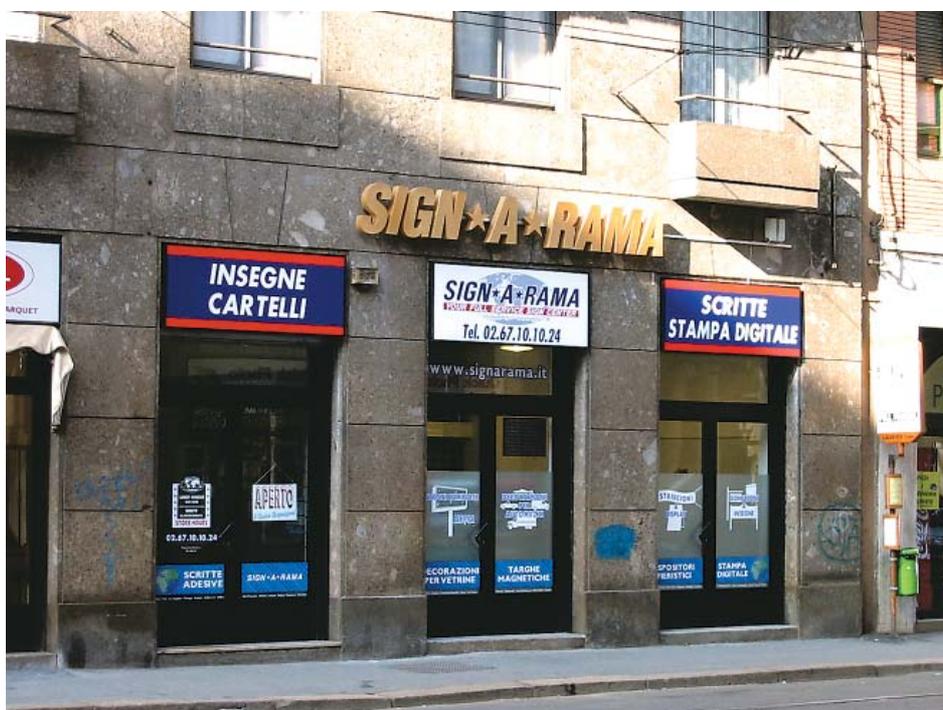


ВЫВЕСКА ДЛЯ БИЗНЕСА И БИЗНЕС НА ВЫВЕСКАХ

Американская компания Sign-A-Rama превратилась в глобального игрока благодаря новым технологиям и использованию франчайзинга



РОЙ И ЕГО СЫН РЭЙ ТИТУСЫ НАЧИНАЛИ НЕ С ПУСТОГО ЛИСТА: В СЕРЕДИНЕ 80-Х ГОДОВ ПРОШЛОГО ВЕКА РОЙ ТИТУС ВЛАДЕЛ КРУПНОЙ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СЕТЬЮ ПЕЧАТНЫХ САЛОНОВ MINUTEMAN PRESS. СЕТЬ БЫСТРО РАЗВИВАЛАСЬ — НА СЕГОДНЯ У НЕЕ РАБОТАЕТ 900 ОТДЕЛЕНИЙ В 20 СТРАНАХ. ОДНАКО БЫСТРОЕ РАЗВИТИЕ СОЗДАВАЛО НЕМАЛО ПРОБЛЕМ. ОДНА ИЗ НИХ — ОТКРЫТИЕ КАЖДОГО НОВОГО САЛОНА ОЗНАЧАЛО ДОЛГИЙ И МУЧИТЕЛЬНЫЙ ПОИСК ИЗГОТОВИТЕЛЕЙ ВСЕЙ ФИРМЕННОЙ СИМВОЛИКИ. ТИТУСЫ ЗАДУМАЛИСЬ О ТОМ, ЧТО ВЫВЕСКА НУЖНА ЛЮБОМУ БИЗНЕСУ, НО НИКТО ЕЩЕ НЕ ПРОБОВАЛ СДЕЛАТЬ БИЗНЕС НА ВЫВЕСКАХ.

ВСЕ «В ОДНОМ ФЛАКОНЕ»

В США работало множество мелких компаний и мастерских, каждая из которых занималась какой-либо

узкой областью: одни делали вывески для торговых залов, другие — наклейки с фирменной символикой на транспорт, третьи — выставочные стенды, четвертые — светящиеся неоновые знаки. Но объединить все эти направления в единое целое никто не пытался. «Развитие новых технологий позволило изготавливать вывески и фирменные логотипы на компьютере и выводить их на плоттере. Необходимость в узкоспециальных знаниях отпала, а работа в этой области стала по силам широкому кругу людей», — говорит президент Sign-A-Rama Рэй Титус. «Идея основателей была в том, чтобы создать компанию, которая могла предложить заказчику все необходимые вывески и элементы фирменной символики по справедливой цене, а главное — с высоким уровнем сервиса», — добавляет директор по международным операциям Sign-A-Rama Тони Фоли. Титусы основали новую компанию, которая предлагала услуги по изготовлению всего, что так или ина-

