

الفرنشايز السعودي يتصدر معرض «انطلاق وجذب الامتيازات التجارية»

# الامتياز التجاري Franchise

مايو 2018

ملحق خاص بالمجلة

**أسئلة  
جوهريّة  
قبل شراء  
الفرنشايز**

**الجيل الثالث..  
نشاط مربح..  
وطلب متزايد  
من الشباب**



خالد المضيان مؤسس Wish Holding | :

**نفتتح فرعين جديدين خلال شهرين..  
ونتوجه لمنح فرنشايز**

# أخبار الفرشائز

المغرب اللذين تقدما 46 مرتبة، والقرض الشعبي للمغرب الذي تقدم 34 مرتبة، وبنك مسقط الذي تقدم 23 مرتبة، ومصرف الإنماء السعودي الذي تقدم 16 مرتبة.

وعلى صعيد المصارف الإسلامية، أوضح فتوح دخول 12 مصرفاً إسلامياً عربياً-ومنهم 4 مصارف سعودية إسلامية- ضمن قائمة أكبر 500 علامة تجارية مصرفية في العالم لعام 2018، بقيمة علامات تجارية بلغت 8.9 مليار دولار؛ أي ما يعادل نحو 24 % من مجموع قيمة العلامات التجارية للمصارف العربية التي ضمتها القائمة.

العربي الوطني، ومصرف الإنماء، والبنك الأول، والبنك السعودي للاستثمار، وبنك البلاد، وبنك الجزيرة.

وأكد وسام فتوح؛ أمين عام اتحاد المصارف العربية، أن مجموع قيمة العلامات التجارية في المصارف السعودية بلغ نحو 9.9 مليار دولار، مشيراً إلى أن مصرف الراجحي جاء في المرتبة الرابعة عربياً، والـ 93 عالمياً، بقيمة بلغت 2.6 مليار دولار بنهاية عام 2017.

ولفت فتوح إلى تحقيق بعض المصارف العربية تقدماً كبيراً على المستوى العالمي، وهي: مصرف الهلال من الإمارات، ووفق بنك من

## 12 مصرفاً سعودياً بقائمة أفضل 500 علامة تجارية عالمية



الريادية: مصرف الراجحي، والبنك الأهلي التجاري، ومجموعة سامبا المالية، والبنك السعودي البريطاني، وبنك الرياض، والبنك السعودي الفرنسي، والبنك

أدرج 12 مصرفاً عربياً في المملكة العربية السعودية، ضمن قائمة أفضل 500 علامة تجارية مصرفية حول العالم لعام 2018. تضمنت المصارف السعودية

الذي يواكب توجه المملكة بالتحول الوطني حسب رؤية 2030 م، وفتح المجال امام المستثمرين ورواد الأعمال للحصول على فرص محلية وعالمية، والاهتمام بالجانب التوعوي والمعرفي للفرشائز؛ عن طريق تقديم ورش عمل وجلسات حوارية، كما يعد فرصة للعلامات التجارية الوطنية لانتشارها داخل وخارج المملكة، وتبادل الأعمال من خلال وجود المانحين للعلامات التجارية والمستثمرين، وعرض التجارب الناجحة بمجال الفرشائز للاستفادة من خبراتها، واللقاء بالشركات المختصة بنظم التشغيل لأعمال الفرشائز.

وبمشاركة عدد من الهيئات الداعمة والمعنية بالامتياز التجاري وريادة الأعمال، وعدد كبير من العلامات التجارية الوطنية والدولية، وجمهور كبير من المستثمرين ورواد الأعمال الباحثين عن فرص جديدة للاستثمار بنظام الفرشائز.

وصرحت عبير جليح؛ رئيس شركة الأبعاد الثلاثة لتنظيم المعارض والمؤتمرات، ومديرة المعرض أنه يأتي في إطار الحراك الذي يشهده قطاع الفرشائز أحد القطاعات الاستثمارية الكبرى؛ بالاستثمار من خلال العلامات التجارية المحلية والعالمية.

وأضافت أن المعرض يهدف إلى النهوض بصناعة الفرشائز

## «رواد الأعمال راع إعلامي لمعرض «انطلاق وجذب الامتيازات التجارية» بالشرقية



بالشرقية Go Get Franchise Expo 2018

يقام المعرض تحت مظلة الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، وتحت رعاية الراعي الاستراتيجي غرفة الشرقية،

برعاية مجلة رواد الأعمال، ينطلق في الفترة من 9 إلى 11 مايو الحالي بمركز معارض الظهران الدولي، المعرض السعودي الدولي «انطلاق وجذب الامتيازات التجارية»

علامة تجارية تدخل قطاع الفنادق بالمملكة، طبقاً لما أعلنه الدكتور حمد السماعيل؛ نائب رئيس الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني للاستثمار والتطوير السياحي، مشيراً إلى زيادة الاستثمار في قطاع الفنادق السياحية في المملكة.

## الفرنشايز السعودي يتصدر معرض «انطلاق» وجذب الامتيازات التجارية»



كشفت عبير عبدالله جليح؛ مديرة معرض «انطلاق» وجذب

الامتيازات التجارية»، والمدير التنفيذي لمؤسسة الأبعاد الثلاثة لتنظيم المعارض والمؤتمرات، عن تواجد أعداد كبيرة من الشركات السعودية والعلامات التجارية القوية في النسخة الأولى للمعرض، والذي يهدف إلى انطلاقة حقيقية نحو العالمية. وأضافت أن الهدف من المعرض هو دعوة الشركات الدولية

وجمعيات الفرنشايز والغرف التجارية لتحويل الفرنشايز السعودي إلى عالمي، مشيرة إلى أن بداية هذه الخطوة ستكون من خلال المعرض الذي يقدم فوائد المشتركة للعارضين والزوار والشركات الداعمة والجهات الحكومية؛ ما يصب في تحقيق رؤية 2030 التي نتطلع من خلالها إلى إقامة معرض عالمي تستهدفه كل المنظمات المختصة بالفرنشايز من جميع دول العالم. يقام على هامش المعرض،

برامج هامة وورش عمل، مثل منتدى الفرنشايز الذي تنظمه الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، ويفتتحه محافظ الهيئة المهندس صالح الرشيد، والذي يشهده خبراء ومستشارون يقدمون خدماتهم لرواد المعرض وأصحاب العلامات التجارية، كما يشارك بنك الرياض كداعم وممول لكل من يرغب في استقطاب علامة تجارية، علاوة على بنك التنمية الاجتماعية، ومؤسسة دلتا.

