

FRANQUIAS

Estratégia PA 2022

Gerência de Competitividade Setorial



1

DADOS DO SETOR DE FRANQUIAS

O modelo de franchising é uma forma de expansão empresarial que utiliza capital e força de trabalho externas a empresa e oferece operações com modelos de negócio já testados, know how sobre produtos, fornecedores, dados, sistemas e gestão. Pode ser uma ótima alternativa para ambos, franqueadoras e franqueados. O modelo permite que a franqueadora tenha valorização de marca e expanda suas operações com menor utilização de capital próprio e permite que empreendedores com pouca experiência ou com frentes de conhecimento muito específicas e adotem boas práticas já desenvolvidas e testadas.

No Brasil, a principal referência do setor de franquias é a Associação Brasileira de Franchising (ABF). A entidade é composta por mais de 1.250 associados, distribuídos entre franqueadoras, potenciais franqueados, franqueados, fornecedores e startups que atuam no setor. Além de representar o setor em todo território nacional, a ABF também possui escritórios regionais, visando maior presença e autonomia. Entre os objetivos, temos a promoção do sistema de Franchising, estabelecimento de padrões para a prática do Franchising no Brasil e incentivo o constante aprimoramento das técnicas de atuação. Neste último objetivo, uma das ações é a elaboração e divulgação de pesquisas e dados sobre o setor, portanto, a nível nacional é a entidade com maior capacidade técnica, capilaridade e mobilização para tal, e os dados do setor foram baseados em suas pesquisas, relatórios e bancos de dados mais recentes, alternando entre recortes nacionais e regionais.

Entre os anos de 2016 e 2019, o franchising faturou entre R\$150 bilhões e R\$186 bilhões anuais, apresentando taxas de crescimento anual entre 7% e 8%, acima da variação do PIB nacional, que no mesmo período apresentou resultados entre -3,5% a 1,1%. Outra peculiaridade do setor é a formação de redes, que são conglomerados empresariais envolvidos na gestão e operação

das franqueadoras e franquias. No ano de 2019 o país contava com 2.918 redes e um crescimento anual de cerca de 1% ao ano. Cada rede possui uma média de 55 unidades. E no quesito empregabilidade, no ano de 2019 empregou diretamente 1,358 milhão de pessoas, crescendo cerca de 4,5% ao ano.

A distribuição geográfica das unidades é no território nacional é bastante concentrada. Se observamos a distribuição por estados, São Paulo concentra 38% de todas as unidades do país, seguido por Rio de Janeiro com 12%, Minas Gerais com 8%, Paraná com 6% e Rio Grande do Sul com 5%. Para a distribuição por Região, temos a seguinte concentração:

- Região Sudeste, 57%;
- Região Nordeste, 15%;
- Região Sul, 15%;
- Região Centro Oeste, 8%;
- Região Norte, 5%.

Considerando sua atuação de forma transversal, o setor é dividido entre 11 segmentos distintos. Os segmentos são:

- 1) Alimentação;
- 2) Casa e Construção;
- 3) Comunicação, Informática e Eletrônico;
- 4) Entretenimento e Lazer;
- 5) Hotelaria e Turismo;
- 6) Limpeza e Conservação;
- 7) Moda;
- 8) Saúde, Beleza e Bem Estar;
- 9) Serviços Automotivos;
- 10) Serviços e outros negócios;
- 11) Serviços Educacionais.

2

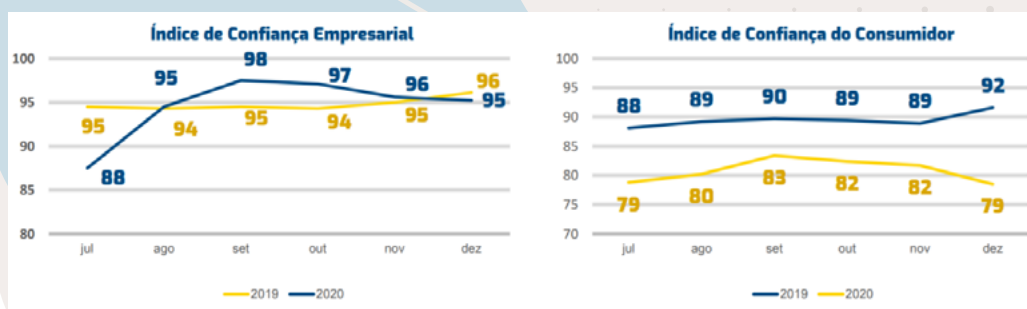
IMPACTO DO MERCADO E CONSUMO

Em um cenário econômico de bastante impactado pela pandemia, podemos observar aspectos profundamente negativos e outros muito positivos. Se de um lado temos empresas encerrando suas operações em função da crise, por outro temos recordes de CNPJ's sendo abertos no Brasil, ainda que em menor porte.

