

Franchise sisteminin kuruluşunda firmamıza gösterdiğiniz ilgi için teşekkür ederiz.

Franchise & More olarak, 1996 yılından bu yana franchise sistemini kurduğumuz markalara, bize özgü bir yöntem, plan ve disiplin içinde yurt genelinde temsilcilik ağımla hizmetler vermekteyiz. Franchise sistemi kurarken profesyonel ciddiyetle, amatör ruhla çalışırız. Önce koşulları inceler, doğru stratejiyi geliştirir, sonra sistemi kurarız. Hizmetlerimizi bağımsız paketler halinde sunarız, danışan kendi ihtiyacına göre istediğini alır. Sadece bizim daha iyi, daha hızlı ve daha ucuz yapacaklarımızı üstlenir, diğerlerini girişimciye bırakırız. Hizmetimiz tamamlandığında firmadaki ekip işi öğrenir, danışmanlığa ihtiyacı kalmaz.

1996 dan bu yana vizyonumuz dünyaya açılmak ve gelişime ayak uydurmak, misyonumuz franchise sektörüne eksiksiz hizmet sunmaktır. Yaptığımız işlerde franchise alanın kazanmayacağı yapılar kurmayız. Firmamız ve [ilkelerimiz](#) hakkındaki bilgileri sitemizden alabilirsiniz. [Referanslarımız](#) sitemizde yer almaktadır.

## FRANCHISE SİSTEMİ KURULUŞ ÖNCESİ ARAŞTIRMA HİZMETLERİMİZ

- A0: F&M Destek** Sektörde deneyim sahibi bir temsilcimiz sürekli danışmanlık verir, franchise verenle haftalık görüşmeler yapar, sorularını yanıtlar, sorunlarını çözer, markayı birlikte büyütürüz.
- A1: Uygunluk Analizi:** Danışandan aldığımız bilgilerle firmanın ve işin franchise vermeye uygun olup olmadığını birkaç gün içinde inceleriz. Sonuç raporumuzda firmaya uygun bulduğumuz hareket şeklini belirler, “**ne yapmalı**” sorusunun yanıtı olarak franchise vermeyi, şubeler açmayı, ortak almayı önerebileceğimiz gibi, işi hiç büyütmemeyi, kimseye öğretmemeyi, franchise vermemeyi de önerebiliriz.
- A2: Strateji Geliştirme:** Kendi yapacağımız gözlem ve araştırmalarla firmayı, işi, pazarı, rakipleri, müşterileri 1-2 ay içinde inceler, “**nasıl yapmalı**” sorusunu yanıtlar, işin kime ne kazandıracığını anlatırız. Franchise vermenin temel stratejilerini, ne zaman, nerede açılacağını, kime ne şartlarla franchise verileceğini, nasıl işletileceğini, nasıl yönetileceğini girişimci ile mutabık kalarak belirler, sonucu rapor halinde sunarız.
- A3: Konsept Geliştirme:** Mevcut işletmeler franchise edilmeye uygunsa hemen başlarız, değilse konsepti birlikte geliştiririz. “**Ne satmalı**” sorusunu yanıtlar, ürün, hizmet, ekipman, dekor, kurumsal kimlik, tedarik, lojistik, kadro, organizasyon, pazarlama, maliyet kontrol, fiyatlandırma, satış artırma, promosyon konularında ihtiyaca göre aktif veya pasif destek veririz. Hizmetimiz sistemin gerekiyorsa baştan kurulmasını, gerekiyorsa değiştirilmesini haftalık toplantılarla yönlendirmekle sınırlıdır. Konseptin oluşturulmasında görev alacak mimar, ajans vb. uzmanların hizmet bedelini franchise veren öder.
- A4: Altyapı Kuruluşu:** Franchise sistemi kuruluşunun aşamalarını ve zaman planını belirler, çalışma konularının başlıklarını çıkarırız. “**Nasıl başlamalı**” sorusunu yanıtlar, firma içinden veya dışından franchise sisteminin kuruluşunda çalışacak kişileri, firmanın hizmet alacağı taşeronları firma ile birlikte seçeriz. Ekip oluştuğunda franchise işleyişi konusunda yönlendiririz. Bu hizmetimizi, sistemini bizden hizmet almadan kendi kuracak olanlara öneriyoruz, sistemi biz kuracaksak gerekmiyor.
- A5: Masterfranchise Alma:** Masterfranchise almak istenen sektörü, alternatif markaları, iç pazara uyumunu araştırırız. Marka ile yazışma, ülke raporu hazırlama, Masterfranchise anlaşması inceleme ve pazarlık aşamalarında destek veririz.

## FRANCHISE SİSTEMİ KURULUŞ HİZMETLERİMİZ

- K1: Franchise Pazarlama:** Franchise satmak için yapılacak tanıtımın yöntemini ve programını belirleriz. Franchise anlaşmasını hazırlarız. Franchise vermede öncelikli ve uygun yerleri belirler, yayılma planını çıkarırız. Franchise alan adayı başvuru formunu hazırlar, araştırma ve seçim yöntemini belirleriz. Franchise adaylarıyla görüşme ve satış yapılması bu hizmete dahil değildir.
- K2: El Kitapları:** Franchise sisteminin temelini oluşturan prosedürleri işin yapısına ve gereklerine göre belirler, el kitaplarını yazarız. Franchise el kitabında merkezin işlerini, yönetim el kitabında franchise alanın ve işletme yöneticisinin işlerini, işletme el kitabında çalışanların işlerini tanımlarız.
- K3: Eğitim ve Denetim:** Franchise alan, yönetici ve çalışanların almaları gereken eğitimin yöntem, kapsam ve içeriğini belirler, eğitici kadroyu kurar, ilk eğitimi birlikte veririz. Franchise alanların hizmet standartlarını koruması için operasyonel, mali ve gizli müşteri denetim sistemini kurar, puanlı değerlendirme modelini oluştururuz. Firma içinden denetimi yürütecek kişileri eğitiriz.
- K4: Merkezi ve Yerel Tanıtım:** Franchise işletmelerin ürün ve hizmet satışını artıracak şekilde pazarlama prosedürlerini tanımlarız. Tüm işletmelerin katkıda bulunacağı merkezi reklam fonunu kurar, yönetim ve kullanılma şeklini belirleriz. İşletmelerin kendi çevrelerinde yapacakları yerel tanıtım etkinliklerini tanımlar, açılış, kampanya ve promosyon yöntemlerini tanımlarız.