## «بياتو» أفضل مطعم في المملكة لعام 2018



حققت سلسلة مطاعم «بياتو» للمأكولات الإيطالية الريادة على مستوى القطاع الغذائي في المملكة العربية السعودية، حاصدة لقب أفضل مطعم في المملكة لعام 2018. حصل المطعم الإيطالي على جائزة التميز السياحي لعام 2018، خلال حفل جوائز التميز السياحي السنوي الذي أقيم ضمن حفل الافتتاح لملتقى السفر والاستثمار السياحي السعودي في معرض الرياض الدولي للمؤتمرات، الذي

عقد مطلع أبريل الماضي. وجاء تكريم المطعم تقديراً لجهوده في تقديم مأكولات مميزة من حيث الكم، وجودة المذاق، فضلاً عن الخدمة الجيدة للزبائن. جدير بالذكر أن هذه هي المرة الثانية التي تحصد فيها سلسلة مطاعم «بياتو» على جائزة التميز السياحي؛ حيث تمتلك «بياتو» نحو 16 فرعاً في المملكة، وتستقبل نحو مليون شخص سنوياً، كما تستهدف التوسع خارج المملكة في الفترة المقبلة. ويعقد حفل جوائز التميز السياحي كل عام في المملكة، برعاية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، بهدف دعم المؤسسات الداعمة لقطاع السياحة.

## «ساندز» موزعاً لمنتجات «بلو ستار» العالمية في المملكة



وقعت شركة «بلو ستار» العالمية المتخصصة في تصنيع أنظمة تكييف الهواء والتبريد التجاري، عقد شراكة مع شركة «ساندنز» العالمية، لتكون موزعاً معتمداً لمنتجاتها في المملكة.

وتنتج «بلو ستار»، جنباً إلى جنب مع «ساندنز»، مجموعة واسعة من مكيفات الهواء الصديقة للبيئة والموفرة للطاقة، للقطاع السكني والتجاري، مع تصنيع مجموعة واسعة من حلول تبريد

المياه بما في ذلك موزعات قوارير المياه، ومبردات المياه، ومبردات خزانات المياه. وأكد داوود بن عزيز؛ المدير التنفيذي لـ «بلو ستار» أن منتجات الشركة يتم تصنيعها بناءً على بحوث علمية ومشاريع تطوير واسعة استناداً إلى معايير تصنيع عالمية، كما أن فريق العمل جاهز لتلبية الطلب المتزايد على منتجات أجهزة التكييف بالسعودية. وتستحوذ السوق السعودية على أكبر حصة سوقية من بين دول مجلس التعاون الخليجي في أجهزة التكييف؛ حيث تبلغ طاقتها حوالي 3.3 مليون وحدة، بمعدل نمومي نسبيته 12%؛ ما جعلها سوقاً واعدة لقطاع أنظمة التهوية والتدفئة والتكييف في المنطقة.



## الجيل الثالث.. نشاط مربح.. وطلب متزايد من الشباب

تحقيق: حسين الناظر

ينفق السعوديون نحو 700 مليون ريال سنويًا، على القهوة والشوكولاتة، وفقًا لتقرير لوزارة التجارة والاستثمار، أشار إلى زيادة الاستهلاك بنسبة 12 % خلال عام 2017، فيما أشارت مصلحة الجمارك إلى أن إجمالي واردات المملكة من البن في العام نفسه، بلغ نحو 784.58 طن، بقيمة تجاوزت 5.832 ملايين ريال؛ بزيادة 9.18 % عن العام الذي سبقه.

وإذا كانت السوق حافلة بالعلامات التجارية الأجنبية، إلا أن هناك علامات تجارية وطنية تسعى لنيل نصيبها من "كعكة" الفرنشايز والاستثمارات التي تتزايد في هذا القطاع.

فما هي الفرص والتحديات التي تواجه رواد الأعمال في هذا المجال؟...

وقد أدى الإقبال الكبير للمواطنين على محلات «الكوفي شوب» إلى انتشار هذا النوع من الأنشطة في شتى أنحاء المملكة؛ حيث تم تدشين نحو 500 مقهى جديد في العاصمة الرياض وحدها خلال عام 2017؛ الأمر الذي أدى إلى ظهور كثير من الفرص في هذا القطاع، نظرًا للطلب المتزايد من الشباب على المقاهي.

وعن أهم التحديات التي تواجه مقاهي الكوفي، يشير آل هادي إلى أنها تتمثل في نوعية الموظف، والحفاظ على الجودة، والجو المناسب والمثالي للمقهى، ومتابعة الخدمة والاهتمام بمتطلبات الزبائن.

### خطة تسويقية قوية

ويؤكد "آل هادي" أنه من السهل التغلب على هذه التحديات بالحرص على العمل الجماعي، ووضع خطة تسويقية قوية، والبحث عن نقاط الضعف الداخلية وعلاجها، واستمرارية الحفاظ على نقاط القوة، مع رورة زيادة الخدمات المقدمة؛ مثل إضافة الحلويات والكرواسون والسندويشات المغلفة، مشيراً إلى أن مستقبل هذا النشاط جيد من خلال الانتشار والتوسع عن طريق الفرانشايز.

## شح العملة المدربة وارتفاع التكلفة وكثرة المنافسين أهم التحديات



دلامة سالم:

### توفير الدعم الحكومي والتركيز على التدريب والدعم الفني والمحاسبي

ويرى دلامة سالم؛ مؤسس "ديوان القهوة" الفائز بجائزة التميز السياحي في قطاع المقاهي، أن قطاع المقاهي يلاقي صعوبات لعدم توفر الأيدي المدربة للعمل، من حيث إجادة العمل، أو التعامل مع العملاء، أو تقبل العمل لفترات طويلة، لاسيما وأن وقت العطلات الأسبوعية والموسمية هو ذروة عمل هذا القطاع؛ ما يجعل المواطن السعودي لا يفضل مثل هذه الأعمال؛ وبالتالي يظل توفير الأيدي العاملة أبرز التحديات.

ويؤكد أن المستقبل وواعد، بسبب خروج كثير من المقاهي الصغيرة لأسباب كثيرة، أبرزها عدم القدرة على الوفاء بالتزاماتها تجاه التغييرات الحالية والمستقبلية؛ لضعف عائداتها، وعمل معظمها بنظام التستر.

ويدعو سالم إلى توفير الدعم الحكومي، والتركيز على التدريب والدعم الفني والمحاسبي، وتوزيع التنافسية حتى يكون لكل مربع حاجته من الخدمة، وعدم منح تصاريح بأكثر من الحاجة حتى لا تكون المنافسة مهلكة.