O Índice de Confiança Empresarial, que em 2019 girava em torno de 95 pontos, de um total de 100, já retornou ao mesmo patamar, no final do ano de 2020. Após algum período pânico e pouca previsibilidade, o setor empresarial teve fortes incentivos para o não fechamento das

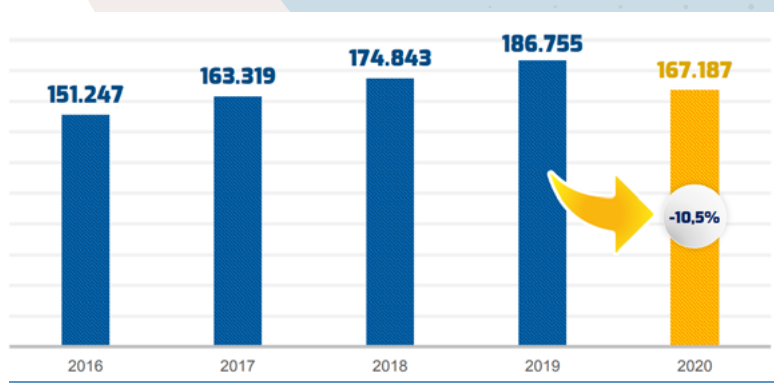
operações, seja via linhas de crédito com taxas diferenciadas, programas de manutenção do emprego ou postergações do pagamento de tributos. Por si só, não são ações que resolvem o cenário, entretanto, amenizam o impacto.

Por outro lado, os consumidores ainda seguem bastante preocupados. O Índice de Confiança do Consumidor, que em 2019 estava na casa dos 90 pontos, demonstra queda, com os resultados de 2020, na casa dos 80 pontos. A alta taxa de desemprego, na casa dos 14% e inflação acima do teto da meta do Banco Central, 4,52% com teto de 4%, assustam até os mais otimistas.



Os resultados do setor, bem como o impacto que este sentiu durante a pandemia podem ser analisados através da comparação de indicadores característicos do setor no últimos anos e a comparação com indicadores da economia em geral. As principais características do setor são faturamento, número de redes, número de unidades, número de empregos diretos e dados dos 11 segmentos que compõem o setor.

Com base nos indicadores fornecidos pelo IBGE e Banco Central, o PIB Brasileiro em 2021, apresentou uma queda de 4,1% e o IPCA ficou na casa dos 4,52%, 0,52% acima do teto da inflação prevista para este ano. Já para o setor de franquias, o faturamento do setor apresentou uma queda bastante expressiva, chegando na casa de 10,5% e atingindo patamar semelhante do praticado no ano de 2017, ou seja, praticamente regredindo ao resultado de 3 anos atrás, conforme apresenta o gráfico abaixo:



Neste caso, podemos notar uma queda cerca de 2,6 vezes maior que a queda do PIB nacional. Alguns fatores que influenciaram o cenário foram o fechamentos dos shoppings centers durante um período considerável do ano, visto que grande parte da operação de franquias estão localizadas nos mesmos e a queda de 15,5% no faturamento do segmento de Alimentação, que representa cerca de 25% do faturamento total do setor.

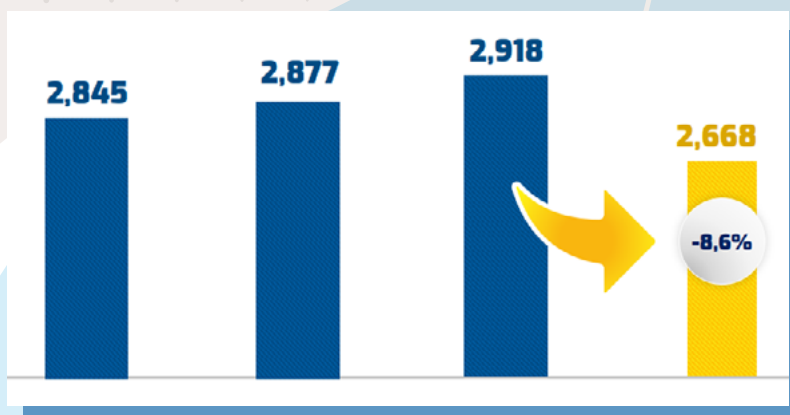
O resultado individual de cada um dos 11 segmentos que compõem o setor, comparado com o faturamento do mesmo período em