## HANGİ DURUMDA HANGİ HİZMETLERİ ALMALISINIZ ?

- İşim franchise olur mu** diyor ve profesyonel görüş almak istiyorsanız (A1)  
**En iyi nasıl franchise yaparım** diyor ve stratejiyi profesyonellere bırakmak istiyorsanız (A2)  
**Bir süre deneyip göreyim** diyor ve deneyimi yanınıza almak istiyorsanız (A6)  
**Ben işimden eminim** diyor ve en az masrafla hemen başlamak istiyorsanız (A1, A4, K1)  
**Benim işim doğru, bana sistem lazım** diyor ve sisteminizi kurmamızı istiyorsanız (K1, K2, K3, K4)  
**Sıfırdan zincir kuracağım** diyor ve tüm işi bize bırakıyorsanız (A2, A3, K1, K2, K3, K4)  
**Masterfranchise verebilirim** diyorsanız (F3) ve devlet destekleri  
**Masterfranchise alacağım** diyorsanız (A5)  
Online yapabileceğiniz [Baskül Testi](#) ile hangi hizmetleri almaya hazır olduğunuzu kendiniz belirleyebilirsiniz.

## FRANCHISE SİSTEMİ DESTEK HİZMETLERİMİZ

### FRANCHISE ALANLARLA İLİŞKİLER

- F1: Exclusive satış** ile markaya yapılan tüm başvuruları yanıtlar, tüm görüşmeleri yürütür, adayları inceler, önerilen yerleri görür, pazarlığını yapar, uygun bulduklarımızı firmaya öneririz, kararı firma verir.  
**F2: Nonexclusive satış** yetkisini aldığımız markaları bize başvuran girişimcilere tanıtır, adayları firmaya öneririz, franchise satışını firma yapar.  
**F3: Masterfranchise satış** hizmetimizde markayı yurt dışına taşımak için araştırma ve görüşmeleri yürütür, talepleri toplar, koşulları belirler, tanıtım mecralarını bulur, firmaya öneririz.  
**F4: Devir aracılığı** hizmetimizde firmaya veya franchise alanlarına ait işletmelerin uygun adaylara devrini sağlarız.  
**F5: Devir analizi** ile devredilecek yerin iş potansiyelini ve uygun devir koşullarını belirler ve raporlarız.  
**F6: Girişimcilik testi** ile firmaya başvuran franchise alan adaylarını inceler, kişilik ve girişimcilik özelliklerini raporlarız.  
**F7: Ulaştırma** hizmetimizde franchise alanlarla yaşanan sorunlarda hakemlik ederiz.  
**F8: Tanıtım** ile [www.franchise.com.tr](http://www.franchise.com.tr) sitesinde franchise markasını tanıtırız

### LOKASYON HİZMETLERİ

- L1: Yer kiralama** hizmetimizde firmanın ihtiyacına uygun yerleri doğrudan veya emlakçiler eliyle bulur, doğru kiralama koşullarını öneririz.  
**L2: AVM kiralama** hizmetimizde işe uygun alışveriş merkezlerini belirler, görüşmeleri yürütür, uygun noktaları seçer, uygun kiralama koşullarını oluştururuz.  
**L3: Yer analizi** ile belli bir noktayı inceler, gerçek değerini belirler, öngörülen iş yapıldığı takdirde nereden müşteri alacağını ve ne ciro yapacağını hesaplarız.  
**L4: Yayılma planı** ile ülke genelinde AVM ve cadde mağazalarının nerelerde olması gerektiğini, nerelerde kimlerle rekabet edeceğini çıkarır, raporlarız.

### EĞİTİM HİZMETLERİ

- E1: Genel katılıma açık** eğitimlerimizde franchise verenin ortak, yönetici ve çalışanlarına temel konularda yarım günlük seminerlerle bilgi ve deneyimimizi aktarıyoruz.  
**E2: Firmaya özel** eğitimlerde firmanın yönetici ve çalışanlarına ihtiyaç duydukları konularda özel hazırlanmış eğitimler veririz.

### DENETİM HİZMETLERİ

- D1: Sistem değerlendirme** ile UFRAD denetiminde franchise veren firmanın uygulamalarında UFRAD ilkelerine ne derecede uyduğunu belirleriz.  
**D2: Check-Up** denetiminde franchise veren, alan, tüketici ve sistem açısından değerlendirme yapar, franchise kadranını çıkarır, işletmeleri ziyaret eder, uygulamalarını görür, geçmişte yaptıklarını ve gelecek için planladıklarını anlar, yayılma ve yer seçimini irdeler, rakipleri karşısında başarılı olması için önerilerimizi raporlarız.  
**D3: Franchise kadranı** analizinde markayı franchise veren, alan, tüketici ve sistem açısından değerlendirir, kadran üzerinde puanlarız.  
**D4: Simetri testi** ile franchise anlaşmasının franchise vereni, alanı ve markayı ne derecede koruduğunu belirler, puanlarız.  
**D5: RBM** ölçümünde sektördeki markalar aynı zamanda ve aynı kriterlere göre denetlenir, franchise markasının değeri belirlenir, sektördeki rakipleri ile karşılaştırmalı olarak raporlanır.  
**D6: Gizli müşteri** ölçümünde eğitilmiş tüketiciler müşteri gibi, ücretini ödeyerek hizmet alır, gözlemlerini raporlarlar.

## DANIŞMANLIK SÜRESİ VE BEDELİ

Danışmanlık ve destek hizmetlerinin süresi, fiyatlandırması ve çalışma şekli aşağıdaki gibi uygulanır.

- Proje netleştğinde, işin yerine, süresine, kadrosuna, kapsamına bağlı olarak fiyat belirlenir.
- Yazılı anlaşma yapılarak danışan ve danışmanın hak ve yükümlülüklerini belirlenir.
- Hizmet verildiğinde fatura düzenlenir, KDV fiyata eklenir.
- Ödemeler hizmetin ilerlemesine paralel olarak bölümler veya aylık taksitlerle halinde yapılır.
- Hizmet bedeli F&M nin uzmanlık alanı olan franchise uygulamaları için verilir. Yatırım ve işletme uygulamaları olan mimar, ajans, hukuk, üretim, dağıtım, araştırma gibi uzmanların danışmanlık bedeli, F&M hizmet bedeline dahil değildir. Dışarıdan hizmet alınacak uzmanları F&M önerebilir, ancak marka danışan seçer.
- İşin gereği olarak yapılacak seyahatlerin ulaşım ve konaklama giderleri danışan firma tarafından karşılanır.
- Danışmanlık hizmetleri ihtiyaca göre ve birbirinden bağımsız verilir, biri bittikten sonra bir sonraki alınabilir.
- Birden fazla hizmet paketi toplu halde alındığında paket fiyatına göre indirim uygulanır.
- Her hizmet, konusunda uzman F&M temsilcileri veya çözüm ortağı kuruluşlar tarafından verilir.
- F&M tüm hizmetleri koordine eder, uzmanları yönlendirir, sonuçların sorumluluğunu taşır.