نزار العوفي:

### فرص كبيرة للتميز والانتشار في المدن الصغيرة



يقول نزار العوفي؛ مؤسس مقهى "الفارس العربي" أحد العلامات الوطنية التي حققت نجاحاً لافتاً لارتباطها بالتراث السعودي والخليجي: يشهد هذا القطاع رواجاً كبيراً، ويشهد تقدماً وتجديداً مستمراً للتماشي مع وعي وزيادة ثقافة المستهلك؛ إذ أصبح أغلب المقاهي يقدم وجبات بالإضافة إلى القهوة لجذب أكبر قدر من العملاء.

وحول التحديات التي يواجهها هذا القطاع، يشير العوفي إلى أن أهمها شح العملة السعودية المؤهلة والمدربة، وافتتاح مقاهٍ ومطاعم جديدة وبخدمات ومنتجات متميزة، وارتفاع التكلفة التشغيلية، وعدم توفير الفيز المطلوبة.

وللتغلب على هذه التحديات ينصح "العوفي" بضرورة تنوع الخدمات والمنتجات، والتميز والتجديد في المنتجات، وتوسيع العلاقات العامة لجذب الزبائن، والاهتمام بالجودة، والمحافظة على العملاء الأوفياء بعمل خصومات أو عروض خاصة، مؤكداً أهمية الحفاظ على تنافسية هذه المقاهي بالتجديد، والتكلفة المعقولة، وبناء علاقة طيبة مع العاملين والعملاء.

ويرى "العوفي" أن مستقبل هذا النوع من الأنشطة واعد بالرغم من هذه التحديات، وصعوبة التشغيل؛ إذ توجد فرص كبيرة للتميز والانتشار وخاصة في المدن الصغيرة.



عوض آل هادي:

### الموقع المناسب والإدارة الجيدة ونوعية الأصناف أهم عوامل النجاح



ويقول رائد الأعمال عوض آل هادي القحطاني: هذا النوع من الأنشطة يحقق أرباحاً جيدة، ولكنه يتطلب عدة عوامل أساسية، أهمها: الموقع المناسب مع الإيجار المعقول، ثم الإدارة الجيدة ذات الخبرات العالية، ثم المنتج عالي الجودة الذي ينافس بالسوق؛ وذلك بالاهتمام بنوعية الأصناف وإضافة منتجات مكملة لتناسب أنواق جميع الزبائن.

## متابعة دقيقة

ويضيف "العنزي": لقد بدأ التميز والتمايز بين مقدمي الخدمة للفوز بأكبر عدد من العملاء والمحافظة على الموجود منه، ثم بدأنا نرى تقسيمات وتخصصات في هذا المجال حسب راحة العميل، مؤكداً أن مشروع "الكوفي شوب" سريع الدوران ومريح، ولكنه يحتاج إلى متابعة دقيقة واستمرارية وابتكارات، وتميزاً وتحديداً دقيقاً للشريحة المطلوبة، بالإضافة إلى الاحتياجات الأساسية من موقع مميز وديكورات ووسائل جذب.

ويلخص "العنزي" التحديات التي تواجه هذا النشاط في الأنظمة والقرارات الجديدة في البلديات ووزارة العمل، فضلاً عن التطور السريع في صناعة القهوة، وكثرة المنافسين والدخلاء،

## علامات تجارية سعودية على طريق الامتياز التجاري

مطالباً بتذليل هذه التحديات تشجيعاً للاستثمار في هذا القطاع الواعد.

ويرى أن مستقبل "الكوفي شوب" واعد؛ خاصة في ظل التحول الوطني 2020 ورؤية 2030 التي انفتحت على الاستثمار الداخلي والخارجي، متوقعاً تطور هذا القطاع بسرعة كبيرة جداً وزيادة فرص الفرانشايز لبعض العلامات التجارية المعروفة محلياً ودولياً، مشيراً إلى أن التزام



فاضل النصار:

**نشاط عالمي واعد.. والتحديات الكبير في مواكبة السوق والموضة**



المستثمر في الكوفي شوب بخطة تشغيلية واضحة، واستراتيجية بعيدة النظر، ونمط عمل موحد ومميز، يجعله ينافس بقوة.

يقول خبير الامتياز التجاري؛ فاضل النصار إن جمال هذا النشاط في كونه نقطة تلاقي، واجتماع، وقضاء وقت، ودراسة، وعمل، بالإضافة إلى تناول الطعام والمشروبات؛ ما يعني أنه نشاط مربح جداً، إذا توفرت أسباب الكسب.

ويرى أن التجار يستغلون هذه الأشياء بذكاء لتسويق المقهى، وهذا



صهيب الزين:

**أتوقع مستقبلاً مبهراً بفضل الكوادر المبدعة**



يقول رائد الأعمال صهيب الزين، أن المقاهي أصبحت متشابهة في الطعم والشكل والديكور، فلا بد من الإبداع فيها وعدم التكرار، لكن لدينا بعض المقاهي التي أبدعت بتوفير بيئة تشارك فيها جميع الحواس وليس رائحة ومذاق القهوة فقط؛ مثل مقهى "٦٥ درجة" الذي استطاع أن يخرج من هذه القوقعة، ليمثل نهجاً جديداً في مقاهي الكوفي؛ حيث اهتم بفئة الشباب، وأعطاهما كل مالهديه، بعكس بقية المقاهي التي تخدم الجميع: كبار السن والصغار والشباب.

ويرى أن مستقبل هذا النشاط مبهراً، خاصة للمقاهي الوطنية التي تتميز بكوادر مبدعة تستطيع جعل القهوة أكثر من منبه؛ ما جعل كثيراً من الشباب يتواجدون فيها دائماً.

ويدعو "الزين" الجهات الحكومية لتقديم مزيد من التسهيلات للمنشآت الوطنية، بتسهيل منح التراخيص للمقاهي، والرخص للعماله، وتسهيل الإجراءات الحكومية للمشاريع الوطنية، فهي الدافع لتسريع هذا الإبداع المتواصل.



صالح العنزي:

**سريع الدوران ومربح بشرط الابتكار والتميز**



يشير صالح العنزي؛ رئيس مؤسسة ذوق الشمال التجارية، إلى أن الكوفي شوب كان قاصراً في السابق على طبقة معينة من المثقفين الذين درسوا في الخارج ومن يقلدهم، وهؤلاء كان عددهم قليلاً وكان غالب تواجدهم في الفنادق والمطاعم الكبيرة، ثم بدأت ظاهرة "الكوفي شوب" المستقلة تنتشر تدريجياً، ولاسيما مع بداية الانفتاح العلمي، وزيادة المبتعثين للدراسة في الخارج، وكثرة أعداد المسافرين بشكل ملحوظ.



