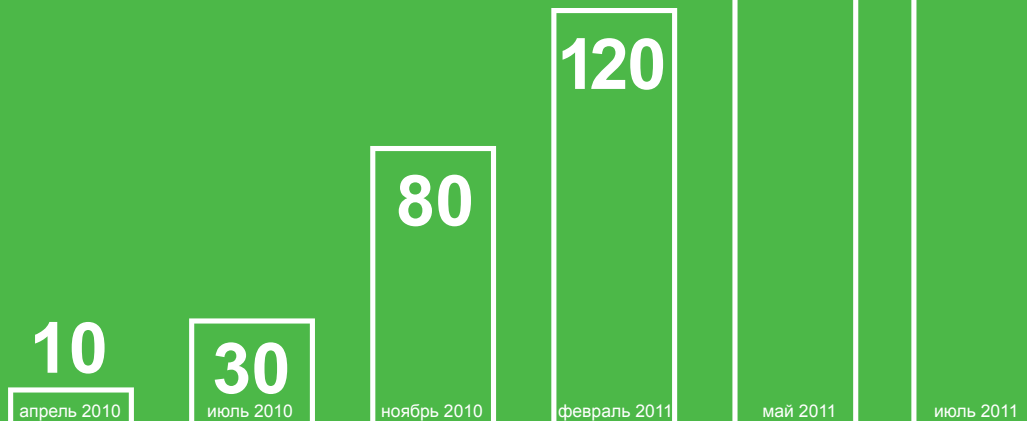


Магазин развивающих игрушек «Вундеркинд»

Рост сети «Вундеркинд» 2010-2011 год

на графике указан рост количества магазинов во франчайзинговой сети



ООО «Вундеркинд», динамично развивающаяся франчайзинговая сеть, представляет ноу-хау на российском рынке – СИСТЕМУ РАННЕГО ДЕТСКОГО РАЗВИТИЯ «ВУНДЕРКИНД».

Наша история:

2007г. - образование компании. Открытие первых магазинов в Москве.

2008г.-2010г: Собственная сеть насчитывает более 10-ти монобрендовых магазинов «Вундеркинд» в г. Москве. Процесс формирования оптимального ассортимента продукции, отработывается методика Вундеркинд и отлаживаются все бизнес процессы.

1 февраля 2010 г. – 1 февраля 2011г. Запуск региональной франчайзинговой программы по РФ.

Открыто более 180-ти специализированных магазинов во многих регионах РФ.

1 марта 2011г. – Запуск франчайзинговой программы для Республики Казахстан и Белоруссии.

Открыто 5 магазинов Вундеркинд в Казахстане.

25 мая 2011г. Введен новый формат магазина «Стандартный магазин». В матрицу включены 6 новых направлений.



ЧТО ТАКОЕ «ВУНДЕРКИНД»

«ВУНДЕРКИНД» - это развивающие игрушки для детей от 6 месяцев до 9 лет, разработанные специалистами по раннему развитию.

Все игрушки объединены в развивающую систему Вундеркинд.

Чем наши игрушки отличаются от остальных игрушек?

1. Тем, что они объединены в развивающую систему. Развивающая система дает все для полноценного развития ребенка в возрасте от 6 месяцев до 7 лет.

2. К каждой игрушке в системе "Вундеркинд" прилагается "Методическая карточка", разработанная специалистами по раннему развитию. В ней идёт подробное описание игрушки, её развивающие возможности, описывается, как в неё играть.

3. К каждой игрушке прилагается фирменный буклет о развитии ребенка с помощью системы Вундеркинд и план развития на возраст.

4. Все игрушки имеют фирменную упаковку, что подчеркивает Фирменный стиль и способствует узнаваемости БРЕНДА.

5. При правильной презентации наших игрушек и системы развития покупатели возвращаются в магазин и становятся постоянными клиентами.

В системе «Вундеркинд» все игрушки поделены на товарные группы и отдельные направления в соответствии с развивающими возможностями:

1. Основная группа товаров – товар, который представлен на основных стеллажах в фирменной упаковке.



2. «Импульсный» товар - товары, покупка которых в данный визит не планировалась покупателем (стоимостью от 5 до 100 руб., и представленных на малом стеллаже).