ARAŞTIRMA DANIŞMANLIĞI	ÇALIŞMA	SÜRE	ÜCRET
A0- <b>F&amp;M Destek</b>	Düzenli görüşme ve danışma	Gereğince	Aylık
A1- <b>Uygunluk Analizi</b>	Yerinde inceleme, raporlama	1-2 hafta	Paket
A2- <b>Strateji Geliştirme</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	1-2 ay	Paket
A3- <b>Konsept Geliştirme</b>	Konsept olgunlaşana kadar düzenli görüşmeler	Gereğince	Aylık
A4- <b>Altyapı Kuruluşu</b>	Düzenli görüşme, sektörle temas ve anlaşma	1-2 ay	Paket
A5- <b>Masterfranchise Alma</b>	Düzenli görüşme, gereklikçe seyahat ve çalışma	3-6 ay	Paket
KURULUŞ DANIŞMANLIĞI	ÇALIŞMA	SÜRE	ÜCRET
K1- <b>Franchise Pazarlama</b>	Yerinde inceleme, düzenli görüşme, içerik teslimi	1-2 ay	Paket
K2- <b>El Kitapları</b>	Yerinde inceleme, düzenli görüşme, içerik teslimi	4-8 ay	Paket
K3- <b>Eğitim ve Denetim</b>	Düzenli görüşme, örnek uygulama, içerik teslimi	2-4 ay	Paket
K4- <b>Merkezi ve Yerel Tanıtım</b>	Yerinde inceleme, düzenli görüşme, içerik teslimi	1-2 ay	Paket
DESTEK HİZMETLERİ	ÇALIŞMA	SÜRE	ÜCRET
F1: <b>Exclusive satış</b>	Tüm adaylar incelenir, seçilir, önerilir	1 yıl	Prim
F2: <b>Nonexclusive satış</b>	F&M ye gelen adaylar incelenir, önerilir	1 yıl	Prim
F3: <b>Masterfranchise verme</b>	Seçilen pazarlara tanıtım yapılır, adaylar incelenir	3-6 ay	Prim
F4: <b>Devir aracılığı</b>	Devir duyurulur, adaylar incelenir, önerilir	Gereğince	Prim
F5: <b>Devir analizi</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	1 hafta	Paket
F6: <b>Girişimcilik testi</b>	İnternet üzerinden test, telefonla değerlendirme	1 saat	Paket
F7: <b>Uzlaştırma</b>	Taraflarla görüşme, inceleme, raporlama	1-2 hafta	Paket
F8: <b>Franchise tamircisi</b>	Diagnoz, motor, karoseri, test	3-6 ay	Paket
L1: <b>Yer kiralama</b>	Saha çalışması, önerme	1 yıl	Prim
L2: <b>AVM kiralama</b>	Temas kurma, tanıtım, önerme	1 yıl	Prim
L3: <b>Yer analizi</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	1 hafta	Paket
L4: <b>Yayımla planı</b>	Yerinde inceleme, raporlama	2 hafta	Paket
E1: <b>Genel katılıma açık eğitim</b>	F&M eğitim salonunda	1 gün	Paket
E2: <b>Firmaya özel eğitim</b>	Firmanın eğitim salonunda	1-2 gün	Paket
D1: <b>UFRAD Sistem değerlendirme</b>	Yerinde inceleme, raporlama	1 hafta	Paket
D2: <b>Check-Up</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	2 hafta	Paket
D3: <b>Franchise kadranı</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	1 hafta	Paket
D4: <b>Simetri testi</b>	Yerinde inceleme, raporlama	1 hafta	Paket
D5: <b>RBM</b>	Üç işletmeye gizli müşteri ziyareti, raporlama	2 hafta	Birim
D6: <b>Gizli müşteri</b>	İşletmelere aylık gizli müşteri ziyareti, raporlama	Yıllık	Birim

Hizmetlerimiz konusunda teklif almak için F&M yi arayabilir veya mail atabilirsiniz.

TEL: **0216-580 8828** EMAIL: [post@franchisemore.com](mailto:post@franchisemore.com)

Sektörünüzde deneyim sahibi olan, size hizmet verecek F&M Temsilcisi sizi arar, teklifimizi iletir.

## FRANCHISE DANIŞMANLIK HİZMETLERİNİN İÇERİĞİ

### A0 - F&M Destek

- Sektörde deneyim sahibi bir temsilcimiz sürekli danışmanlık verir
- Franchise verenle haftalık görüşmeler yapar, sorularını yanıtlar, sorunlarını çözmesi için yol gösterir

### A1 - Uygunluk Analizi

“Uygunluk Analizi” aşamasında danışman gibi çalışır, birkaç gün içinde danışana yararlı olup olmayacağını inceleriz. Firmanın franchise sistemine geçmeye uygun olup olmadığını bir rapor halinde sunarız.

- Danışanın kurum kültürü, sahipleri ve yöneticileri, ticari geçmişi, işletmeleri, beklentileri, kadroları Danışmanın uzmanları tarafından araştırılır.
- Yapılması beklenen işler ve varılmak istenen hedef danışman tarafından değerlendirilir. Danışanın franchise sistemine geçmeye uygun olup olmadığı, değilse nelerin yapılması gerektiği araştırılır. Danışmanın kendisinden beklenenleri karşılayıp karşılayamayacağı anlaşılır.
- Sonuç değerlendirmesi bir rapor halinde sunulur. Franchise sisteminin hemen kurulmaya başlanması önerilebileceği gibi, belli aşamalara gelinmesinin beklenmesi de önerilebilir.

Uygunluk Analizi 1 veya 2 günlük inceleme sonrasında yaklaşık 1 hafta içinde raporlanır.