علي المالكي:

### الجيل الثالث يركز على مصادر البن المستخدم



يرى علي المالكي؛ خبير الامتياز التجاري، أن المقاهي تشهد توسعات كبيرة، ولن تتأثر كثيراً بالجدل حول استخدامها لبعض المواد في صنع القهوة والتي قد تكون ضارة؛ فذلك لن يؤثر عليها كثيراً حالياً، ولكن التحدي الأصعب هو ظهور ما يسمى بالجيل الثالث من المقاهي وهي تلك التي تعتمد في تقديم قهوتها على الاهتمام بمصادر البن المستخدم، وكيفية إنتاجها وتحضيرها طازجة للزبون.

حيث تقدم القهوة للزبون خلال 48 - 72 ساعة من تحميصها؛ ما يعني تقديمها بجودة أفضل، كما يكون تحضيرها بطريقة تحافظ على نكهتها؛ وهي ميزة تساعد على جذب عدد كبير من محبي القهوة وذواقها، إلا أن إنتاج مشروب القهوة بهذه الطريقة الفاخرة يعني أن ارتفاع أسعارها عن غيرها، وهذا عنصر مهم في تحديد نوعية المنافسة والطبقة المستهدفة، فالمنافسة القادمة ستكون بين القهوة الفاخرة والقهوة العادية.

ويضيف: بدأنا نلاحظ وجود مثل هذا النوع من المقاهي، إلا إن انتشارها وتوسعها لا يزال بطيئاً، لكنها مع الوقت ستجذب شريحة كبيرة من محبي القهوة.

ويؤكد "المالكي": بعض المقاهي تقدم القهوة لمحبيها بجودة عالية، لكن منافستها للعلامات العالمية يتطلب سنوات من العمل والعطاء والتطوير، لإثبات قدرتها على النجاح قبل الحديث عن منافسة العلامات العالمية أو التوسع بنظام الفرنشايز.

ودعا الجهات الحكومية المعنية بتغيير الفكر بشكل عام في التعامل مع هذا المنتج ودعمه بشكل مباشر، باعتبار صناعة القهوة أحد المحركات الرئيسية في خلق فرص وظيفية جديدة ونوعية.

وأوضح المالكي أن المقاهي الحديثة بدأت تستحوذ على النسبة الأعلى من العوائد التي تدرها هذه المقاهي، والتي تشير التوقعات إلى أنها قد تزيد عن 3 مليارات ريال سنوياً، يذهب أكثر من 50% إلى المقاهي الحديثة التي تباع فنجان القهوة بأكثر من 15 ريالاً، فيما لا يزيد عن 3 ريالات في المقاهي التقليدية.

سبب نجاح الكثير، مشيراً إلى أن "ستاربكس" على سبيل المثال لا يركز على بيع القهوة، بل بيع المكان والبيئة أو الجو العام للمكان.

### جذب العميل

ويؤكد "النصار" أن التحدي الذي تعيشه الشركات هو القدرة على جذب العميل للمكان؛ لأن المقهى يبيع كل شيء تدخل فيه المشاعر والأحاسيس والراحة النفسية؛ إذ ليس من السهل تغيير طبع الآخرين، فضلاً عن أن الذي يحب نوعاً معيناً من القهوة، يعتاد عليه، وليس من السهل تغيير مزاج شخص معين، وجذبه للتعلق بمنتج جديد.

ويضيف أن أهم التحديات تكمن في تطور ومواكبة السوق والموضة في هذا القطاع، فـ"ستاربكس" مثلاً افتتحت هوية جديدة باسم "ريفيرس" تباع القهوة المختصة؛ وهي الموجة التي يقبل عليها كثيرون من محبي القهوة.

## تدشين 500 مقهى جديد في الرياض خلال عام 2017



فهد الجليدان:

### الأكثر مقصداً للشباب والأصدقاء والعوائل



يقول فهد الجليدان؛ مستشار العلامات التجارية: إن المقاهي هي المكان الأكثر مقصداً للشباب والأصدقاء والعوائل، وهي تمر بمرحلة تطور ملحوظ؛ حيث نرى اهتمام العلامات التجارية الحديثة من المقاهي بتطبيق أعلى مواصفات الجودة بعد نجاح العلامات التجارية العالمية، والتي أصبحت خلفيات تصوير لزوارها، وتعد متنفساً لجميع الفئات، بدليل استحداث المطاعم العالمية قسماً للمقهى بداخلها.

ويرى الجليدان أن التنافس بين المقاهي ليس فيه صعوبة لتنوع الذائقة من الضيوف، فهناك شريحة تستهدف المكان الشعبي، وهناك من يقصد المكان الهاديء، وهناك من يأخذ طلبه خارجياً، وجميعهم يمثلون نسبة متساوية؛ ما يجعل الجميع يعمل في تخصصه الذاتي وتطويره باستمرار.

شغفه الدؤوب بربادة الأعمال، دفعه لدراسة الاقتصاد، ثم تأسيس عدد من العلامات الوطنية الناجحة على رأسها "آي ويش بيرجر" التي حققت في سنوات قليلة مكانة متميزة، وهي تتبع شركة "آي ويش القابضة"، التي تم تأسيسها في عام 2013 . إنه خالد المضيان؛ المؤسس والرئيس التنفيذي لمجموعة آي ويش القابضة؛ رئيس مجلس إدارة شركة طريق الامتياز التجاري للاستثمار، وعضو مجلس إدارة شركة اتحاد الضيافة، وعضو لجنة الضيافة والترفيه بالغرفة التجارية للمنطقة الشرقية، والذي جرى معه هذا الحوار..

خالد المضيان مؤسس I Wish Holding :

## نفتتح فرعين جديدين خلال شهرين.. ونتوجه لمنح فرشاييز

## كيف كانت بدايتك مع ريادة الأعمال؟

كانت البداية في عام 2013 مع انطلاقة مطعم ومقهى "آي ويش"، والذي كان نابغاً من الشغف الذي تولد منه الأحلام الكبيرة، والذي يشكل - مع الإيمان بالفكرة والإصرار والطموح - أسباب النجاح في العمل.

