



Un franchising è un metodo di distribuzione di prodotti o servizi che coinvolge un franchisor, che stabilisce il marchio o il nome commerciale del marchio e un sistema aziendale, e un franchisee, che paga una royalty e spesso una commissione iniziale per il diritto di fare affari sotto il nome e il sistema del franchisor. Tecnicamente, il contratto che vincola le due parti è il "franchising", ma quel termine si riferisce più comunemente all'attività effettiva che l'affiliato opera. La pratica di creare e distribuire il marchio e il sistema di franchising è più spesso definita franchising.

Esistono due diversi tipi di rapporti di franchising. Business Format Franchising è la tipologia più identificabile. In un franchising in formato business, il franchisor fornisce all'affiliato non solo il suo nome commerciale, prodotti e servizi, ma un intero sistema per gestire l'attività. L'affiliato riceve generalmente supporto per la selezione e lo sviluppo del sito, manuali operativi, formazione, standard del marchio, controllo di qualità, una strategia di marketing e supporto di consulenza aziendale dall'affiliante. Sebbene sia meno identificato con il franchising, il franchising tradizionale o di distribuzione di prodotti è più grande nelle vendite totali rispetto al franchising in formato business. Esempi di franchising tradizionale o di distribuzione di prodotti si possono trovare nei settori dell'imbottigliamento, della benzina, dell'automotive e di altre industrie manifatturiere.

Alcuni dei vantaggi ampiamente riconosciuti del franchising includono una formula commerciale già pronta da seguire, prodotti e servizi testati sul mercato e, in molti casi, un riconoscimento consolidato del marchio. Ad esempio, se sei un franchisee di McDonald's, hai già deciso quali prodotti vendere, come allestire il tuo negozio o anche come progettare le divise dei tuoi dipendenti. Alcuni franchisor offrono formazione e pianificazione finanziaria o elenchi di fornitori approvati. Tuttavia, nonostante questi vantaggi, il successo non è mai garantito.

Gli svantaggi includono pesanti costi di avviamento e costi di royalty in corso. Per definizione, i franchising hanno commissioni continue che devono essere pagate al franchisor sotto forma di percentuale delle vendite o dei ricavi. Questa percentuale può variare tra il 4,6% e il 12,5%, a seconda del settore.

C'è anche il rischio che un affiliato venga ingannato da informazioni imprecise e paghi importi elevati per un valore di franchising nullo o basso. Gli affiliati inoltre non hanno il controllo sul territorio o la creatività con la loro attività. Il finanziamento dall'affiliante o altrove può essere difficile da ottenere e gli affiliati potrebbero essere influenzati negativamente da una cattiva posizione o gestione.



Con noi svantaggi e rischi non ci sono se ci avrai al tuo fianco quali Advisor. Hai un nuovo prodotto o progetto che intendi proporre nel mercato? Scrivici presentaci il progetto, i tuoi desideri ed obiettivi e noi ti diremo se e cosa potremo fare per te.

Come per tutte le aziende e le Divisioni del TDHI Gruppo, scrivi quello che cerchi o di cui hai bisogno. La Divisione TDHI HUB farà una prima analisi, e la invierà al nostro General manager Dr Magri ed a lei in copia.

Segreteria italiana
General manager dr Polo Magri

info@tdhi-italia.com
generalmanager@tdhi-international.com

Facebook Società

www.facebook.com/trustdhitalia

Potrebbe interessarle anche:

Export
Strategie, Contrattualistica pre e post fiera
Start up per aziende già attive al 31 12 2019
TDHI FOOD AND BEVERAGE

www.tdhi-cea.com
www.tdhi-sga.com
www.tdhistartup.com
www.tdhi-foodandbeverage.com