



Lifebusiness

Holding de Franquias & Negócios



Guia de expansão de negócios



Buscar a expansão parece inviável na situação de crise em que o país se encontra. Mas a **expansão é necessária exatamente neste momento para que a empresa não se torne inviável ou extinta.**

A mudança do comportamento do mercado, impulsionada pela crise, provoca a modificação do perfil de negócios.

Sem a expansão, vender mais no mesmo mercado se torna impossível. Por isso as empresas devem avaliar a expansão através de várias alternativas que vamos apresentar neste ebook.

Introdução

índice

Análise do Cenário de Expansão

Soluções de Expansão

Sistema de Franquia

Sistema de Representação

Sistema de Distribuição

Varejo ou Unidades Próprias

Diagnóstico de Expansão



Análise do Cenário de Expansão



Existem várias formas de expansão do negócios. A mais tradicional é a expansão através de aumento de unidades de negócios. Porém, esta forma implica na necessidade de capital de investimento próprio, ampliando o risco da expansão e dificuldades na gestão de Recursos Humanos à distancia.

- As soluções para expansão sem a aplicação direta de capital próprio são alternativas inteligentes e altamente rentáveis e compatíveis com o cenário atual.

O cenário de crise de empregabilidade aumenta a disponibilidade de empreendedores, com disponibilidade de capital favorecendo as soluções de expansão.

Soluções de Expansão

As soluções de expansão devem ser adequadas ao negócio, variando de acordo com a empresa, segmento e mercado.

São elas:



Sistema
de
Franquia

Sistema
de
Representação

Sistema
de
Distribuição

Varejo ou
Unidades
Próprias

Sistema de franquia



Uma franquia é uma licença para usar a marca e tecnologia de negócios na venda de determinados produtos ou serviços de uma empresa, cedidos mediante determinadas condições firmadas em “contrato de franquia”. Quem está cedendo os direitos é chamado franqueador e quem recebe franqueado.

O franqueador fornece ao franqueado o direito de comercialização de seus produtos e serviços, além de seu conhecimento, ou seja, seu know-how e gerenciamento. A circular de franquia é obrigatória e deve ser apresentada pelo franqueador, indicando as condições jurídicas.

Já o franqueado investe, trabalha e assume integralmente os custos de montagem e operação de sua loja franqueada e também remunera a franqueadora pela transferência de know-how, treinamentos, uso da marca e assistência contínua.

A compra de uma franquia, normalmente, exige um investimento inicial alto, pois contempla valores de instalação, equipamentos e funcionários. Porém, atualmente, há as chamadas microfranquias que exigem um investimento baixo. Sistema de Franquia.

Sistema de representação



Através de uma representação comercial, uma pessoa assume, em caráter não eventual e sem vínculos de dependência, a obrigação de promover, à conta de outra, mediante retribuição, a realização de certos negócios, em zona determinada, caracterizando-se a distribuição quando o agente tiver à sua disposição a coisa a ser negociada.

A representação comercial – que têm por objetivo a comercialização – assemelha-se, em verdade, à franquia empresarial, mas, em absoluto, não se confundem.

Enquanto o franqueado é um empresário independente, realizando negócios em seu próprio nome, fiel a uma determinada marca, o representante comercial opera em favor de um ou mais empresários, agenciando negócios.

Sistema de Distribuição



Através da seleção de empresas para montagem de rede de distribuição é possível se expandir o mercado atingido pela empresa, mediante regras regidas por contratos de distribuição.

Existem três formas básicas de distribuição: exclusiva, seletiva e intensiva. A escolha de um canal de distribuição eficiente é uma importante etapa do marketing, pois é por meio dela que a empresa atingirá seu público-alvo.

Sistema de distribuição exclusiva: o próprio fabricante escolhe seus revendedores, autorizando-os a distribuir de forma exclusiva os produtos e controlando grande parte das atividades desses revendedores. Neste caso, o fabricante deve vender por meio de um ou de poucos intermediários. Normalmente, é o sistema utilizado quando a natureza do negócio precisa da lealdade do distribuidor. Um bom exemplo são as concessionárias de veículos autorizadas.