## ما أهم المشروعات التي أسستها؟

أسسنا مجموعة آي ويش القابضة Wish Holding ا. منذ أكثر من 6 سنوات، بعد عدة تجارب، لكن الانطلاقة الحقيقية بدأت عام 2013؛ بتأسيس مفهوم مختلف وهو مطعم ولاونج بطابع عصري بمدينة الخبر، وهو آي ويش جريل أند كافيه I Wish Grill & Caf ، والذي تم توسعته للضعف بعد عام من التشغيل؛ ليتسع لأكثر من 360 شخصاً، مع قاعة احتفالات تتسع لأكثر من 30 شخصاً، علاوة على تميزه بوجبات "الابتايزر" و "البيرجر"؛ لذا جاءت فكرة تأسيس آي ويش بيرجر I Wish Burger ، والذي أصبح خلال وقت وجيز من الخيارات المفضلة لدى المستهلك، ثم أسسنا مطبخ لين كوزين Leen Cuisine كمطبخ ومخبز مركزي للمجموعة، وتقديم خدمات الحفلات والضيافة والطبخ الحي للمناسبات الخاصة، إضافة إلى تأسيس المخابز الراقية ( Luxury Bakery ) كمخبوزات فرنسية وحلويات، تلا ذلك تأسيس شركة ثري برذرز ( Three Brothers ) لطول المطاعم والمطابخ، لتوريد أجود الماركات العالمية من المعدات المختلفة، ومعها شركة رجل الصيانة ( Handy Man ) ككممل للخدمات التي نقدمها لعملائنا.

## نطلق قريباً شركة الأرنب السريع لتوصيل الطلبات

### وهل توقفت عند ذلك؟

لاحظنا حاجة السوق لتوصيل الطلبات للمستهلك، فشرعنا في تأسيس شركة الأرنب السريع ( Hurry Bunny ) لتوصيل الطلبات، والتي تنطلق قريباً بعد مراعاة جميع الملاحظات للشركات المنافسة في السوق، كما ساهمنا مع بعض المستثمرين في تأسيس شركة طريق الامتياز التجاري ( Fran Way )؛ لاستقطاب العلامات التجارية، وتصدير العلامات الوطنية الناجحة، إضافة إلى البحوث والدراسات في مجال الفرنشايز وتطوير الأعمال.

## صناعة المطاعم

### لِمَ اتجهت لصناعة المطاعم؟

علاقتي مع قطاع المطاعم والضيافة قديمة بحكم بعض أعمالتي السابقة؛ إذ كنت مدير العلاقات العامة والمراسم، والمسؤول الأول عن تجهيز المناسبات الكبيرة، والتي كان غالباً ما يشرفها مسؤولون كبار جداً على مستوى الدولة؛ فكان الاهتمام بأدق التفاصيل؛ ما صقل مهاراتي في هذا المجال.

## وكيف وفرت التمويل اللازم للمشروع؟

بدأت بمالي الخاص، ثم لجأت لأصدقاء مقربين يثقون في ويؤمنون بقدراتي. ولم أحيهم والله الحمد بعد ذلك من عوائد المشاريع.

## ماذا عن التحديات الأخرى التي واجهتها؟

أصعب وأخطر مجال ممكن تعمل فيه هو مجال المطاعم والضيافة؛ لأن الخطأ قد يكون قاتلاً؛ لذا تتطلب المراقبة المستمرة، والتطوير والبحث المتواصلين، كما أن المنافسة صعبة جداً مع ما يبدهه الآخرون في هذا المجال، إضافة إلى صعوبة الحصول على التخصصات المهنية المطلوبة في القطاع وندرتها.

## وكيف تعددت الفروع؟

ترد إلينا طلبات باستمرار لطلب فتح فروع في مدن ومناطق مختلفة، فبدأنا بالتوسع؛ حيث فتحت خلال شهرين - إن شاء الله - فرعين جديدين، مع التوسع خارج المنطقة من خلال منح فرنشايز.

## من قدوتك في عالم الأعمال؟

أحمد السعيد؛ مؤسس هرفي.

## ما سر النجاح الذي حققته مجموعتك؟

توفيق الله عز وجل، ثم بر الوالدين، يلي ذلك أن يكون لديك شغف بما تعمل؛ فلا تؤسس مشروعاً لا تحب العمل فيه. وعلاوة على ذلك، عليك بالالتزام؛ فكن ملتزماً في جميع ما تعد به نفسك وموظفيك وعملاءك.

## كيف واجهت منافسة الآخرين؟

نجحنا في ذلك بتحقيق هدفنا الأساسي وهو إسعاد العميل، وليس إرضاءه فقط؛ لأن سعادته تعني تحقيق النجاحات تباعاً. كذلك، نحن مستمرين في الابتكار والتحسين، واختيار أفضل المواد الأولية، والاهتمام بالجودة والنقل والمناولة وسلامة الغذاء؛ فقد حصلنا - بفضل الله - على شهادة "الكيو بلاينيوم" تحت مصادقة واعتماد الهيئة البريطانية للصحة والبيئة.

## رخص الفرنشايز

### ما هي خططكم المستقبلية؟

نسعى إلى الانتشار المدروس لعلامتنا التجارية؛ من خلال التوسع والتشغيل من داخل الشركة، أو من خلال منح رخص الفرنشايز في بعض المناطق ضمن معايير محددة.

## ما النجاح الذي تحقق حتى الآن؟

لدينا قاعدة عملاء كبيرة جداً وشعبية طيبة، وعملاء دائمين ومخلصين نتمن لهم الثقة التي منحونا إياها، فمن خلال قياس معايير الأداء ورضا العميل نستطيع أن نقول أننا حققنا ما يمكن أن يقال عنه نجاح والله الحمد.

## شروط الفرنشايز

### وما شروط الحصول على الفرنشايز؟

1. تعبئة الاستمارة وخطاب النوايا وإرسالها، مع ضمان سرية المعلومات.
2. دراسة الطلب.
3. توجيه الدعوة لمناقشة تفاصيل المنح.
4. زيارة الموقع المختار والاطلاع على مدى مناسبته لمفهومنا.
5. توقيع عقد الفرنشايز.
6. البدء بتدريب الموظفين وترتيب الموقع.
7. تقديم المساعدة المطلوبة قبل الافتتاح.
8. الافتتاح الكبير.



أيضاً، سوف نقدم كل الدعم للممنوح قبل وبعد افتتاحه للفرع، مع ضمان التجديد المستمر والتطوير في المنتج، ومتابعة سير العمل، خاصة وأننا نوقن بأن نجاح الممنوح نابع من نجاحنا؛ فهي عملية تكاملية.

