

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

UFRA D

STRATEJİK PLAN

ÇALIŞTAY RAPORU

UFRAD tarafından 11 Aralık 2024 tarihinde İstanbul Aydın Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen “**UFRAD Stratejik Plan Çalıştayı**”, franchise sektörünün sürdürülebilir büyümesini desteklemek ve geleceğine yön vermek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalıştay, franchise sektörünün mevcut durumunu analiz ederek, yenilikçi stratejiler geliştirmeyi ve sektörün sürdürülebilir büyümesine katkı sağlamayı hedeflemiştir. Çalıştay boyunca, franchise ekosisteminin sürdürülebilirliğini sağlamaya ve sektörel büyümeyi teşvik etmeye yönelik farklı temalar titizlikle ele alınmış ve kapsamlı değerlendirmeler yapılmıştır. Bu çerçevede odaklanılan temel konular aşağıdaki gibidir.

Konu 1. Küresel Pazarlara Açılım: Franchise markalarının uluslararası piyasalarda rekabet gücünü artıracak stratejilerin geliştirilmesi.

Konu 2. Fuar ve Tanıtım Etkinliklerinin Etkin Kullanımı: Sektörün görünürlüğünü ve tanıtım gücünü artırmak için fuar ve benzeri etkinliklerin etkin şekilde değerlendirilmesi.

Konu 3. Franchise Markalarında Standartlaşma ve Sürdürülebilirlik: Kalite standartlarının korunması ve çevresel, ekonomik sürdürülebilirlik için gerekli yenilikçi adımların atılmasının sağlanması.

Konu 4. Dijitalleşme ve Yeni Teknolojilerin Etkin Kullanımı: Dijital dönüşümün franchise sektörüne entegrasyonu ve yeni teknolojilerin iş modellerine uygulanması.

Konu 5. Markaların Doğru Konumlandırılması: Franchise markalarının hedef kitlelerine uygun şekilde konumlandırılmasına yönelik yöntemlerin geliştirilmesi.

Konu 6. Geleceğin Franchise Markalarından Beklentiler ve İyi Uygulamalar: Yenilikçi, müşteri odaklı ve sürdürülebilir franchise modellerine ilişkin beklentilerin belirlenmesi.

Konu 7. Hukuki Süreçlerin Önemi ve Yapısı: Franchise sözleşmelerinin hukuki altyapısı, tarafların hak ve sorumluluklarının korunması ve uyuşmazlıklara çözüm yöntemlerinin geliştirilmesi.

Her bir konu, franchise sektörünün farklı boyutlarını ele alarak sektörel sürdürülebilirlik ve büyüme hedeflerini destekleyecek stratejiler geliştirmeyi hedeflemiştir. Bu kapsamda, her bir konunun altında belirtilen temel amaçlara ulaşmayı sağlayacak somut hedefler ve bu hedeflere ulaşmak için uygulanacak faaliyetler ayrıntılı olarak belirlenmiştir. Çalıştayda belirlenen bu yapı, franchise ekosisteminin mevcut ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere hem stratejik bir yol haritası oluşturmayı hem de sektör paydaşlarına rehberlik edecek uygulama adımlarını tanımlamayı hedeflemektedir.

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

*Konu 1. Küresel
Pazarlara Açılım*

Konu 1. Küresel Pazarlara Açılım

Çalıştayın başlıklarından biri olan "*Küresel Pazarlara Açılım*", franchising sistemlerinin uluslararası düzeyde etkin bir şekilde yayılabilmesi için gerekli stratejik adımları ve hukuki süreçlerin önemini vurgulamaktadır. Bu masanın sonuç raporu, franchise ekosisteminin sürdürülebilir büyümesini desteklemek, uluslararası pazarlarda başarı sağlamak, sektörel sorunları tespit etmek ve çözüm önerileri geliştirmek amacıyla aşağıda yer alan amaçlar doğrultusunda hazırlanmıştır.

Amaç 1. Franchise Modellerinin Kültürel ve Ekonomik Koşullara Uyumunun Sağlanması

Amaç 2. Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Franchise Yöntemlerinin Yeniden Yapılandırılması

Amaç 3. Yerel Pazarlarda Başarı için Yenilikçi Franchise Stratejilerinin Geliştirilmesi

Amaç 4. Franchise Hukuki Altyapısının Güçlendirilmesi ve Koruma Sağlanması

Amaç 5. Franchise Modellerinde Yetkin ve Güvenilir Ortaklarla İşbirliğinin Geliştirilmesi

Amaç 6. Master Franchise Ortaklarıyla Uzun Vadeli İşbirliklerinin Sürdürülmesinin Sağlanması