Он необходим для того что бы никто ни ушел без покупки. (Если нет возможности купить товар из основной группы)



3. Акционный товар – товар, который продается на специальных условиях, в рамках акции (снижение цены, на спец. условиях и т.д.), представленный в корзине распродаж. Служит для привлечения клиентов в магазин.



4. Сезонный товар – ассортиментная группа позволяющая магазину в летний период компенсировать спад продаж, а в зимний период увеличивать оборот магазина на 20-25 %.



Форматы магазинов «Вундеркинд»



Магазины развивающих игрушек «Вундеркинд» представлены в трех форматах:

	Форматы магазинов		
	Мини-маркет	Магазин	Стандартный магазин
1. Место продажи:			
• Необходимая площадь	от 5 до 7 м ²	от 12 до 18 м ²	от 25 до 30 м ²
• Рекомендуемая арендная ставка	до 3 000 руб./м ²	до 2 000 руб./м ²	до 2 000 руб./м ²
• Вариант расстановки	Остров, пристенок	Остров, павильон	Павильон
2. Инвестиции:	155 000 руб.	215 000 руб.	380 000 руб.
• Стоимость товара	85 000 руб.	125 000 руб.	235 000 руб.
• Развивающие игрушки «Вундеркинд»	+	+	+
• Импульсные товары	+	+	+
• Акционный товар	+	+	+
• Радиоуправляемые модели	-	По согласованию	+
• Творчество	-	По согласованию	+
• Товар для мальчиков	-	По согласованию	+
• Товар для девочек	-	По согласованию	+
• Мягкие игрушки	-	+	+
• Стоимость оборудования и оформления	40 000 руб.	60 000 руб.	115 000 руб.
• Паушальный взнос	30 000 руб.	30 000 руб.	30 000 руб.
3. Экономические показатели:			
• Средний оборот магазина в месяц	120 000 руб.	240 000 руб.	380 000 руб.
• Средняя наценка	150%	150%	150%

Форматы магазинов «Вундеркинд»

Магазины развивающих игрушек «Вундеркинд» имеют гибкую планировку и могут быть вписаны в любой торговый центр:

1. Мини-маркет:

Данный формат в большинстве своем предполагает островное размещение либо «пристеноч».

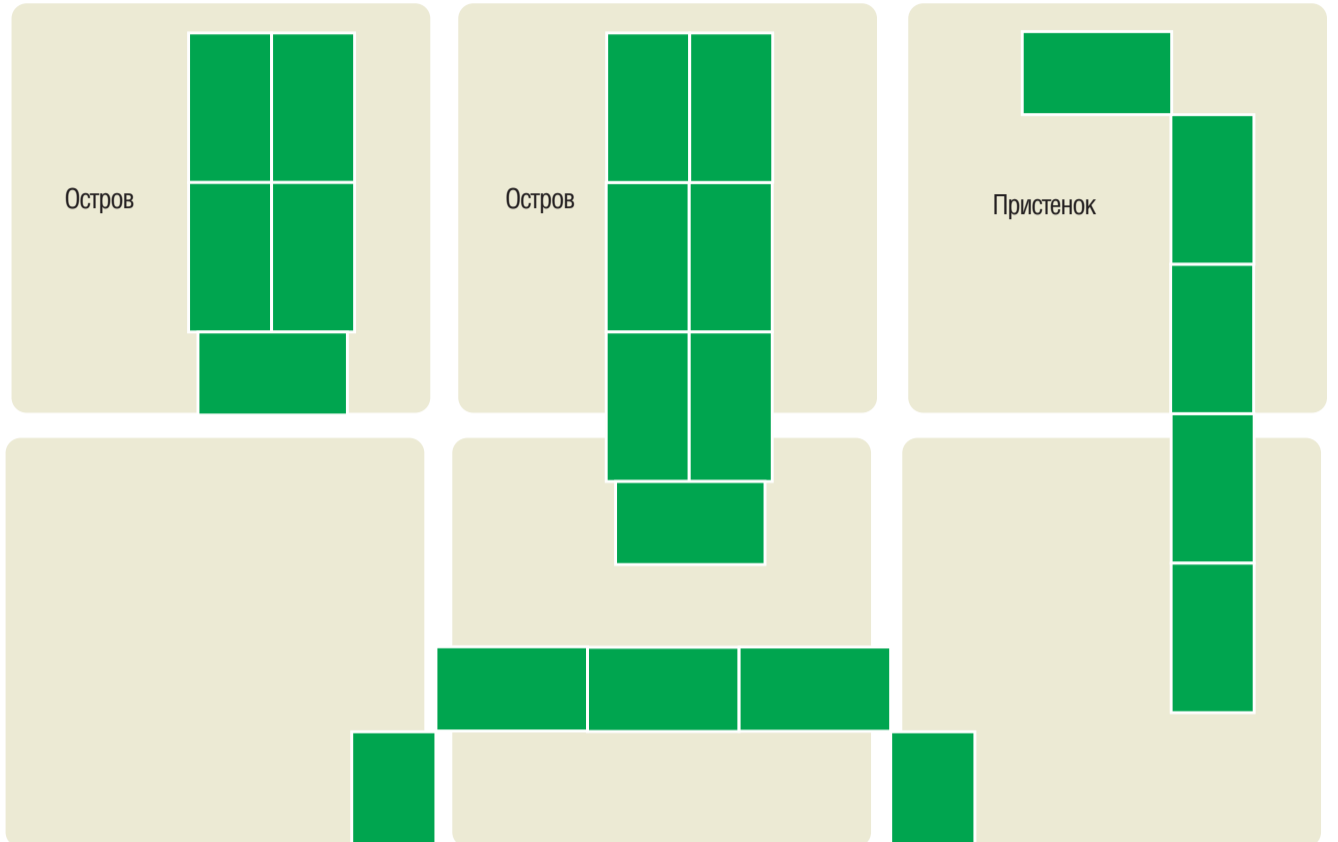
Занимаемая торговая площадь не более 6 м².