### في ظل رؤية 2030، كيف ترى واقع الفرنشايز في المملكة؟ وما رؤيتك لمستقبله؟

المملكة مقبلة على نهضة عظيمة بإذن الله، من خلال رؤية 2030، وأرى أن قطاع الفرنشايز سوف يكون له مساهمة فاعلة؛ لأنه أفضل نموذج لنقل وتكرار التجارب الناجحة، والبدء من حيث انتهى الآخرون. والأنظمة والتشريعات التي وضعت -سواء ما طبق منها وما سوف يطبق قريباً- سوف تجعل من مملكتنا الحبيبة بيئة جاذبة وخصبة للانطلاق بنظام الفرنشايز، والأخذ بالعلامات التجارية الوطنية الناجحة نحو العالمية.

### وكيف ترى مستقبل قطاع المطاعم والضيافة؟

قطاع المطاعم والضيافة من القطاعات الواعدة جداً والمتجددة، وغالباً ما يكون أقل القطاعات تأثراً وأخراً لأي انكماش أو تراجع في الاقتصاد، علاوة على سرعة تعافيتها مع أي ازدهار.

## علاقتي مع قطاع المطاعم والضيافة قديمة بحكم أعمالتي السابقة

### هل بدأتكم في المنح بنظام الفرنشايز، وما شروط الحصول على العلامة التجارية؟

شرعنا في دراسة بعض الملفات المتقدمة لطلب منح الفرنشايز، وما زلنا نستقبل الطلبات عبر بريدنا الإلكتروني.

### وماذا عن الخدمات والمزايا المقدمة للممنوحين؟

بداية، أنه إلى أننا انتهينا من وضع جميع الأدلة التشغيلية والأنظمة والتعليمات والإجراءات وملف الفرنشايز كاملاً، بالتعاون مع أعرق مكاتب الفرنشايز العالمية؛ لذلك نحرص على ترتيب بيتنا الداخلي قبل الانطلاق في عالم الفرنشايز باحترافية.



# I WISH HOLDING

## أنجزنا شهادة "الكيوبلاتينيوم" بمصادقة الهيئة البريطانية للصحة والبيئة

الفرنشايز، وزيادة التنقيف والوعي. وهنا، أود ان أشكر جهود مجلة "رواد الأعمال" الملموسة في تنقيف المجتمع، ونشر الوعي المعرفي في قطاع الفرنشايز وزيادة الأعمال.

### لا خاب من استشار

#### بم تنصح الشباب؟

لا تبدأ عملاً ما لم يكن لديك شغف له، وإذا بدأت، فركز جيداً على التخطيط والدراسة والتأني قبل البدء في عالم الأعمال والمطاعم خاصة، ولا خاب من استشار. أحط نفسك بمجموعة من مبدعي القطاع، انضم لمجتمعهم، ركز في تجاربهم، استخلص الدروس. تأكد جيداً أنك ما إن تبدأ سوف تصل لمرحلة من اليأس والتذمر والخوف، فإذا ما وصلت لها، فأبشرك بأنك قد وضعت أولى خطواتك نحو المجد والنجاح بإذن الله. وتذكر جيداً أن الله لا يضيع أجر من أحسن عملاً، التزم في حياتك كلها مع البدء بنفسك أولاً ومع موظفيك وعملائك. طور من نفسك باستمرار، اقرأ واحرص على حضور الندوات والمعارض ذات الاختصاص لتكسب المعرفة والعلاقات في الأخير. تأكد من أن أعظم ما يكسبه الشخص في حياته وبعد مماته هو الذكر الحسن، والسمة الطيبة، فتأكد من ألا تخسرها.

وحسب الأرقام المعلنة من الهيئة العامة للسياحة، كانت إيرادات القطاع نحو 79 مليار ريال في 2017، وهو رقم يدل على المستقبل الواعد لهذا القطاع.

### كيف نجعل العلامات التجارية الوطنية تنافس بقوة محلياً ودولياً؟

لدينا علامات وطنية رائعة وناجحة بامتياز، أثبتت كفاءتها، فلدينا علامة تجارية توسعت عالمياً؛ مثل هرفي وكودو وغيرهما.

وأعتقد أن ما نشاهده في السوق الآن من إبداعات رواد الأعمال يدعو للفخر ومبشر. وأرى أن تأسيس علامة تجارية وطنية قادرة على المنافسة عالمياً، يتطلب الاحترافية في أدق التفاصيل من بداية الفكرة، وحتى إنجازها، مع إضافة البصمة الخاصة لمشروعك.

### إجراءات وزارة التجارة

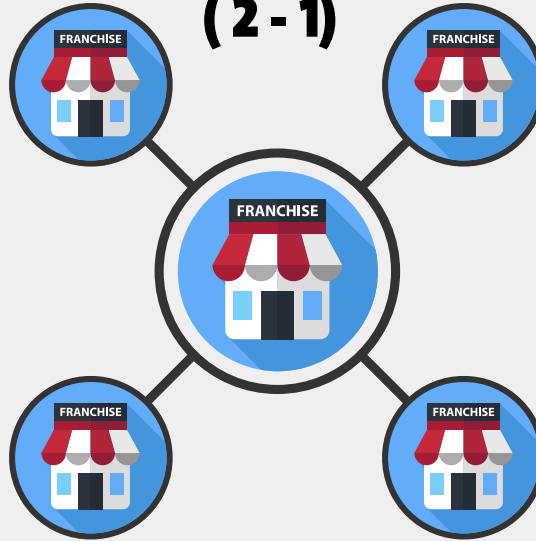
#### مالذي ينفق قطاع الفرنشايز في المملكة؟ وما التحديات التي تواجهه؟

للأسف ما زال هناك نقص كبير في المكاتب المؤهلة للفرنشايز، فكثير منها يعمل بأسلوب السمسرة أكثر من كونها مستشار. كذلك، ما زلنا بحاجة إلى تفعيل الإجراءات المعدة من قبل وزارة التجارة لتنظيم

## أسئلة جوهرية قبل شراء الفرشائيز

كارول تايس

(2 - 1)



سواء كان الأمر يتعلق ببيع منتجات العناية بالبشرة، أو امتلاك فندق، أو العناية بالكلاب، أو مساعدة الآخرين في فقدان الوزن، أو إعداد إقراراتهم الضريبية، فإنّ هذه نماذج قليلة من الفرص المتاحة في عالم الفرشائيز اليوم، والتي تشتمل على مجموعة متنوعة من بيع المنتجات والخدمات التي يمكن تخيلها.

### فكيف تعرف أيها المناسب لك، والأفضل لك؟

يمكن للشركات المانحة للفرشائيز أن تبهر الممنوحين من حقوق امتيازاتها المرتقبة من خلال كتيبات تعريفية جذابة وعروض تقديمية بارعة، لكنك بحاجة إلى تجاوز كل ذلك لاستكشاف الحقائق حول ما يعرضون.