2019, reflete o resultado dos demais setores da economia, de forma geral. Os segmentos que apresentaram as maiores quedas, respectivamente, foram Hotelaria e Turismo, queda de 49,8%, Entretenimento e Lazer, queda de 29%, Moda, queda de 20,9% e Alimentação, queda de 15,5%. Juntos, estes 4 segmentos representam 41% do faturamento total do setor. Os três setores que apresentaram crescimento do faturamento foram Casa e Construção, aumento de 12,8%, Saúde e Bem Estar, aumento de 3,1% e Informática e Eletrônicos com aumento de 0,5%. O gráfico abaixo demonstra o resultado individual:

SEGMENTO	FATURAMENTO 2019	FATURAMENTO 2020	% VAR FAT 2020/2019
Alimentação	48.399	40.898	-15,5%
Casa e Construção	11.019	12.429	12,8%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	6.034	6.063	0,5%
Entretenimento e Lazer	2.568	1.823	-29,0%
Hotelaria e Turismo	13.286	6.673	-49,8%
Limpeza e Conservação	1.451	1.317	-9,3%
Moda	24.228	19.153	-20,9%
Saúde, Beleza e Bem Estar	34.214	35.276	3,1%
Serviços automotivos	6.316	5.973	-5,4%
Serviços e outros negócios	27.001	26.648	-1,3%
Serviços educacionais	12.239	10.934	-10,7%
TOTAL	186.755	167.187	-10,5%

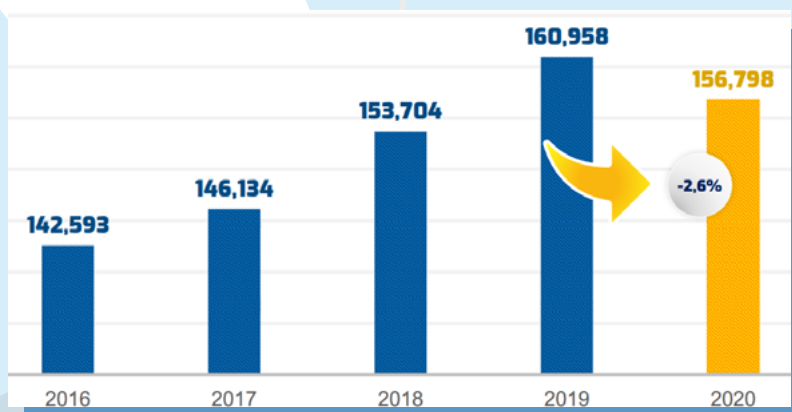
Quanto ao número de redes de franquias presentes no Brasil, o ano de 2020 apresentou um resultado de queda, interrompendo uma sequência de crescimento nos últimos 3 anos. O número de redes que expandem sua operação

através de franquias caiu cerca de 8,6% em 2020, quando comparada ao ano de 2019, contabilizando 2.668 redes em 2020, frente as 2.918 em 2019. O gráfico abaixo apresenta o resultado para o período de 2017 a 2020:



Outro indicador chave para o setor de franquias é o de número de unidades. Ainda que também seja um indicador que apresentou queda, este veio em menor percentual, queda de 2,6%. Vale

ressaltar o constante crescimento no número de unidades entre o período de 2016 e 2019. O gráfico abaixo apresenta esse crescimento anual e a queda em 2020:



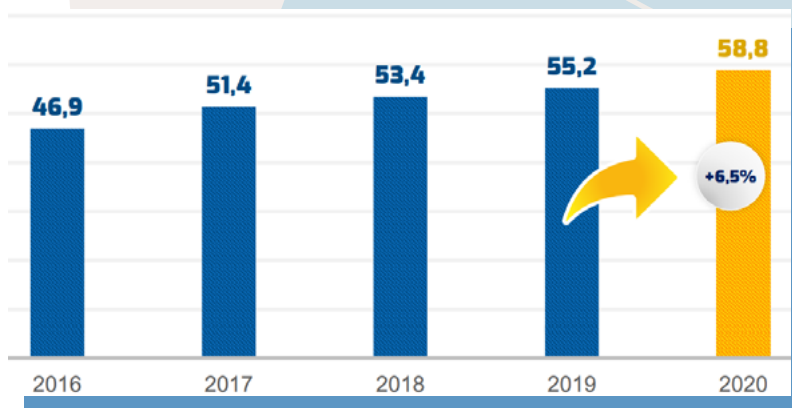
Em uma análise mais aprofundada, podemos notar que este resultado é o saldo de unidades abertas e unidades fechadas no período considerado. Abaixo temos os respectivos

percentuais de 2019 e 2020, incluindo a informação de repasses de unidades neste mesmo período:

2019	2020
TOTAL ANO	TOTAL ANO
Unidades abertas 9,2%	Unidades abertas 6,6%
Unidades fechadas 4,9%	Unidades fechadas 9,2%
Saldo +4,3%	Saldo -2,6%
REPASSE	
Unidades repassadas 2,3%	Unidades repassadas 2,5%