### A2- Strateji Geliştirme

Strateji geliştirme aşamasında girişimci gibi çalışır, birkaç hafta süreyle kendi işimizi kuracakmış gibi her açıdan değerlendiririz. Danışanın mevcut durumunu sınırlayıcı bir çerçeve olarak değil, bir başlangıç sermayesi olarak görürüz. Girişimciyi, firmayı, işletmeyi, rakipleri ve müşterileri inceleriz. Konsept tanımı, ürün ve hizmet gamı, yayılma planı, çalışma usulleri, kimlere franchise verileceği, pazardaki konumlandırma, kurumsal kimlik gibi temel stratejileri danışanın mutabakatı ile belirleriz. Sonuçları bir rapor halinde sunarız. Bununla sistem kuruluşu aşamasında kararsızlıktan kaynaklanacak gecikmeleri önleriz.

Franchise verilmesinde en önemli aşama olan hazırlık yeterli araştırmaya dayanmalıdır. Franchise sistemi Danışanın mevcut kaynaklarıyla altından kalkabileceği şekilde planlanmalıdır. Danışan amaçladığı hedeflere makul sürede ulaşabilmelidir. Sonuçta franchise veren, franchise alanlar ve tüketiciler sistemden makul yarar sağlamalıdır. Boş beklentilerin ve gerçekçi olmayan hayallerin projeye hakim olmaması kadar, gereksiz korku ve komplekslerin büyük hedefler konmasına engel olmaması da gerekir. Ulaşılacak hedefler belirlenmesi, kaynakların doğru şekilde kullanılabilmesi için doğru strateji seçilmelidir.

Strateji belirleme aşamasında danışan ve danışman tarafında farklı görüşler çıkabilir. Bu aşamada gerek danışan, gerekse danışman görüşlerini gerçek örneklerle desteklenmeli, sayılabilir büyüklüklerle ortaya koymalıdır. Hazırlık aşaması, danışman ve franchise verenin birbirlerini tanıması, hedeflerini ve kapasitesini anlaması için de olanak sunmaktadır.

- Franchise altyapısı çalışmasının zaman planı ve bütçesi de hazırlık aşamasının sonunda belirlenir.
- Danışanın kurum kültürü, imajı, geçmişi, ortakları, yöneticileri, kadroları danışman tarafından incelenir.
- Danışanın varmak istediği hedef ve danışmandan beklediği işler anlaşılır.
- Franchise edilecek tipik bir perakende işletmenin veya varsa farklı işletme konseptlerinin ticari yapısı ve performansı incelenir.
- İşletmenin müşterilerinin beklentileri ve piyasadaki karşılama derecesi araştırılır.
- İçinde bulunulan rekabet ortamı değerlendirilir, rakiplerin ve danışanın güçlü ve zayıf yanları, pazardaki fırsat ve tehditler belirlenir.
- Yurt içinde ve dışında yayılma potansiyeli araştırılır, konseptin nerelerde ve hangi kiralarda karlı çalışabileceği belirlenir, alışveriş merkezlerinin sunduğu fırsatlar ve danışanın branşındaki tercihleri araştırılır.
- Tüketicilerin markaya, konsepte ve ürüne ilgisi, fiyat duyarlılığı belirlenir.
- Araştırmalar sonucunda, danışanın amacını en iyi şekilde karşılaması ve başarılı çalışabilmesi için Danışmanca uygun bulunan yöntem belirlenir ve raporlanır.
- Öneriler danışanın ve danışmanın yetkilileriyle birlikte değerlendirilir, mutabık kalınan hedefler ve yöntem uygulamaya konulur.
- Bu çerçevede konsept tanımı, nerelerde işletme açılacağı, nasıl çalışacağı, kimlere franchise verileceği, pazardaki konumlandırma gibi temel stratejiler belirlenir.
- Franchise altyapısı çalışmasının zaman planı belirlenir.
- Tarafların bu plana uymak için yapması gereken işler, kurması gereken kadrolar ve teslim süreleri belirlenir.
- Danışanın proje çerçevesinde sistem kuruluşuna ayırması gereken bütçe belirlenir.
- Strateji geliştirme, yapılacak saha çalışması ve dışarıdan alınacak hizmetlere bağlı olarak, yaklaşık 6-8 hafta sürer.

## A3 - Konsept Geliştirme

Konsept geliştirme aşamasında araştırmacı gibi çalışırız. Danışanın perakende konsepti yeni oluşturulacaksa veya önemli değişiklikler yapılacaksa, modelin karlı çalıştığı görüldükten sonra franchise verilmelidir. Eski modelin başarısının nedeni, işletme yerinin uygunluğu, işletme sahibinin özel yeteneği, rakiplerinin azlığı veya zayıflığı, müşterilerinin alışkanlığı olabilir. Franchise verip yaygınlaştığında aynı başarı sağlanamayabilir. Bunu önlemek için danışan örnek işletme konseptlerini kurar, kurdurur veya mevcutları dönüştürür. Konsept yayılmaya hazırsa aşama atlanır, değilse birkaç ay sürebilir.

Konsept geliştirme aşamasında firma, franchise sisteminin kurulması öncesinde en uygun bulunan bir veya birkaç işletme prototipini oluşturur ve işletir. Yeterli süre çalıştırarak kazanılan deneyimler franchise sisteminde kullanılır ve uygulanır. Danışmanın konsept geliştirmedeki rolü "pasif"tir. Franchise sisteminin gereklerini bilmesi açısından danışanın kadrolarının ve taşeronlarının bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesinden ibarettir. Kadrolar ve taşeronlar danışan tarafından seçileceği için, sonuçlar da bunların becerisi ve bu işe ayrılan kaynaklarla sınırlı olacaktır.

Franchise danışmanlığının ötesinde, konsept geliştirmede de danışmanın "aktif" rol alması istendiği takdirde gerekli uzmanları istihdam ederek çalışma yapılabilir, ancak bu hizmet işbu teklifin kapsamı dışındadır.

## Kurumsal kimlik ve marka

- Danışanın kurumsal kimliği ve marka konumlandırması yeniden ele alınır.
- Danışanın reklam ve halkla ilişkiler ajansı ile alternatif işletme konseptlerinin gerektireceği tabela, bayrak, araç üstü çıkartma vb. gibi kurumsal kimlik uygulamaları üzerinde çalışılır. Sistemi ifade edecek sloganlar geliştirilir.

## Mimari tasarım ve dekorasyon

- Danışanın mimari ile, farklı işletme konseptlerine uygun, tipik, işlevsel bir mimari tasarım geliştirilir.
- Dekorasyon elemanları gerek maliyet, gerekse her yerde uygulanabilme açısından değerlendirilir.