ولمساعدتك في ذلك، جمعنا فريقاً من الخبراء، وطلبنا منهم تحديد الأسئلة الرئيسية التي عليك توجيهها، وأفضل الطرق للحصول على المعلومات التي تريدها من مانحي الفرشائيز والممنوحين منها.

بمجرد أن تحدد العلامة التجارية التي تثير فضولك، اقرأ بعناية وثيقة الإفصاح عن الفرشائيز الذي يجب قانوناً أن يقدمه المانح للممنوحين، فإنّ لم تستوعب كل ما جاء فيها، فاطلب من محامٍ أو استشاري متخصص في عقود الفرشائيز أن يشرح لك المصطلحات الواردة بها.



جف إلجين الرئيس التنفيذي  
لشركة Franchoice



بعد ذلك، ابدأ في الحديث إلى مانح الفرنشايز؛ إذ يقول جف إلجين؛ الرئيس التنفيذي لشركة Franchoice المتخصصة في استشارات الفرنشايز، إنه إذا كان هناك ثلاثة أسئلة فقط يمكن أن يوجهها الممنوح إلى المانح ، فستكون كالتالي:

### ما محور تركيزك؟

يقول إلجين: «نوعية الإجابة التي تبحث عنها لهذا السؤال هي: «نجاح الممنوحين من حق الفرنشايز». ولكن من الإجابات التي تلقيتها: «محصلتنا النهائية من الأرباح». فمثل ذلك النوع من الإجابات يثير قلقي.

### لماذا يتعثر ممنوحو الفرنشايز؟

ينصح إلجين بمحاولة تحديد المشكلات التي يقع فيها الممنوحون المتعثرون بدقة، فإذا أجاب المانح: «إنهم لم يتبعوا النظام»، فركز على هذه النقطة سائلاً: كيف يحدث ذلك؟. فأنت بذلك تهدف إلى معرفة موضع الضعف، بالسؤال: فما الشيء الذي يصعب تحقيقه بنجاح في هذا النظام؟».

### كيف نحل النزاعات؟

اسأل المانح عن تفصيلات حول نزاع ما مع أحد الممنوحين وكيف تم حله. يقول إلجين: «ستعلم الكثير من خلال ذلك عن مدى احترام المانح للممنوح، ومدى التزامه بتحقيق النجاح، فإذا ما اجاب المانح بأنه لم تحدث نزاعات مطلقاً، فتشكك في الأمر؛ لأنه كما يقول إلجين: «إذا كان لدى المانح أكثر من ثلاثة ممنوحين، فلا بد من أن يكون قد واجه نزاعاً ما».



### هناك فكرة إضافية:

كما يقول جويل ليبافا؛ رئيس الشركة الاستشارية Franchise Selection Specialists Inc، بأن على الممنوحين المرتقبين سؤال المانح عن أهم المهارات التي يجب توافرها في الممنوحين؛ لأنه في كثير من مشروعات الفرنشايز، يكون أكثر الممنوحين نجاحاً من يتمتعون بمهارات متشابهة مع المسوقين التنفيذيين أو مديري المبيعات السابقين، فانظر ما إذا كنت مؤهلاً للانتماء إلى الفريق الرابع!.



جويل ليبافا رئيس Franchise Selection Specialists Inc



### الإشارات التحذيرية

عندما تتحدث إلى المانح، احذر المشكلات المحتملة الناشئة عن ضعف المهارات الإدارية، وحتى عمليات النصب الصريح. احرص على الاطلاع على السيرة الذاتية لأعضاء الإدارة العليا لدى المانح.



جو ماثيوز أحد مؤلفي كتاب Street Smart Franchising



يوصي جو ماثيوز؛ أحد مؤلفي كتاب: "الدليل العملي لفهم عقود الفرنشايز Street Smart Franchising"، والشريك المؤسس والمسؤول الرئيس في شركة The Franchise Performance: «غالباً ما يكون متخذو القرارات ممن لم يمتلكوا من قبل مشروعات صغيرة، بل ينظرون إلى الأمور من منظور المشروعات الكبرى، كما يميلون إلى اتخاذ قرارات لا تمت إلى الواقع بصلة من أبراجهم العاجية».



وهناك سبب آخر لكي تترك انطباعاً جيداً لدى الممنوحين، فغالباً ما يتابع مانحو الفرنشايز تلك اللقاءات بالاتصال فيما بعد بالممنوحين الذين التقيت بهم لسؤالهم عن رأيهم فيك.

### الحذر من الممنوحين

عندما تتحدث مع الممنوحين، ضع في حسابك وجهة نظرهم التي قد تؤثر فيما يخبرونك به. على سبيل المثال، إذا كنت تتحدث مع ممنوح يقع في منطقة قريبة من التي تريد العمل بها، فقد يخبرك بأن العمل يسير بشكل مريح؛ لأنه يرغب في أن تظل المنطقة التي ترغبها خالية ليقبل المنافسة التي يواجهها، أو ليستطيع شراءها فيما بعد.

وقد يفخر بعض الممنوحين بنجاحهم؛ لأن كبرياءهم يمنعه من الاعتراف بأنهم واقعون في ورطة. في نهاية الأمر، استخدم حدسك في تحديد ما إذا كان أحد الممنوحين صادقاً أم لا.

حاول أن تقضي يوماً بأكمله مع واحد على الأقل من الممنوحين إذا أمكنك ذلك؛ كونها الطريقة الوحيدة - كما يقول ماثيوز - التي يمكنك من خلالها اكتشاف كيف يقضي الممنوحون وقتهم وماذا يفعلون لتحقيق النجاح.

ويتيح لك ذلك أيضاً مزيداً من الوقت لبناء علاقة مع الممنوح، على أمل الحصول على مزيد من الإجابات الصادقة والتفصيلية.

### الأفكار الناشئة

وينصح ماثيوز بأن تسأل الممنوح عن كم الأفكار التي جاء بها وتم تطبيقها. وتختلف الإجابة على هذا السؤال من امتياز إلى آخر، فأساليب الإدارة في بعض الامتيازات تكون مركزية جداً، بينما تشجع أخرى، الآراء الواردة من الممنوحين وتدمج الأفكار الناشئة من بيئة العمل بشكل نشط. إذا لم يكن مانح الفرنشايز متقبلاً للتعليقات حول الأداء، فقرر ما إذا كنت سترضى بالعمل من خلال قالب محدد الشكل، أو تفضل نظاماً تتمتع فيه بمزيد من الريادة.

يقول ليبافا: إن خلاصة الموضوع لك كممنوح، أن تتخلى عن جزء من قيمة مبيعاتك في شكل عوائد سنوية مدفوعة للمانح، نظير مساعده في إدارة مشروعك.