Nesse sistema, quando se fala em varejo, os intermediários podem ser representantes comerciais, que levam o produto aos pontos de venda, ou redes de lojas que tenham a exclusividade na distribuição do produto.

Sistema de Distribuição



Sistema de distribuição seletiva: ocorre quando o fabricante vende por meio de um grupo selecionado de intermediários. É utilizado quando a natureza do negócio precisa de valorização.

Com isso, entende-se que os intermediários escolhidos são considerados os melhores para vender os produtos com base em sua localização, reputação, carteira de clientes e outros pontos fortes.

A distribuição seletiva é utilizada quando os clientes buscam produtos de compra comparada. Essa seleção de parceiros acaba tornando possível o desenvolvimento de relacionamentos mais estreitos com cada um deles, permitindo que o fabricante obtenha boa cobertura do mercado com mais controle e menos custos.

Sistema de distribuição intensiva: aplica a lógica de “quanto mais, melhor”. O fabricante vende por meio de tantos intermediários quantos forem possíveis. É utilizado quando se tem que ter grande disponibilidade do produto em um grande número de pontos de venda.

Varejo ou Unidades Próprias



Testar um novo formato de negócio, entrar num mercado onde ainda não há empreendedor com perfil desejado pela marca, ganhar visibilidade e aprimorar a gestão dos processos são alguns dos casos onde as empresas de varejo usam as unidades próprias para expandir os negócios.

Quando as unidades próprias são bom negócio: Entrada em mercados de interesse comercial nos quais ainda não existam empreendedores com o perfil desejado pela marca e quebrar a barreira inicial com uma “loja-conceito”, com o objetivo de aprimorar as competências organizacionais e criar uma imagem positiva para o negócio são algumas das situações.

Redes menores tendem a adotar essa opção, principalmente no início das operações, quando precisam aprimorar a estratégia de gestão a fim de atrair investidores. Por terem suas marcas consolidadas, não é usual ver os grandes franquedores em processo de expansão com unidades próprias. Em alguns casos, quando querem propor um novo modelo de

Varejo ou Unidades Próprias



negócio, optam por esse caminho para, posteriormente, apresentar a novidade aos interessados. As empresas em processo de internacionalização usam unidades próprias no exterior.

Benefícios: Melhores condições de negociação com os fornecedores e redução dos custos de operação são algumas das vantagens ao abrir mais unidades da marca.

Franqueado-sócio: “Hoje em dia, já existe um modelo combinado para atrair novos franqueados e diminuir o risco do negócio para eles. O franqueado faz parte da sociedade da loja. A franqueadora é responsável por 60% do negócio. O franqueado fica com 40%, ou seja, é um sócio minoritário, atuando como um “gerente da loja” e participando do rateio dos dividendos”.

Por meio de sua vasta experiência no mercado a **Lifebusiness - Holding de Franquias & Negócios**, possui as melhores estratégias identificando o modelo ideal para a expansão e desenvolvimento de seu negócio, potencializando mercados e atuando como formador de demanda para interessados em investir na marca.

Saiba como ir além de suas fronteiras atuais e solicite um **Diagnóstico de Expansão**, onde iremos lhe posicionar acerca das possibilidades de crescimento da sua empresa por: Região, modelo de expansão, análise de gestão, potencial de faturamento, potencial de produção, perfil de investidor, análise de mercado, público alvo e ou perfil de franqueado, bem como a própria formatação do modelo de franquia se for o modelo apropriado ao seu negócio.



Lifebusiness

Holding de Franquias & Negócios

Agende um horário, Vamos ampliar juntos os horizontes de sua empresa:

 Lifebusinessconsultoria

 (32) 3015-3053

(32) 99819-4955

contato@lifebusiness.com.br

www.lifebusiness.com.br