## Ürün ve hizmet geliştirme

- Esas ürün ve hizmetlerinizin geliştirilmesi, çeşitlerinin yeni perakende konseptine uygun hale getirilmesi, maliyet ve fiyat açısından konumlandırılması, Danışanın uzmanları ile birlikte yapılır.

## Tedarik ve lojistik sistemi

- Danışanın tedarikçileri, nakliyecileri, sevkiyat ve depolama sistemi yayılmaya uygunluk açısından değerlendirilir.

## Organizasyon ve kadro

- Danışanın mevcut kadrosu gelecekte ihtiyaç duyulacak pozisyonlara uygunluk açısından değerlendirilir.
- Pozisyonlara adayların seçiminde, boş pozisyonlar için uygun adayların bulunmasında yardımcı olunur.
- Eski ve yeni kadronun uyumlu çalışması için etkinlikler yapılır ve eğitimler verilir.
- Liderlikle yönetim tarzı belirlenir, eğitim verilir, takım ruhu ile çalışma ortamı oluşturulur

## Pazarlama

- Ürün çeşitlemesi, fiyatlandırma, tanıtım yöntemleri, reklam ve iletişim mecraları, sloganlar, kampanyalar, promosyonlar, vb. konularında öneriler getirilerek destek verilir.
- Uygulama sonuçları izlenerek firma için en yararlı yöntem geliştirilir.

## A4 - Altyapı Kuruluşu

- Franchise sistemi kuruluşunun aşamalarını ve zaman planını belirlenir.
- Çalışma konularının başlıkları çıkarılır.
- Firma içinden veya dışından franchise sisteminin kuruluşunda çalışacak kişiler, firmanın belli konularda hizmet alacağı uzman taşeronlar, firma ile birlikte seçilir.
- Ekip oluştuğunda franchise konusunda genel franchise eğitimleri verilir.

## A5 - Masterfranchise Alma

### Araştırma

- Girişimci, koşulları, potansiyeli, kapasitesi, beklentileri araştırılır, sınırlar anlaşılır
- Sektörün dünyadaki ve Türkiye'deki durumu araştırılır, potansiyel anlaşılır
- Alternatif markalar araştırılır, yer bulma olanağı, gelişme potansiyeli, franchise koşulları anlaşılır
- Olası markalar için maddi ve gayri maddi değerlendirme yapılır

### Anlaşma

- Girişimcinin seçtiği marka ile temas kurulur, yazışma ve görüşmeler yapılır
- Masterfranchise verenin istediği ülke raporu hazırlanır
- Masterfranchise anlaşması incelenir, pazarlık stratejisi belirlenir

- Markanın iç pazara uyumunu araştırılır
- Markanın yayılma potansiyeli belirlenir, olası yerler için alternatifler bulunur
- Girişimcinin kendi açması gereken yerler belirlenir, zorunlu yatırım ve SeBoN tablosu çıkarılır
- Pazarlık sürecinde girişimci ile birlikte görüşmelere katılır

#### Uyarlama

- Markanın pazar konumlaması yapılır
- Tipik bir işletmenin formatı, ticari yapısı, kazancı belirlenir
- Franchise el kitapları tercüme edilir, yerel koşullara uyarlanır
- Eğitim ve denetim sisteminin kurulmasına destek verilir
- İşletme kadrosu kurulurken destek olunur
- Franchise anlaşmasının yerel hukuka ve yerel pazar koşullara uyarlanmasına destek verilir

## K1 - Franchise Pazarlama

### Franchise anlaşması

- Franchise anlaşmasının uygun işletmeciler tarafından kabul görmesi için gerekli ticari dengeler ve anlaşmanın yapısı Danışan ile mutabakat içinde belirlenir.
- Franchise anlaşmasının ticari esaslarını maddeler halinde hazırlanır.
- Franchise anlaşmasının hukuki yazımı için Danışan'ın hukuk danışmanı ile çalışılır, nihai metin uzman hukukçu tarafından yazılır.
- Danışan isterse franchise anlaşmaları konusunda uzman hukukçu önerilir.

### Franchise tanıtımı

- Franchise pazarlaması için uygun yöntemleri ve mecralar belirlenir.
- Danışan'ın varmak istediği hedefler doğrultusunda aksiyon planı ve bütçesi çıkarılır.
- Franchise broşürünü içerik olarak hazırlanır, tasarımında Danışanın ajansına destek verilir.

### Yayımla planı

- Konseptin hangi koşullarda ne ciro ve kar sağlayacağı, ne kira ödeyebileceği öngörülür.
- Danışanın yayılma öncelikleri anlaşılır.
- Yayımla planını hazırlanır, öncelikli bölgeler, şehirleri, AVM ler belirlenir.
- Konsept için “zorunlu”, “yararlı”, “zararsız” işletme yerlerini ve bunlara uygun işletme formatları belirlenir.
- Yer seçimi kriterlerini çıkarılır.
- Yer seçimi formu hazırlanır.

### Franchise satışı

- Konseptin işletmecisi olabilecek uygun aday profili belirlenir.
- Aday seçim formu hazırlanır.
- Franchise başvuru prosedürü hazırlanır.
- Franchise satarken kullanılacak söylemler, taktikler, pazarlık sınırları Danışan ile birlikte belirlenir.

## K2 - El Kitapları

### Franchise el kitabı

- Danışanın franchise veren olarak uygulayacağı ilkeler, ana başlıklar ve çalışma prosedürleri halinde belirlenir.
- Franchise işletmelerin bina, tesisat, tabela, dekorasyon, ekipman, vb. gibi altyapı standartları belirlenir.
- Franchise vermede uygulanacak yöntem, franchise pazarlama kanalları, adaylarda aranacak özellikler, aday değerlendirme yöntemi ve karar kriterleri, franchise alanlara yaklaşım belirlenir.
- Yayımla kriterleri, pazar tahmin yöntemleri, yer seçimi ilkeleri belirlenir, formları hazırlanır.
- Sistemin esasını oluşturan kritik tedarikçilerle çalışma usulleri belirlenir.

### Yönetim el kitabı

- İşletme sahiplerinin ve yöneticilerinin uygulayacağı yönetmelikler, personel politikaları, merkezle ilişkiler, raporlama usulleri belirlenir.
- İşletme yöneticilerinin kadrolarına verecekleri işbaşı eğitimi ve iç denetim yöntemleri belirlenir.
- Yönetim El Kitabı ve formları oluşturulur.