Amaç 7. Franchise Ekosisteminde Sürekliliğin ve Gelişimin Desteklenmesi

Amaç 8. Küresel Pazarlara Açılım Süreçlerinde UFRAD'ın Rolünün Güçlendirilmesi

Amaç 1. Franchise Modellerinin Kültürel ve Ekonomik Koşullara Uyumunun Sağlanması

- ✓ İlk hedef ülkelerin itibarı ve çevresel etkileri dikkate alınarak, makroekonomik ve sektörel göstergeler, gayri safi milli hasıla, giriş kuralları, regülasyonlar, asgari ücret oranları, kira maliyetleri, enerji ve lojistik giderler gibi ekonomik unsurların yanı sıra pazar büyüklüğü, kültürel uyum ve politik istikrar gibi faktörlerin sistematik ve detaylı bir şekilde analiz edilmesi; bu doğrultuda her ülkenin özgün koşullarına uygun franchise modellerinin geliştirilmesi.
- ✓ Pazar araştırmalarının sektör uzmanları tarafından yapılması ve bu araştırmaların ülke bazında özgün raporlarla desteklenmesi.
- ✓ Yurt dışı franchise açılımlarını kolaylaştırmak ve yatırımcıya daha fazla destek sağlayabilmek için yurt dışı temsilciliklerinin açılması/çoğaltılması.
- ✓ Yurt dışındaki franchise açılımlarını teşvik etmek için finansal desteklerin sağlanması ve süreçteki belirsizliklerin ortadan kaldırılması.
- ✓ Yurt dışı franchise süreçlerinde yatırımcıların desteklenmesi için bölgesel iş planlarının hazırlanması ve stratejik ortaklıkların güçlendirilmesi.
- ✓ Yurt dışındaki pazarlarda güven inşa sürecinin ön plana çıkarılması.
- ✓ Farklı ülkelerdeki onay süreçlerine uygun, adaptif stratejilerin geliştirilmesi.
- ✓ Yemek sektöründe "lokalleşme" ile "etnik-global" yaklaşımlarının uygulanabilirliğinin analiz edilmesi.
- ✓ Küresel pazarlarda markalaşma süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilmesi ve yüksek maliyetlere karşı sürdürülebilir üretim stratejilerinin benimsenmesi.
- ✓ Devletin yurt dışı fuarlarını takip etmesi ve yatırımcıları fuar seçimi konusunda yönlendirilmesinin sağlanması.

Konu 1. Küresel Pazarlara Açılım

- ✓ Devletin yurt dışı teşkilatlarının (ticari ataşeliklerin) şirketlere vermekte oldukları danışmanlık hizmetlerini daha kapsayıcı ve nitelikli hale getirilmesinin sağlanması ve ilgili kurumların yurt dışında aktif rol oynamasının ve işletmelerin pazara girişlerinde rehberlik edilmesinin sağlanması.

Amaç 2. Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Franchise Yöntemlerinin Yeniden Yapılandırılması

- ✓ Franchise yönetimi için dijital yazılımların geliştirilmesi ve yurtdışı şubelerin etkin izlenebilirliğinin sağlanması.
- ✓ Franchise operasyonlarında rekabet avantajı sağlamak için veri odaklı stratejilerin benimsenmesi ve bu stratejilerin süreç iyileştirmelerine entegre edilmesi.
- ✓ Şeffaf ve ölçülebilir dijital çözümler ile sosyal medya stratejilerinin, marka bilinirliğini artırmaya yönelik etkili bir şekilde kullanılması.
- ✓ Dijitalleşmenin, franchise ekosisteminde farklı sektörler için gerekli bir standart haline getirilmesinin teşvik edilmesi ve bu konuda farkındalık artırıcı faaliyetlerin ve eğitimlerin yürütülmesi.
- ✓ Restoranlar ve franchise modellerinde dijital menü, kioskla ödeme ve uzaktan kontrol edilebilen cihazlar gibi yenilikçi çözümlerle dijitalleşme süreçlerinin hızlandırılması ve operasyonel maliyetlerin azaltılması.
- ✓ Veri odaklı teknolojilerin, özellikle AVM lokasyon analizleri ve dijital müşteri takip sistemleri gibi araçlarla daha etkin bir şekilde kullanılarak iş süreçlerinin iyileştirilmesi.

Amaç 3. Yerel Pazarlarda Başarı için Yenilikçi Franchise Stratejilerinin Geliştirilmesi

- ✓ Franchise ilişkilerindeki güven eksikliğinin giderilmesi ve karşılıklı kazanç anlayışının yerleştirilmesi.
- ✓ Yerel pazarlarda franchise stratejilerinin geliştirilmesine yönelik eğitim ve bilgilendirme faaliyetlerinin düzenlenmesi.