Плюсы:

- Небольшая аренда
- Низкий порог вхождения в бизнес
- Небольшой товарный запас

Минусы:

- 60% скрытых позиций
- Небольшой товарный запас
- Низкий оборот



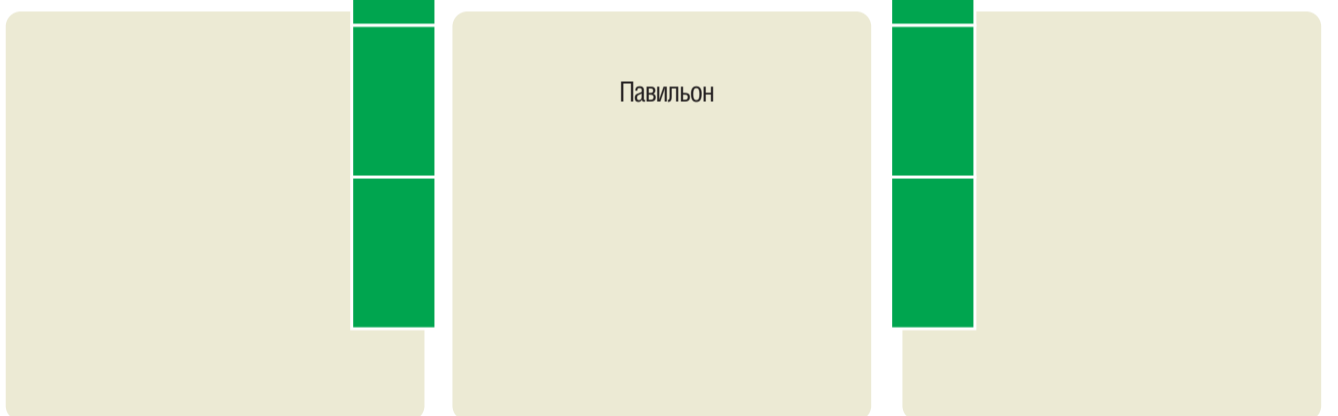
2. Магазин.

Самый распространенный и оптимально подобранный формат. Магазин в основном предполагает павильонное размещение площадью от 12м² до 18 м².

Плюсы:

- Нет скрытых позиций - весь товар представлен Покупателю.
- Значительно большая площадь, что позволяет представить дополнительные элементы такие как: стойка с сезонным товаром; стойка с мягкими игрушками; акционная горка; стенд под выставочные образцы.

- Месячный товарный запас по ходовым позициям.



4. Стандартный магазин.

Новый формат, введенный в мае 2011г. Занимаемая площадь от 30м² до 40 м².

Плюсы:

- Большой презентабельный магазин.
- Средний оборот торговой точки 380 000 руб. в месяц.