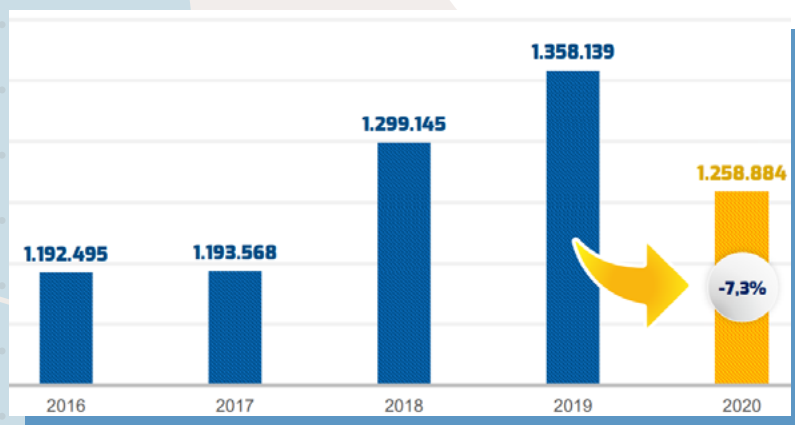
Ainda no indicador de número de unidades, relacionado ao número de redes em expansão pelo modelo de franquias, é possível observar um crescimento na média de unidades por rede,

dando continuidade ao crescimento a partir do ano de 2016. O crescimento visto no ano de 2020 foi de 6,5%, atingindo uma média de 58 unidades por rede, conforme gráfico abaixo:



Por fim, o indicador de empregos diretos ou postos de trabalho. O setor que até 2019 apresentava 1,35 milhão de empregos diretos viu estes número cair 7,3% em 2020, chegando

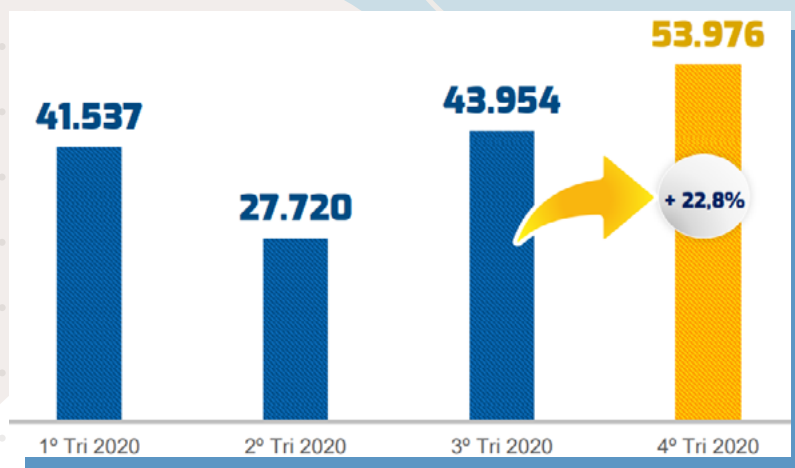
à marca de 1,25 milhão. Resultado entre o apresentado nos anos de 2017 e 2018, conforme demonstrado abaixo:



De forma qualitativa, assim como os demais setores da economia, franquias teve de mergulhar na digitalização de seus processos, principalmente quanto ao relacionamento com clientes e franqueados, prospecção de novos clientes e gestão de equipes de forma remota. Por já ser um setor que está acostumado a oferecer suporte e treinamento para sua rede de franqueados, essa velocidade de adaptação foi um pouco melhor quando comparado com empresas do mesmo segmento que não fazem

parte de nenhuma rede. Outro ponto positivo foi a consolidação do modelo de microfranquia, operações com custo total de, no máximo R\$ 110.000,00, principalmente em grandes redes buscando expansão para cidades menores.

Ao longo do ano, também foi possível identificar um movimento de retomada em comparações trimestrais, embora também influenciado pela sazonalidade do nosso calendário comercial. O gráfico abaixo evidencia essa variação e dá indícios de recuperação:



Ainda assim, embora a adaptação digital mais ágil, as pequenas margens praticadas em vendas online e delivery, a dificuldade em praticar vendas adicionais, principalmente no segmento de Alimentos, Serviços, Turismo e

Hotelaria, somados aos custos fixos em contrato, geralmente corridos pelo IGP-M, produziram esta queda acentuada. Estes foram os principais impactos sofridos pelo setor de franquias em 2020.

3

FATORES CRÍTICOS E GAPS DE COMPETITIVIDADE

Ainda sob os impactos negativos da pandemia, no ano de 2020, o setor de franquias passou por mudanças estruturais importantes e que ainda estão em fase de adaptação, seja por parte das redes, franqueadoras, franqueados e equipes. Algumas das principais mudanças são:

- Novos modelos de operação;
- Aprovação da nova lei de franquias;
- Alternativas para o relacionamento com franqueados;
- Ações para capacitação, treinamento e suporte de campo;
- LPGD e a continuidade das ações digitais.