Знаковый бизнес

Sign-A-Rama (произносится «Сайнарама», название образовано от английского Sign — «знак») — частная компания, основанная в 1986 г. Sign-A-Rama предлагает изготовление всего спектра вывесок, несущих элементы фирменного стиля, — от перетяжек, вывесок для торговых точек и наружных щитов, до неоновых вывесок, наклеек для корпоративного автопарка, выставочных стендов, сувениров с корпоративной символикой. Основным способом развития — франчайзинг. На сегодня компания управляет сетью из 800 предприятий в США, еще 200 работают в 45 странах мира. Штаб-квартира Sign-A-Rama находится в городе Уэст-Палм-Бич в американском штате Флорида, региональные представительства расположены в Австралии, Великобритании и Канаде. В других странах Sign-A-Rama работает через мастер-франчайзи.

че было связано с фирменным стилем компании. Выгода была очевидна: клиентам не приходилось обивать пороги нескольких поставщиков, они могли заказать все необходимое от разработки логотипа до его тиражирования в одном месте.

Один из ведущих франчайзеров Америки

Для продвижения своего бизнеса предприниматели решили обратиться к модели франчайзинга, в которой разбирались досконально. «Если вы хотите расширить свой бизнес максимально быстро, франчайзинг — наилучший вариант», — комментирует Фоли. Первую франшизу Sign-A-Rama продала уже в год открытия, через год число предприятий под новой маркой достигло 50, в 1990 г. количество филиалов Sign-A-Rama увеличилось до 500, а авторитетный американский деловой журнал Entrepreneur включил компанию в список «500 крупнейших франчайзеров».

По свидетельству представителей компании, Sign-A-Rama удваивала обороты каждые 6 лет. Новые франшизы открывались как на территории США, так и в других странах, в первую очередь англоязычных — Австралии, Великобритании, Канаде и др. «Сначала мы выходили на те рынки, где условия ведения бизнеса были максимально благоприятными для развития франчайзинга. После того как 9 лет назад мы открыли франшизу в Великобритании, соседние страны — Франция, Нидерланды, Италия — начали присматриваться к нашему опыту. Очень быстро мастер-франшизы были куплены в этих странах. А развитие Интернета обеспечило нам информационную поддержку, благодаря которой мы вышли на рынки таких стран, как Китай и ЮАР», — рассказывает Фоли.

Сейчас Sign-A-Rama ищет возможности продажи мастер-франшизы для России. «По нашим оценкам, 3 или 4 года назад Россия была еще не готова принять нашу модель бизнеса, — комментирует Фоли. — Зато теперь условия изменились — время работы в РФ пришло. Из-за огромных размеров вашей страны мы планируем продать несколько мастер-франшиз для различных территорий. В первую очередь для работы в Москве и Санкт-Петербурге. Средний размер инвестиций для мастер-франчайзи мы оценили в \$123 тыс. Сюда входит стоимость всего оборудования и обстановки для офиса, а также полный курс обучения. Разумеется, цена «входного билета» будет зависеть от региона. Так, для Москвы это будет \$150 тыс., для Санкт-Петербурга — \$100 тыс.»

Предпринимателям отдается предпочтение

Чтобы обеспечить своим франчайзи успешный старт Sign-A-Rama передает партнерам целый ряд технологий — как производственных, так и организационных. Предприниматели сначала проходят двухнедельный теоретический курс в штаб-квартире компании, затем — двухнедельную стажировку на одном из предприятий Sign-A-Rama.

Обучение не ограничивается одноразовым курсом: в самом начале работы в помощь франчайзи направляется представитель местного регионального управления компании, который помогает в установке оборудования, правильном выборе места для офиса, разработке стратегии привлечения клиентов и продвижения услуг на местном рынке. Впоследствии Sign-A-Rama оказывает постоянную поддержку франчайзи по телефону, через Интернет или посредством участия во встречах и семинарах, которые организует регулярно.

Как утверждает основатель и президент компании, главное при выборе кандидата на покупку франшизы не его дизайнерские способности, а предпринимательские качества претендента. «Мы ищем человека, который хочет и может управлять своим собственным предприятием. Отбирая кандидатов, мы обращаем внимание не столько на технических специалистов, сколько на людей, имеющих опыт в области продаж, менеджмента. И, разумеется, преимущество имеют те, кто уже руководил собственным бизнесом», — говорит Рэй Титус.

«У нашего бизнеса есть множество преимуществ. В частности, на него не распространяется фактор сезонности, и вам не придется то совершать героические трудовые подвиги, то маяться от безделья. Наш продукт не экзотичен — он нужен всем и всегда. У нас перед глазами очень много историй успеха франчайзи Sign-A-Rama, и мы будем рады разделить наш успех с новыми предпринимателями», — заключает президент компании.