### İşletme el kitabı

- Danışan bünyesindeki işletmeler için uygulanan çalışma prosedürleri elden geçirilir.
- Her bir işletmenin aynı kalite ve müşteri memnuniyetine erişmesi için gereken çalışma usullerini içeren “işletme el kitabı” hazırlanır.
- Kağıt veya bilgisayar ortamında kullanılacak iş akış formları oluşturulur.



## K3 - Eğitim ve Denetim

### Eğitim sistemi

- Franchise alanların ve her kademedeki çalışan ve yöneticinin istenen düzeyde hizmet vermesi için almaları gereken eğitimin kapsamı ve içeriği belirlenir.
- Eğitim yöntemi, yeri, frekansları ve eğitimci kadrosu belirlenir.
- İş yürütecek olan Danışmanın uzmanları yetiştirilir, ilk eğitimler birlikte verilir.

### Denetim sistemi

- Franchise alanların hizmet standartlarını koruması için uygulanması gereken denetim sistemi kurulur.
- Hizmet kalitesini belirleyecek olan “Operasyonel Denetim” sistemi oluşturulur, düzenli ve ani denetim yöntemleri belirlenir.
- Franchise ödemelerinin doğruluğunu izlemek amacıyla “Mali Denetim” sistemi oluşturulur.
- Denetim sonuçlarını rakamsal ifade edebilmek, işletmelerin gelişmesini izleyebilmek ve aralarında karşılaştırabilmek için “Puanlama” yöntemi geliştirilir.
- Bağımsız ve kimliği belirsiz denetçilerin inceleme ve ölçümleriyle “Gizli Müşteri” denetim sistemi oluşturulur.
- Haberli ve habersiz, ani ve düzenli denetimlerin değişken sıklığı ve şekli belirlenir.
- Danışan bünyesinde oluşturulan denetici kadroları eğitilir.

## K4 - Merkezi ve Yerel Tanıtım

### Merkezi tanıtım

- İşletmelerin müşteri sayısını, müşteri başına satışı ve müşteri bağlılığını artırma amaçlı tanıtımda uygulayacağı başarılı yöntemler ve uygulama esasları belirlenir.
- Merkezden yapılacak etkinlikler için bir “merkezi reklam fonu” oluşturulur.
- Reklam fonuna franchise işletmelerin katılımı, fonun yönetim esasları ve sonuç raporlama usulleri belirlenir.
- Tanıtım etkinliklerini yürütecek ekibin eğitimi verilir.

### Yerel tanıtım

- İşletmelerin kendi bütçeleriyle kendi bölgelerinde yapacakları yerel tanıtım yöntemleri belirlenir.
- İşletmelerin uygulayacağı kampanyalar, farklı amaçlara yönelik olarak çeşitlendirilir
- Kampanya planlaması, uygulaması, sonuçlarının ölçülmesi ve raporlanması için yöntem geliştirilir.
- Örnek kampanya uygulaması yapılır.



## F1 – Exclusive satış

### Franchise tanıtımı

- Franchise veren F&M nin franchise satışında tek yetkili olduğu duyurur.
- Franchise veren franchise tanıtım bütçesi oluşturur.
- F&M tanıtım mecralarını ve mesajlarını bütçe dahilinde yönlendirir.
- Franchise veren kendine başvuran adayları F&M ye yönlendirir.
- F&M temsilcileri kendilerine ve markaya başvuran girişimcilere sistemin tanıtımını yapar.

### Yer seçimi

- F&M temsilcileri adayların önerdiği yerleri inceler ve F&M standartlarında franchise verene raporlar.
- F&M temsilcileri emlakçiler üzerinden uygun yerleri arar, franchise verene önerir.
- F&M temsilcileri F&M portföyündeki uygun yerleri franchise verene ve franchise alanlara önerir.

### Franchise satışı

- F&M uygun bulduğu adayları tanır, sistemi tanıtır, koşulları müzakere eder.
- F&M talep olan adayları değerlendirir, F&M standartlarında franchise verene raporlar.
- Franchise veren uygun bulursa franchise anlaşmasını imzalar.
- F&M exclusive çalıştığı sürece rakip markalar için satış yapmaz.

### Hizmet bedeli

- F&M franchise anlaşması imzalandıktan sonra, anlaşılan oranda veya miktarda hizmet bedelini tahsil eder.
- Aynı adayla 2. işlemde 2/3, 3. işlemde 1/3 bedel alır, 4. İşlemden itibaren bedel almaz.

## F2 – Nonexclusive satış

### Franchise tanıtımı

- F&M franchise satışında müşterek yetkili olduğu duyurur.
- F&M temsilcileri kendilerine başvuran girişimcilere sistemin tanıtımını yapar.

### Yer seçimi

- F&M kendine başvuran adaylara yer temini hizmeti verir.

### Franchise satışı

- F&M uygun bulduğu adayları franchise verene önerir.
- Franchise veren koşulları anlatır, müzakere eder, uygun bulursa franchise anlaşmasını imzalar.

### Hizmet bedeli

- F&M franchise anlaşması imzalandıktan sonra, anlaşılan oranda veya miktarda hizmet bedelini tahsil eder.
- Aynı adayla 2. işlemde %66, 3. işlemde %33 bedel alır, 4. İşlemden itibaren bedel almaz.

## F3 – Masterfranchise verme

- Sistem yurt dışında çalışabilecek şekilde uyarlanır
- Masterfranchise – single franchise tercihi yapılır, destek kadroları belirlenir
- Seçilen pazarlar için kullanılacak tanıtım mecraları belirlenir
- Marka tescil işlemleri tamamlanır, hukuki koruma yöntemi kararlaştırılır
- Tanıtım başlatılır, adaylarla görüşmeler yapılır, satış kararı franchise verene bırakılır

## F4 – Devir aracılığı

- F&M devredenle 208 Devreden Anlaşmasını yapar.
- Devreden 107 Devir Formunu doldurur, F&M işletmeyi inceler, makul bulursa portföyüne alır.
- F&M kendisine başvuran adaylardan uygun bulduklarıyla 209 Devralan Anlaşması imzalar, yeri önerir.
- Devreden adayla görüşür, mutabık kalırsa 216 Devir Ön Anlaşması yapar, ciro ve karı verir, belgeler.
- Aday işletmeyi kayıtlardan inceler, fiili durumu gözlemler, verilen bilgiler doğruysa almak zorundadır.
- F&M devir gerçekleştikten sonra hizmet bedelini tahsil eder.

