

Finanční franchisa

jako koncept rozvoje obchodní sítě

POTŘEBY, NA KTERÉ PRODUKT REAGUJE

KLIENTSKÝ KMEN	PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ DISTRIBUCE	PRODEJ A OBSLUHA	ŘÍZENÍ SÍTĚ	PRODUKTY A SEGMENTY
<ul style="list-style-type: none"> • neexistující retenční model • nízká loajalita klientů ke značce • při rozhodování klienta značka začíná ztrácet na váze - klíčové se stávají vztahy a doporučení 	<ul style="list-style-type: none"> • nízká spokojenost obchodních zástupců • složitá, málo motivující kariéra a benefity • malá provázanost vzdělávání, kariéry a výsledků 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatečné vytěžování a práce s kmenem • slabá prodejní podpora a nástroje • nedostatečný důraz na cross-selling • prodej a servis je řešen odděleně 	<ul style="list-style-type: none"> • složitá struktura obchodu • vysoká nákladovost standardních poboček vs. nestálost makléřských sítí • malá součinnost a provázanost jednotlivých distribučních kanálů 	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatečná klientská segmentace a produktové zacílení • krátkodobý efekt plošných marketingových kampaní

EFEKT – CO SLUŽBA PŘINESE

KLIENTSKÝ KMEN	PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ DISTRIBUCE	PRODEJ A OBSLUHA	ŘÍZENÍ SÍTĚ	PRODUKTY A SEGMENTY
<ul style="list-style-type: none"> • zvýšení loajality klientů ke značce - franchisant je provizně motivován pečovat o klienty dlouhodobě • standard práce s kmenem - motivace za servis a obsluhu, upselling, crossselling • zvýšení stability a podílu na trhu (retence + akvizice) 	<ul style="list-style-type: none"> • moderní a atraktivní kariéra obchodních zástupců a manažerů - agent/ franchisant/ master franchisant 	<ul style="list-style-type: none"> • udržení vysoké úrovně kvality služeb při současném zachování obchodního výkonu • CRM-customer experience: osobní způsob prodeje a obsluhy, založený na relevantních datech a analýzách 	<ul style="list-style-type: none"> • nízkonákladové multikanálové řízení distribuce - nový governance a business model, efektivní pokrytí regionů • o 20-50% výkonnější než zaměstnanecké pobočky • méně riskantní než makléřské sítě • obchodní model realizovatelný i na malých, nepříliš rentabilních pobočkách 	<ul style="list-style-type: none"> • vytvoření konkurenční výhody - zřetelné odlišení produktů a obsluhy zajišťující service value - hodnotu vnímanou klienty • možnost využití cobrandingu a úspory distribučních nákladů



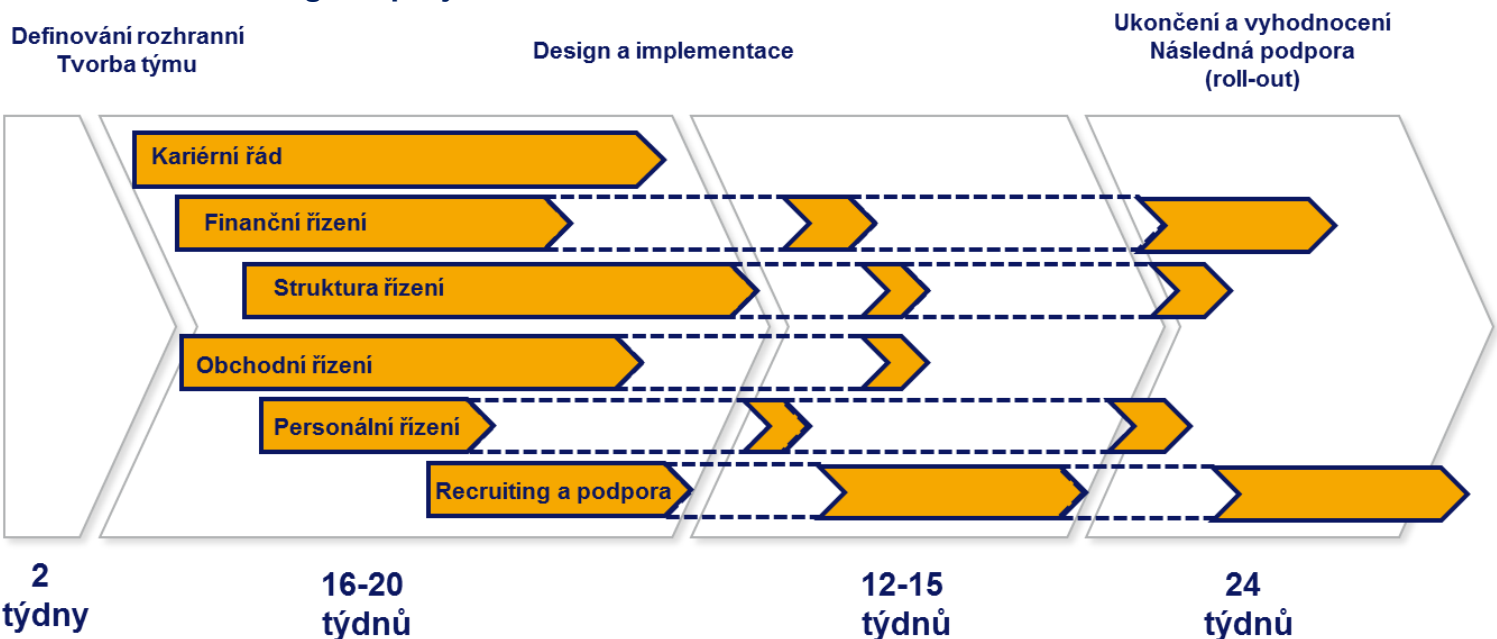
Náš model není pravou franchisou, ani samostatnou pobočkou, vlastněnou 3 stranou – je součástí distribuční sítě a její klienti patří bance