Поддержка партнеров



Высококвалифицированная команда профессионалов центрального офиса всегда готова Вам помочь в пошаговом решении задач при открытии своего бизнеса.

Работая с нашей командой, Вы получите:

1. Помощь в выборе торговой площади:

- Рекомендации по выбору торгового комплекса. Лекция по выбору торговых площадей, критерии поиска площадей. Консультация производится по средствам телефонных переговоров с Партнером. По необходимости сотрудники компании контактируют непосредственно с администрацией торгового центра.
- Разработка Исполнителем плана конкретного помещения предоставленного Заказчиком, с торговым оборудованием.
- Предоставление Заказчику схемы расстановки стеллажей

2. Оформление, Локальная рекламная компания.

- Согласование Визуализации и оформления торговой площади.
- Помощь в составление «медиа-плана». Консультации по организации локальной рекламной компании.
- Предоставление информационного пакета «Вундеркинд» включающего в себя следующие материалы:
 - Оценка и подбор персонала
 - Отчетная управленческая документация
- Пакет рекламных материалов для Start UP

3. Обучающие программы для Заказчика и продавцов Заказчика.

- Для своих партнеров и для персонала партнеров Методисты компании проводят профессиональные Online-семинары по средством Skype.
- Мерчендайзинг – комплекс мероприятий по размещению товара, торгового оборудования и рекламных материалов, направленный на увеличение продаж;
 - Подбор торгового персонала;
 - Реклама и продвижение товара;
 - Формирование навыков продаж;
 - Подведение итогов (шеринг) и ваши вопросы.

Тренинги проводятся в режиме Skype конференции. График проведения тренинга дополнительно согласовывается с методистом.

4. Интернет магазин.

Всем партнерам предоставляется готовый интернет магазин с доменом 3 (третьего) уровня. Пример имя.wkind.ru. Электронный ящик name@wkind.ru. Интерактивная база данных по рекламным макетам. Вундеркинд предоставляет Заказчику права администратора на управление интернет магазином в домене 3 (третьего) уровня.



Коммерческое предложение



Каждый хочет стать бизнесменом или когда-нибудь думал об этом. Но любое дело – это множество подводных камней, рисков, и даже опытному человеку трудно просчитать и предвидеть все заранее. Именно отсутствие опыта, страх перед неудачей, боязнь, что что-то пойдет не так, а ответов не будет, не позволяет многим решиться на собственное дело.

Франшиза «ВУНДЕРКИНД» призвана свести к минимуму все ваши страхи и опасения и дать вам в руки надежные инструменты для открытия собственного бизнеса под крылом раскрученного имени бренда с уже налаженными и проверенными бизнес-процессами и рукой помощи в лице сотрудников нашей компании.

Приглашаем всех заинтересованных партнеров к плодотворному и взаимовыгодному сотрудничеству!

Почему Вам это выгодно?

1. Уникально низкий вход в бизнес без роялти и паушальных взносов – от 155 000 рублей.

2. Вы получаете готовые бизнес решения:

- Проверенные технологии открытия розничной точки, за короткий период времени и с минимальными затратами.
- Дистанционное обучение на этапе открытия и во время работы магазина.
- Разработанное место продаж с оборудованием, полным рекламным оформлением и POS-материалами.
- Проверенные технологии рознич-

ных продаж.

- Эффективные методики привлечения и удержания клиентов.
- Федеральная рекламная кампания и узнаваемость бренда.
- Местная рекламная кампания. Предоставление медиа-плана и рекламных макетов.

3. Используя наш опыт и бизнес технологии Вы получаете гарантированную прибыль при легком запуске бизнеса.

- Объем инвестиций: от 155 000 до 500 000 руб.
- Роялти: отсутствует
- Паушальный взнос: 30 000 руб.
- Средняя наценка: 120-150%
- Оптимальные затраты на продвижение: 7-15% от оборота
- Срок окупаемости: от 3 мес.
- Требования к помещению: ТРЦ, ТРК с хорошей проходимостью
- Торговая площадь: от 8-40м²

Причины успеха торговой марки «ВУНДЕРКИНД»:

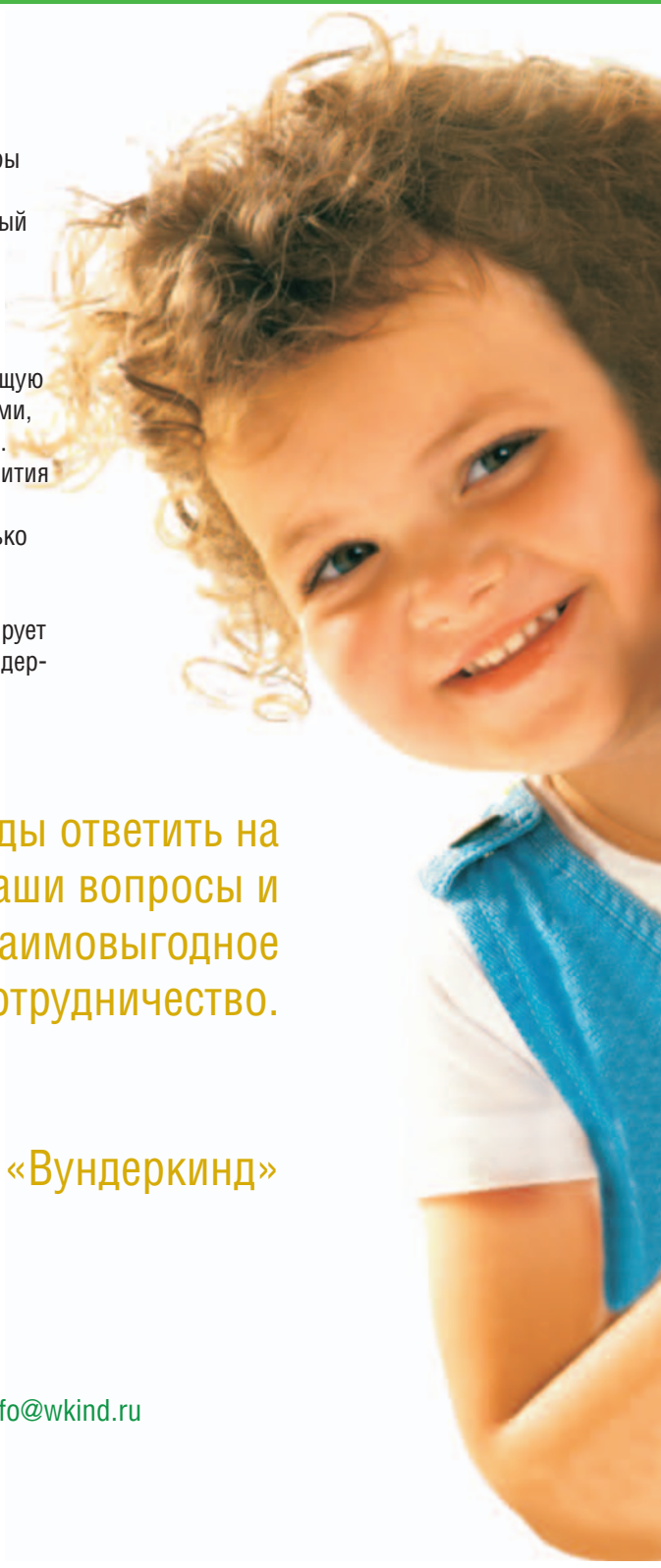
1. «Вундеркинд» – узнаваемая зарегистрированная торговая марка, под которой выпускается более 500 уникальных развивающих игрушек.
2. Игрушки Вундеркинд разработаны нашими специалистами и представлены во всех направлениях раннего развития:
 - Сенсорика
 - Логика
 - Настольные игры

- Конструирование и сюжетные игры
 - Творчество
3. Каждая игрушка имеет уникальный дизайн, упаковку, методическую карточку, план занятий и буклет.
 4. Игрушки, методики и пособия объединены в систему раннего развития «Вундеркинд», позволяющую родителям, не будучи специалистами, самостоятельно развивать ребенка.
 5. Благодаря системе раннего развития большинство наших покупателей становятся постоянными и несколько раз в месяц совершают покупки, следуя рекомендациям системы.
 6. Все вышеперечисленное гарантирует стабильные продажи игрушек «Вундеркинд».

Мы рады ответить на все Ваши вопросы и начать взаимовыгодное сотрудничество.

С уважением, «Вундеркинд»

Телефон: (499) 504 43 21,
сайт: www.wkind.ru, e-mail: info@wkind.ru



Магазины «Вундеркинд»