Essas mudanças apresentam pontos positivos, mas também exigem maior atenção dos times para mitigação de riscos atrelados. A nova lei de franquias, além de apresentar atualizações para o setor, torna mais objetiva a relação franqueador e franqueado e as respectivas responsabilidades. O documento de Circular de Oferta de Franquia (COF) é alterado para um modelo muito mais informativo do que de divulgação, afastando a possibilidade de reconhecimento de vínculo empregatício entre franqueador e franqueado, incluindo a obrigatoriedade da apresentação de balanços financeiros, regras de concorrência territorial, lista de ex-franqueados dos últimos 24 meses, descrição das situações de penalidade, multas e indenizações e os respectivos valores, descrição dos objetivos de propriedade intelectual que serão disponibilizados ao franqueado, além das informações já contidas. Essas alterações buscam trazer maior transparência e segurança jurídica para essa relação e precisam ser analisadas e implementadas nos âmbitos jurídicos, comerciais, operação e relacionamento.

Os novos modelos de operação também surgem como oportunidades e desafios para

o cenário atual e alternativas para uma menor dependência de operações em shoppings centers, devido seu alto custo e restrições ainda em vigência. Considerando o alto índice de desemprego atual, diversos profissionais que perderam empregos, alguns com carreiras consolidadas em multinacionais, buscam no franchising, sua nova ocupação e fonte de renda. Outros, podem ver nos novos modelos de franquias, oportunidades para desenvolverem novas fontes de renda, paralelamente a sua atual ocupação.

Microfranquias, franquias home based, franquias home office e franquias em containers são novos formatos que surgem como opção para todos estes diferentes perfis de potenciais franqueados e assim como um excelente novo mercado a ser explorado, também exigirão das franqueadoras melhores canais de relacionamento, treinamento e capacitação mais frequentes e uma maior preparação interna para maiores taxas de turnover em sua rede de franqueados.

Ainda na esfera de capacitação e treinamento, um dos principais desafios das franqueadoras



é manter um canal de comunicação com franqueados que permita interação e sugestão de novos produtos, serviços e ações de comunicação sem perder o padrão da marca. Definições claras e justas sobre operações em canais digitais como e-commerce e delivery também serão necessárias para um melhor desenvolvimento e avaliação por parte da rede. Por último ferramentas digitais para relacionamento com clientes, geração de negócios e processos de operação mais simples serão diferenciais em redes com maior volume de operações e franqueados.

Arelados ao relacionamento por canais

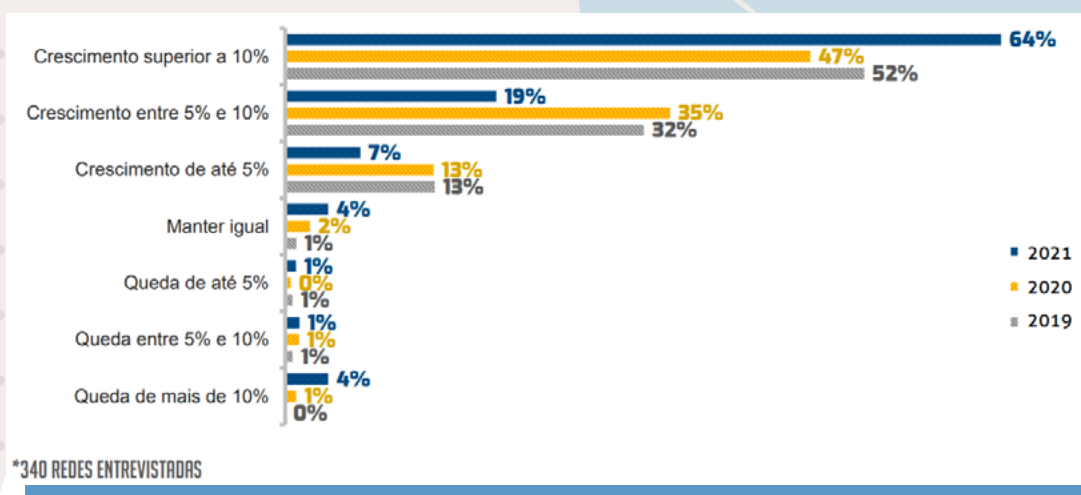
digitais, a adequação à LGPD por parte de franqueadoras e franqueados reduzirão o risco de penalizações, considerando que a operação de uma franqueadora, em termos legais, envolve diferentes empresas e, a depender do formato, transaciona dados entre estas. Este é outro desafio para redes que buscam manter e expandir as ações digitais desenvolvidas durante a pandemia. Alguns exemplos destas ações podem ser campanhas de vendas descentralizadas a partir de CRM's ou a criação de perfis institucionais da marca e perfis de cada operação, nas redes sociais, demanda muito presente em reuniões e convenções de franqueados.