Pavel Vosoba, 602 350 798, vosoba@mc-triton.cz

JAK SLUŽBA VYPADÁ?

Obchodní síť	TRH	OBCHODNÍ ŘÍZENÍ	<ul style="list-style-type: none"> Segmentace klientů a práce s kmenem Produktový a marketingový management Obchodní strategie na úrovni regionů a mikroregionů
		MAPA POKRYTÍ TRHU	<ul style="list-style-type: none"> Stanovení „key drivers“ parametrů pro analýzu Sběr dat a vyhodnocení Rozdělení regionů, počet přepážek, franchis, makléřů...
	SYSTEM	FINANČNÍ ŘÍZENÍ	<ul style="list-style-type: none"> Ekonomický a provizní model pro jednotlivé úrovně Controlling, reporting a accounting Individualizace modelu pro jednotlivé franchisy
		STRUKTURA A ŘÍZENÍ FRANCHISOVĚ SÍTĚ	<ul style="list-style-type: none"> Governance model franchisy – standardy a nástroje řízení pro jednotlivé úrovně Procesní model - rozdělení činností, nastavení spolupráce s HR, IT, marketingem, controllingem Provozní model - oběh dokumentů, risk management, obsluha klienta
	LIDI	PERSONÁLNÍ ŘÍZENÍ	<ul style="list-style-type: none"> Personální nástroje Kompetenční model, systém odměňování Výběr a adaptace franchisantů Komunikace
		KARIÉRNÍ ŘÁD	<ul style="list-style-type: none"> Kariérní stupně: manažer pobočky, franchisový manažer, master franchisant Podmínky vstupu: výkony, certifikace, vzdělávání, počet obchodníků Provizní a benefitní řád

Orientační harmonogram projektu:



VYBRANÉ REFERENCE M.C. TRITON



Design franchisového konceptu a postavení franchisové sítě „na zelené louce“ (nalezení franchisantů a lokalit) včetně jejího následného rozvoje



Transformace stávající obchodní/ pobočkové sítě na franchisovou, design konceptu, nastavení procesů mezi centrálou a pobočkou, komplexní legislativní řešení



Vyvedení mobilní obchodní sítě do samostatné dceřiné společnosti s následnou implementací (interim management)



Doplnění obchodního modelu o nové distribuční kanály, design transformace pobočkové sítě, příprava franchisového modelu, audit řízení třetích stran



Spolupráce na implementaci transformace agentské sítě ČP, vytvoření Governance modelu



Změna kariérního řádu s následnou implementací zaměřenou na zvýšení výkonnosti sítě



Konsolidace agentské sítě a podpora podnikatelské sítě (interim management)



Vytvoření obchodní strategie pobočkové sítě České Pošty s.p.