## F5 – Devir analizi

- Devreden veya devralan F&M den devir analizi isteyebilir, F&M ile hizmet sözleşmesi yapar
- Konuda uzman F&M temsilcisi işletmenin 1 yıllık kayıtlarını inceler, işletmeyi 1 hafta gözlemler
- Devir analizi (Form 118) doldurur, işletmenin ticari bilgilerini çıkarır
- İşletmenin kayıtlarını tedarik, stok, sarf rakamları ile karşılaştırır, kontrol eder
- İşletmenin kayıp ve kaçaklarını belirler, raporlar
- İşletmenin varlıklarını belirler, değerler, risklerini çıkarır
- Devir koşullarını değerlendirir, yorumlar, risklerini çıkarır

## F6 – Girişimcilik testi

- Franchise alan veya franchise veren test yapılmasını talep edebilir
- Girişimci internet üzerinden testi doldurur
- F&M temsilcisi yüz yüze görüşmede testi doğrular
- Girişimci için 111 FAAD formunu doldurur, raporlar

## F7 – Uzlaştırma

- Franchise veren ve alan arasında yaşanan sorunlarda F&M her iki taraf talep ederse devreye girer
- Tarafları dinler, uygulamayı inceler, ilgili taraflarla görüşür
- Kimin ne kadar haklı olduğunu ve sorunun telafisini yazılı olarak önerir
- Taraflar öneriyi kabul ederse uzlaşır, etmezse hukuk yoluna giderler

## F8 – Franchise tamircisi

- Franchise zincirin 6 bileşeni (marka, yer, konsept, operasyon, fiyat, ürün) rekabetçi değilse zincir sorun yaşar.
- Franchise zincirin 4 paydaşının (veren, alan, tedarikçi, müşteri) hepsi memnun değilse zincir sorun yaşar.
- Zincirin sorun yaşarsa iyi aday gelmez, iyi yer gelmez, kar azalır, şikayet artar, kaçak artar, devir artar.
- Zayıf yönetim ve yüksek fiyat uygulayan franchise veren sorunun kaynağıdır, bunu göremezse sorun büyür.
- Arızayı gören franchise veren tamirciye gider, oto tamiri gibi, dört aşamada zincir tamir edilir.

### Diagnoz

- F&M Check-Up ile mevcut durum belirlenir
- A2 strateji geliştirme ile hedefler belirlenir

### Motor

- K2 el kitapları revize edilir, kurum felsefesi oluşturulur ve hayata geçirilir
- K3 eğitim-denetim başlatılır, ekibi kurulur

### Karoser

- Franchise alanlar ve mağazalar değerlendirilir
- Kapanması, taşınması, devretmesi gerekenler belirlenir, uygulanır

### Test

- Franchise yönetim ekibi kurulur
- Tedarikçiler belirlenir
- Yer bulma ve franchise satış çalışması başlatılır
- Sürdürülebilir büyüme başlatılır

L1: <b>Yer kiralama</b>	Saha çalışması, önerme	1 yıl	Prim
L2: <b>AVM kiralama</b>	Temas kurma, tanıtım, önerme	1 yıl	Prim
L3: <b>Yer analizi</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	1 hafta	Paket
L4: <b>Yayımla planı</b>	Yerinde inceleme, raporlama	2 hafta	Paket
E1: <b>Genel katılıma açık eğitim</b>	F&M eğitim salonunda	1 gün	Paket
E2: <b>Firmaya özel eğitim</b>	Firmanın eğitim salonunda	1-2 gün	Paket
D1: <b>UFRAD Sistem değerlendirme</b>	Yerinde inceleme, raporlama	1 hafta	Paket
D2: <b>Check-Up</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	2 hafta	Paket
D3: <b>Franchise kadranı</b>	Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama	1 hafta	Paket
D4: <b>Simetri testi</b>	Yerinde inceleme, raporlama	1 hafta	Paket
D5: <b>RBM</b>	Üç işletmeye gizli müşteri ziyareti, raporlama	2 hafta	Birim
D6: <b>Gizli müşteri</b>	İşletmelere aylık gizli müşteri ziyareti, raporlama	Yıllık	Birim

**L1: Yer kiralama** Saha çalışması, önerme

Yer kiralama hizmetimizde firmanın ihtiyacına uygun yerleri doğrudan veya emlakçiler eliyle bulur, doğru kiralama koşullarını öneririz.

**L2: AVM kiralama** Temas kurma, tanıtım, önerme

AVM kiralama hizmetimizde işe uygun alışveriş merkezlerini belirler, görüşmeleri yürütür, uygun noktaları seçer, uygun kiralama koşullarını oluştururuz.

**L3: Yer analizi** Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama

Yer analizi ile belli bir noktayı inceler, gerçek değerini belirler, öngörülen iş yapıldığı takdirde nereden müşteri alacağını ve ne ciro yapacağını hesaplarız.

**L4: Yayımla planı** Yerinde inceleme, raporlama

Yayımla planı ile ülke genelinde AVM ve cadde mağazalarının nerelerde olması gerektiğini, nerelerde kimlerle rekabet edeceğini çıkarır, raporlarız.

**E1: Genel katılıma açık eğitim** F&M eğitim salonunda

**E2: Firmaya özel eğitim** Firmanın eğitim salonunda

**D1: UFRAD sistem değerlendirme** Yerinde inceleme, raporlama

UFRAD denetiminde franchise veren firmanın uygulamalarında UFRAD ilkelerine ne derecede uyduğunu belirleriz. Bu denetimimiz UFRAD tarafından verilen sistem denetimi sertifikasının yerine geçmez, aynı kriterlere uyulup uyulmadığını firmaya bildirir.

**D2: Franchise check-Up** Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama için özgün F&M testi

Franchise & More tarafından uygulanan Check-Up denetimi, franchise zincirlerinin sisteminin başarı derecesini ölçen en kapsamlı hizmet paketidir. Sadece F&M uzmanları ve temsilcileri tarafından uygulanır. Zincirin yaygınlığına bağlı olarak 2-4 hafta sürede tamamlanır.