ويضيف ليبافا: «ما تحتاج إلى معرفته من الممنوح في نهاية الأمر هو ما إذا كان يفعل ما يجعله مستحقاً لهذه العوائد». وعلى كل حال، يبقى أهم جوانب شراء امتياز تجاري هو استجوب الأكثر خبرة في هذا المجال.

يقول جوردون دوبريه؛ المستشار بشركة FranNet: «كلما شعر الممنوحون بأنك على وشك التوقيع على عقد الفرنشايز، زادت المعلومات التي ستحصل عليها».

ويضيف: «لا بد أن يساورك القلق تجاه المانح الذي يحدثك سراً عن أرباح تخالف وثيقة الإفصاح عن الفرنشايز، فمن غير القانوني أن يصرح بمزيد حول ذلك الجانب. فإذا ما تجاوز هذه القاعدة، فلا بد من أن تقلق حيال أخلاقياتهم بصفة عامة».

أما إذا ما كان المانح متحمساً لتوقيعك معه دون الالتفات إلى مؤهلاتك، فتلك أيضاً إشارة تحذيرية، فالجيدون من المانحين يتسمون بحسن الانتقاء والبحث عن أفضل المرشحين تأهيلاً ويمتلكون المهارات ورأس المال اللازم للنجاح.

ويقول دوبريه: «إنك تبحث عن الشركات التي تمنح حقوق الامتياز، لا التي تبيعها».

### أسأل الممنوحين

الآن، تبدأ توجيه ثلاثة أسئلة للممنوحين بعد أن تكون معهم ألفة، وبطريقة تُشعرهم بالراحة:

#### كيف كان استعدادك لبدء المشروع؟

تغطي الإجابة على هذا السؤال عدة أوجه ابتداءً من صفات مانحي الامتياز المستقبلين، إلى مدى شمول برنامجهم التدريبي. إذا أجاب الممنوحون بأنهم كانوا مستعدين تماماً، وأن الأمور سارت بشكل سلس؛ فتلك علامة طيبة، وإلا تستنتج ضعف دعم المانح للممنوحين.

#### ما مدى فعالية برامج التسويق في جلب الزبائن؟

يهوى مالكو مشروعات الفرنشايز، الحديث عن علاماتهم التجارية وبناء قيمتها. ولكن ما تود معرفته هو ما إذا كان سياؤك زبائن، أم لا، فالإجابة التي تبحث عنها هي: «منذ لحظة الافتتاح، ازدحم المكان بالزبائن».

#### ما شكل الوضع المالي؟

احصل على أكبر قدر ممكن من التفاصيل المالية من الممنوحين، فقد يكون لزاماً عليك أن توجه أسئلتك بهذا الشأن لعدة ممنوحين مختلفين؛ لتحصل على إجابات عن جميع الأسئلة؛ مثل: ما التكلفة الفعلية لافتتاح المتجر؟ وما الفترة التي يمكن أن تبدأ خلالها في تحقيق الأرباح؟ وما الأرباح المتوقعة؟ فالممنوحون فقط هم من يعطونك الصورة الحقيقية.

#### ممنوح مرتقب

يقول دوبريه: «لكي تحصل على أفضل نتائج مع الممنوحين من حقوق امتياز، لا تضع وقتهم ودعهم يعرفون أنك تعلم الكثير بالفعل عن العلامة التجارية. قدّم نفسك بشكل احترافي كممنوح مرتقب جاد؛ إذ كلما شعروا بأنك على وشك توقيع عقد الامتياز، زادت المعلومات التي ستحصل عليها».

## خدماتنا

- تأهيل و تطوير العلامات التجارية للعمل بنظام الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إدارة نظام الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إعداد و إدارة برامج الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- تأسيس و إعداد الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- تأهيل و تطوير عمليات الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- خدمة مستشار الإمتياز التجاري (الفرنشايز) القانونية و الإدارية
- تسويق علامات الإمتياز التجاري (الفرنشايز)
- إعداد الدورات التدريبية في الإمتياز التجاري (الفرنشايز)

## تشيكين باشه CHICKEN BASHA



**الفرانشايز:** تشيكين باشه

**التخصص:** الدجاج المقلي

**التوصيف:** مطاعم متخصصة في الدجاج المقلي؛ حيث تستخدم دجاجًا طازجًا ذا جودة عالية، وزيت الصويا النباتي الصحي، والبطاطا الطازجة في جميع وجباتها.

**المنشأ:** المملكة العربية السعودية

**تاريخ التأسيس:** عام 2013

**المؤسس:** مجموعة من الشباب السعودي الطموح

**الغرض من التأسيس:**

يسعى المستهلك في هذه الأيام، إلى الحصول على منتجات ذات جودة مميزة، وطعم لذيذ، مقابل قيمة معقولة؛ لذا جاءت فكرة تأسيس مطاعم تشيكين باشه التي تقدم الدجاج المقلي ذا الطعم المميز والجودة العالية مقابل قيمة معقولة، فتم تأسيس تشيكين باشه عام 2013 على يد مجموعة من الشباب السعودي الطموح الذي أمضى عامين في الأبحاث والتطوير لإيجاد خلطة خاصة ذات طعم رائع وفريد، مستخدمين الدجاج الطازج بنفس الوسائل التقليدية للطهي، ولكن بنتائج مختلفة.

**دعم الفرانشايز**

تقدم تشيكين باشه الدعم المستمر لجميع أصحاب الفرانشايز لعلامتها التجارية من خلال ما يلي:

1. رخصة استخدام العلامة التجارية وأنظمة التشغيل والتسويق.
2. حماية جغرافية في منطقة الاتفاقية.
3. دعم ما قبل الافتتاح، يشمل تصميم الفرع والمساعدة في اختيار الموقع.
4. ثلاثة أسابيع من التدريب المتكامل لتجهيز فريق العمل لمواجهة التحدي الجديد.
5. الحصول على مساعدة الموردين، والتصاميم الهندسية، وتوريد المعدات والمواد الأولية من خلال شبكة موردينا ذوي الخبرة بنظم تشغيل تشيكين باشه.
6. خطة تسويق إبداعية، وبرامج تسويقية، وحملات عروض خاصة.
7. تحليل الأداء التشغيلي والبيعي، ومقارنتها مع أهداف البيع والتشغيل المعتمدة.
8. الحصول على الأدلة التشغيلية، والوصفات، وطرق الإعداد.

إذا كنت مستعدًا لأن تكون شريكنا في النجاح، فنرجو التواصل معنا عبر الهاتف: 0569220395