4

PROJEÇÕES PARA OS PRÓXIMOS 12 MESES

Embora tenha passado por turbulências, quedas acentuadas e resultados piores que a economia, de forma geral, engana-se quem imagina que o setor de franquias está pessimista para os próximos 12 meses. Na última pesquisa realizada pela ABF com 340 redes entrevistadas, sobre a expectativa das redes de franquias, com

cerca de, mostrou que 64% destas preveem um crescimento superior a 10% no ano de 2021, índice superior ao de 2019 e 2020. Outros 19% projetam crescimento entre 5% e 10% para 2021 e apenas 6% possuem expectativas de queda nos negócios, conforme gráfico abaixo:



Economistas da ABF também preveem que, após a queda de 10,5% em 2020, em 2021 o setor terá um crescimento de 8% no faturamento nacional, atingindo a marca de R\$ 186,5 bilhões em faturamento, marca muito próxima ao período pré-pandemia e resultado de 2019. Quanto ao volume de unidades, após uma queda de 8,6%, a projeção é de um crescimento de 5% em 2021, chegando a quase 165 mil unidades em todo o Brasil. Este último indicador, impulsionado pelos novos formatos de franquias, mais acessíveis e

com possibilidades de menores custos fixos.

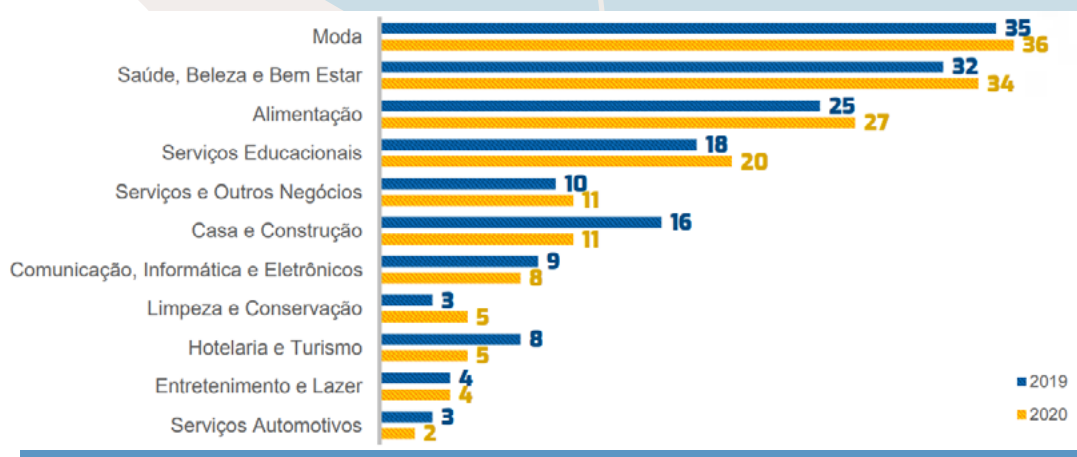
Outro indicador com projeção de crescimento é o de empregos diretos no setor. Após uma redução de 7,3% em 2020, a expectativa para 2021 é crescer 5%, bater a marca de 132 mil postos de trabalho, muito próximo do índice em 2019. Por fim, após a queda de 8,6% em 2019, o número de redes em expansão pelo modelo de franquias é projetado com crescimento de 2% para 2021, conforme quadro consolidado abaixo:



Outra forte tendência apontada por estas redes entrevistadas é a busca pela internacionalização de franquias. Seja como forma de expansão da marca e operação ou visando ambientes de negócio menos voláteis, com maiores margens, menores interferências do meio político e maior segurança jurídica, muitas franqueadoras apostam na internacionalização

países, exceto Brasil. O número de franquias brasileiras no exterior se manteve no patamar de 2019. Os segmentos com maior presença no exterior em 2020 são, respectivamente, Moda, com 36 marcas, Saúde e Bem Estar, com 34 marcas, Alimentação, com 27 marcas e Serviços Educacionais, com 20 marcas. Estes quatro correspondem a 72% do total de franquias brasileiras com presença no exterior, conforme gráfico abaixo:

Em 2020, 163 marcas brasileiras, de todos os 11 segmentos, tiveram operações em 106



E os destinos mais procurados pelas franqueadoras tupiniquins são Estados Unidos, Portugal e Paraguai, com presença de 56% do

total de marcas brasileiras. O quadro abaixo também apresenta outros destinos buscados, como Bolívia, Angola e Equador:

Países	2020
Estados Unidos	61
Portugal	41
Paraguai	36
Bolívia	24
Angola	16
Colômbia	16
Argentina	15
Chile	15
Peru	12
Equador	11

5

ESTRATÉGIA DO SEBRAE NO SETOR

Com base em nosso histórico de atendimento de empresas em projetos de Franquias no período entre 2017 e 2020, extraídos do SGE e Qlik View, temos cerca de 121 empresas atendidas e mais de 350 atendimentos realizados. Vale destacar que o modelo de expansão através de franquias é pouco conhecido, principalmente por micro e pequenas empresas. Apesar das grandes oportunidades de profissionalização do negócio e de expansão com menor necessidade de capital próprio, parte considerável das MPE's gaúchas não sabem o quanto estes modelo pode impulsionar seu crescimento, inclusive, para outros estados e países.

Atualmente a carteira de franquias possui projetos nas regionais Metropolitana e Centro. Os três possíveis níveis de profundidade técnica destes projetos são:

1. Análise de Franqueabilidade, ideal para empresas que desejam saber se o seu negócio pode ser franqueável;
2. Estruturação da Franqueadora, ideal para empresas que buscam expandir pelo modelo de franquias;

3. Expansão e Comercialização, ideal para empresas que buscam acelerar a construção de sua rede de franqueados.

Da mesma forma, pessoas que têm interesse em iniciar um negócio, mas que não possuem grandes conhecimentos sobre gestão, desenvolvimento de produto, logística, sistemas ou experiência com gestão de pequenas empresas, não identificam no franchising, uma oportunidade para iniciar sua jornada no empreendedorismo, contando com um modelo de negócio já testado, expertise, treinamento e suporte de uma franqueadora, além de todo o know how, parceiros e fornecedores já desenvolvidos.

Atualmente não possuímos nenhuma atuação com este público que tem interesse em iniciar um negócio e poderia ser um potencial franqueado. Embora este público não tenha conhecimento do resultado que o modelo de franquias pode lhe oferecer, vejo uma oportunidade para ampliação de conhecimento, mentorias e suporte para análise e escolha e geração de negócios.

Portanto, com base nestas informações e visando aumentar o conhecimento sobre o modelo de franquias e seus benefícios para franqueadoras e franqueados, podemos impactar tanto micro e pequenas que já apresentam bons resultados operacionais, financeiros e com potencial modelo de negócio escalável, quanto pessoas físicas com interesse em empreender. Da mesma forma também é possível apoiarmos o suporte a rede de franqueados de micro e pequenas franqueadoras, que ainda não desenvolveram seu time de campo. Deste modo, a estratégia de atuação proposta tem como objetivo tornar o Sebrae RS referência na criação e divulgação de conteúdo acessível sobre franchising, estimulando a expansão de MPE's gaúchas e a geração de oportunidades para quem deseja iniciar um negócio.

Vale destacar que, atualmente, estes públicos estão expostos a um grande volume de dados e oportunidades nas mídias sociais. Ainda assim, em meio a tantas opções e possibilidades, somados a baixa maturidade digital, existe uma maior tendência para a NÃO tomada de decisão do que para tomada de melhores decisões. Neste caso a simplificação da informação e a utilização e uma

linguagem acessível, independente do canal de comunicação, tornarão os conceitos técnicos e seus benefícios intrínsecos, mais bem percebidos e compreendidos pelo público buscado.

Entendendo que estes públicos estão expostos às mídias sociais (Internet, Facebook, Instagram, Youtube e WhatsApp), estes se tornam o melhor canal para distribuição de conteúdo específico e direcionado para este nicho, com o objetivo de impactá-los e atraí-los para outros canais de atendimento do Sebrae RS, visto que estes canais já são do uso diário destes. Ainda assim, a transição do público buscado de mídias sociais para canais de atendimento Sebrae RS deve ser o mais fluida possível, exigindo apenas informações estritamente necessárias para um primeiro contato e relacionamento, complementando estas informações nos seguintes contatos, sob o risco de criar barreiras de contato, transmitir uma impressão de burocrático, complexo ou desinteressante e gerar sua desistência no contato. Este é um comportamento predominante nas redes sociais e as indicações se baseiam em funis de vendas utilizados por empresas referência e com bons resultados no ambiente digital.

Na tabela abaixo estão os indicadores recomendados.