**Kim ve neden Check-Up yaptırmalıdır**

- Franchise veren firmaların başlangıçta kurmuş oldukları sistem, büyüme süreci içinde yetersiz kalır. Gelişen ve değişen standartlar nedeniyle eski işletmeler standartların altında kalır.
- Her ne kadar yazılı yönetmelikler ve kurumsal yapı bulunsun da, franchise sisteminin asli unsuru insan olduğu için değişen her elemanla birlikte uygulamalar da değişir. Giden her elemanla birlikte şirketin hafızası da gider. Yeni gelen her uzman ve yöneticinin kendi doğruları eski uygulamaların yerini alır.
- Franchise sistemleri sürekli gelişirler. Sisteme katılan her yeni franchise, kendi müşteri çevresi ve işletmecisi ile kendine özgü koşullar taşır ve kendine özgü müdahaleler gerektirir.
- Yaşayan bir mekanizma olan franchise sisteminin yeterli olup olmadığını denetlemek için franchise verenler gelişmelerine paralel olarak birkaç yılda bir Check-Up yaptırmalıdır.

**Neler denetlenir**

Check-Up kapsamında franchise sisteminin farklı kesimler açısından işlerliği ve yararı araştırılır.

- Franchise veren firma ve ortakları
- Franchise verenin çalışanları
- Franchise alanlar
- Müşteriler

bu kapsamda değerlendirmeye alınır.

Franchise markasının ve sisteminin bu kesimlerin gözünde değeri ve yeri araştırılır. Sistemin işlerliği ve yararlılığı değerlendirilir. Her kesimin beklentileri ve bu beklentilerin karşılanma derecesini anlaşılır ve raporlanır.

## Nasıl yapılır

- Firmaya ait ve franchise işletmelerin verimliliği ve karlılığı incelenir, franchise alan açısından yatırımın fizibilitesi çıkarılır.
- Sisteme has ürün ve hizmetlerin fiyatları, rakipleri arasındaki yeri, tüketici gözündeki değeri incelenir.
- İşletmelerin müşterilerinin üzerinde bıraktığı izlenim ve memnuniyet derecesi ölçülür. Bunun için yapılmış gizli müşteri araştırmaları varsa değerlendirilir, yoksa yaptırılır. İşletmelere müşteri olarak gidecek uzmanların hizmetler hakkında vereceği raporda sistem standartlarının ne derece uygulanabildiği değerlendirilir. Müşteriye karşı davranışlar raporlanır.
- Ürün ve hizmetlere uygulanan fiyatlandırma esasları ve müşteri gözündeki değeri değerlendirilir.
- Franchise sistemi için gereken sayı ve nitelikte kadronun varlığı değerlendirilir. Bunun yanı sıra, firma çalışanları ve franchise sisteminde yer alanlar için hazırlanan ve verilen eğitimler de değerlendirilir.
- Franchise sisteminin işlerliğini sağlayacak denetimin esasları, formları ve uygulanma düzeyi değerlendirilir. Franchise işletmelere verilen destekler de bu kapsamda değerlendirilerek, yapılması gereken ilaveleri önerilir.
- Franchise pazarlama stratejileri, kullanılan medyalar, adaylara yaklaşım ve değerlendirme yöntemleri, aday seçim kriterleri, franchise anlaşması değerlendirilir.
- UFRAD dürüstlük ve açıklık ilkelerine, sektörel uygulamalara uyum araştırılır.
- Yayılma ve yer seçimi konusundaki esasların pratik uygulamaları izlenir. Toplanması gereken bilgilerin ve doldurulacak formların kullanımı değerlendirilir. Yer seçimi kriterlerinin işletme başarısına etkisi araştırılır. Geçmişte verilen tavizlerden hareketle, ilkeler için revizyon önerilir

**D3: Franchise kadranı** Yerinde inceleme, saha çalışması, raporlama için özgün F&M testi

**D4: Simetri testi** Yerinde inceleme, raporlama için özgün F&M testi

Franchise anlaşmaları temelde “asimetrik”tir, franchise verenin haklarını, franchise alanın yükümlülüklerini sıralar. İyi anlaşma markayı korur, kötü anlaşma franchise vereni korur. Akıllı franchise veren kendini değil sistemini korur, önce kendine değil franchise alanlarına kazandırır, kazancı dengeli paylaşır.

## Simetri testi

Anlaşma hükümleri, ekleri, tedarik şartları, kira koşulları bir bütün olarak incelenir, içerdiği hususlara göre simetri puanı verilir. Simetri testinde aşağıdaki başlıklar altında yanlarında yazan kriterler değerlendirilir.

- Marka ve sistem konusunda markanın korunması, sistemin korunması, el kitabı, eğitim, denetim
- Bölge ve yer konusunda kira koşulları, bölge koruması, büyüklüğü, dağılımı, yerin kirası
- Yatırım ve karlılık konusunda yatırım, ödemeler, temin kaynakları, tedarikçi destekleri, satış fiyatları
- Satış ve tanıtım konusunda reklam fonu, açılış kampanyası, yerel tanıtım, satış kotası
- Devir ve fesih konusunda süre, devir hakkı, fesih nedenleri, fesih sornası, anlaşma süresi, rekabet kısıtlaması

## Puanlama

- Her kriter için markayı, franchise vereni, franchise alanı koruyan hükümler görülür, puanlanır. Anlaşmada açıkça yazmayan hususlar, eklerine veya tedarik şartlarına bakarak, sistemi kullanan franchise alanlara sorarak bulunur. Franchise vereni, markayı, franchise alanı koruyan durumların sayısı toplanarak anlaşmanın simetrisi ölçülür.
- Toplam 23 kriter üzerinden değerlendirme yapılır. Sistemi, vereni ve alanı koruyan kriter uanlanır. 0-3 puan “YOK”, 4-7 puan “ZAYIF”, 8-11 puan “ORTA”, 12-15 puan “İYİ”, 16-19 puan “ÇOK”, 20-23 puan “TAM” olarak adlandırılır.

## Karar

İyi bir anlaşmada simetri olmalıdır. Markayı koruyan puanlar fazla, FA ve FV yi koruyan puanlar dengeli olmalıdır. Anlaşma markayı değil de franchise vereni koruyorsa asimetriktir. Anlaşmasının simetrisini F&M temsilcileri ölçer. Franchise verenlerin katı duruşu, franchise alan için zararı baştan kabullenmek sonucunu doğurmamalı. F&M olarak önerimiz, franchise alırken franchise verenin niyetine ve işin karlılığına bakılması. Niyet ve karlılık iyi görünüyorsa bir miktar asimetri kabul edilebilir. Franchise verenin niyeti bilinmiyorsa, iş çok karlı değilse asimetrik anlaşma yapılmamalı.

**D5: RBM** Üç işletmeye gizli müşteri ziyareti, raporlama için özgün F&M yöntemi

**D6: Gizli müşteri** İşletmelere aylık gizli müşteri ziyareti, kriterleri belirleme, raporlama