Cadeia	Indicador	Fórmula
Franquias	Custos (R\$)	somatório de custos (fixos e variáveis)
Franquias	Faturamento mensal (R\$)	somatório de faturamentos
Franquias	Franquias formatadas (%)	(Empresas com franquias formatadas/ total de empresas participante do projeto)*100
Franquias	Franquias vendidas (Unidades)	somatório de unidades de franquias vendidas
Franquias	Índice de Franqueabilidade (%)	Resultado do diagnóstico aplicado
Franquias	Produtividade (R\$)	(faturamento - custos variáveis)/pessoas ocupadas

6

OPORTUNIDADES E MODELOS DE PROJETOS

O setor de franquias apresenta diversas oportunidades, seja para micro e pequenas empresas gaúchas em expansão, para empreendedores mais conservadores e que buscam opções de negócios com menor risco ou para pequenas redes que buscam alternativas para qualificação de suas unidades. Em cenários de constantes mudanças, a capacidade de atender de forma objetiva, eficiente e ágil as diferentes necessidades dos públicos citados acima são fundamentais para que a execução da estratégia tenha sucesso e gere resultados para todos os envolvidos, inclusive o Sebrae RS.

A partir do cruzamento destas oportunidades com os modelos de projetos executados pelo Sebrae RS, podemos sugerir diferentes atividades e projetos, específicos para cada público buscado. Abaixo seguem as principais sugestões e seus respectivos formatos, público e oportunidades que podem aproveitar:

▶ **FORMATO DIGITAL** (necessário criação de solução):

1. Criação de palestras sobre Franchising, seguindo o modelo de criação de conteúdo simples e acessível. Disponível para ser executada pelo Atendimento Individual e ou Atendimento Segmentado, de forma digital ou presencial, se o momento sanitário e legal permitir. O público desta palestra são empresas que buscam expandir sua operação, mas não possuem capital financeiro e humano ou pessoas que buscam iniciar um negócio com menor risco;
2. Criação de palestra sobre “Como tornar uma empresa tradicional em uma franqueadora” e os principais benefícios. Disponível para ser executada pelo Atendimento Individual e ou Atendimento Segmentado, de forma digital ou



presencial, se o momento sanitário e legal permitir. O público desta palestra são empresas que buscam entender se a sua empresa é compatível com o modelo de franquias e como iniciar;

3. Criação de palestra sobre “Como escolher a melhor franquia para mim” e os principais benefícios. Disponível para ser executada pelo Atendimento Individual e ou Atendimento Segmentado, de forma digital ou presencial, se o momento sanitário e legal permitir. O público desta palestra são pessoas físicas interessadas em adquirir uma franquia e buscam apoio para a escolha;
4. Criação de vídeos e modelos de card's e materiais visuais para divulgação e presença digital das ações relacionadas ao Franchising, visando maior atração e adesão do público buscado.

Estas ações seriam executadas a partir da criação de grupos segmentados e resultariam em maior conhecimento das oportunidades do modelo de franquias para empresas ou pessoas e serviriam de base para os próximos projetos, com nível médio de profundidade técnica. Este é o primeiro estágio do relacionamento e funil de vendas, com projetos de ticket baixo.

▶ REDES PARA ALTA PERFORMANCE ou ALANVANCAGEM ESTRUTURAL

(solução já existente e disponível):

1. Projeto de Análise de Franqueabilidade. Disponível para ser executado pelo Atendimento Individual e ou Atendimento Segmentado, no formato de consultoria, de forma digital ou presencial, se o momento sanitário e legal permitir. O público desta ação são empresas que buscam o auxílio de um consultor para entender se sua empresa é compatível com modelo de franquias;
2. Projeto de Estruturação da Franqueadora. Disponível para ser executado pelo Atendimento Individual e ou Atendimento Segmentado, no formato de consultoria, de forma digital ou presencial, se o momento sanitário e legal permitir. O público desta ação são empresas que buscam o auxílio de um consultor para adequação ao modelo de franquias (criação de manuais, registro e marca, análise do modelo de negócio e desenho do perfil do franqueado ideal).

Atualmente estas ações são realizadas cliente a cliente com o objetivo de iniciarem sua jornada e adequação operacional e estrutural de suas empresas para o franchising e as preparando para o próximo projeto, com alto nível de profundidade técnica. Este é o segundo estágio do relacionamento e funil de vendas, com projetos de ticket médio e alto.

▶ REDES PARA ALTA PERFORMANCE ou GANHOS RÁPIDOS

(solução já existente e disponível):

1. Projeto de Expansão de Rede de Franqueados. Disponível para ser executado pelo Atendimento Segmentado, no formato de projeto, de forma híbrida, se o momento sanitário e legal permitir. O público desta ação são empresas que já adequaram sua empresa e buscam expandir sua rede de franqueados com ações de mercado e mentorias.

Atualmente este projeto é liderado pela Regional Metropolitana e atende todo o estado por questões de volume de empresas. É o último estágio o relacionamento e funil de vendas, com projetos de ticket médio e alto.





sebraers.com.br | 0800 570 0800