Amaç 4. Franchise Hukuki Altyapısının Güçlendirilmesi ve Koruma Sağlanması

- ✓ Franchise sektöründe hukuki altyapının güçlendirilmesi için düzenlemeler ve bilgilendirme seminerlerinin ve/veya eğitimlerinin gerçekleştirilmesi.
- ✓ Franchise firmalarının karşılaştığı hukuki zorluklara yönelik destek ve çözüm mekanizmalarının oluşturulması.
- ✓ Hukuki altyapının güçlendirilmesi için franchise süreçlerinde teminat mektupları gibi güvence yöntemlerinin uygulanması.
- ✓ Master franchise sözleşmelerinde yerel yasal düzenlemelere uygunluk sağlanması.

Amaç 5. Franchise Modellerinde Yetkin ve Güvenilir Ortaklarla İşbirliğinin Geliştirilmesi

- ✓ Franchise adaylarının işin başında bulunması ve müdür ya da çalışanlarının en az 10 yıllık deneyime sahip olması gibi kriterlerle yetkinlik ve sektörel uzmanlıklarının değerlendirilmesi, ayrıca kurumsal yapısı güçlü ve yerel deneyime sahip adayların tercih edilmesi.

Konu 1. Küresel Pazarlara Açılım

- ✓ İletişim ve denetim süreçlerini kolaylaştırmak ve bölgesel gelişimi desteklemek amacıyla, stratejik bölgelerde bölge müdürlüklerinin kurulması ve bu yapıların operasyonel süreçlere entegre edilmesi.
- ✓ Daha önce franchise sektöründe başarılı bir geçmişe sahip, geniş bir networkü olan ve sektörel bilinirliği yüksek adayların seçilerek iş birliği yapılması.
- ✓ Aynı bölgede birden fazla master franchise'ın faaliyet göstermesi durumunda, şubelerin dağıtımını ve yönetimiyle ilgili potansiyel çatışmaların çözümüne yönelik mekanizmaların geliştirilmesi.
- ✓ Master franchise adaylarının bilgi ve becerilerini artırmak için eğitim ve gelişim programlarının uygulanması ve bu programların düzenli olarak güncellenmesi.

Amaç 6. Master Franchise Ortaklarıyla Uzun Vadeli İşbirliklerinin Sürdürülmesi

- ✓ Master franchise ortaklarına düzenli ve ücretsiz eğitim programları sunulması hukuki ve operasyonel konularda rehberlik ve destek mekanizmalarının oluşturulması.
- ✓ Ortakların farklı ihtiyaçlarına cevap verebilecek esnek ve çevik çözümler sunan iş modellerinin geliştirilmesi ve uygulanması.
- ✓ Bölgesel ofisler aracılığıyla devam eden destek ve rehberlik hizmetlerinin sağlanarak operasyonel süreçlerin güçlendirilmesi.
- ✓ Her master franchise'ın franchise bedeli, müşteri profili ve operasyonel dinamiklerine uygun bir şekilde yönetilmesi ve bu farklılıkların etkin bir şekilde koordine edilmesi.

Amaç 7. Franchise Ekosisteminde Sürekliliğin ve Gelişimin Desteklenmesi

- ✓ Ülkedeki bürokratik engellerin şirketlerin pazara girişine etkisinin azaltılması ve süreçlerin kolaylaştırılması.
- ✓ Franchise sisteminde marka koruma için etkili hukuki altyapıların geliştirilmesi ve uygulanabilir mekanizmaların oluşturulması.
- ✓ Yerel ortaklarla çalışmanın operasyonel kolaylık ve güvenilirlik sağlamasına yönelik stratejilerin geliştirilmesi ve bu iş birliklerinin teşvik edilmesi.
- ✓ Franchise sektörü için eğitimli iş gücü eksikliğini gidermek amacıyla üniversitelerle iş birliği yapılarak Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) belgeli uzmanların yetiştirilmesine yönelik programların oluşturulması.
- ✓ Eğitim programları ve bilgilendirme faaliyetlerinin düzenlenerek franchise veren ve alan taraflar arasında bilgi paylaşımının artırılması ve sektörel farkındalığın geliştirilmesi.

Amaç 8. Küresel Pazarlara Açılım Süreçlerinde UFRAD'ın Rolünün Güçlendirilmesi

- ✓ Franchise sektörünün ihracat potansiyelinin kamu otoritelerine aktarılması ve franchise zincirleri için özel destek mekanizmalarının oluşturulması konusunda UFRAD'ın öncü rol üstlenmesi beklenmektedir.
- ✓ Franchising ekosisteminin ülke genelinde yaygınlaşması ve uluslararası pazarlarda etkin temsil edilmesi için bilgi ve deneyim paylaşımını teşvik eden platformların oluşturulması beklenmektedir.

Konu 1. Küresel Pazarlara Açılım

- ✓ Türk markalarının küresel pazarlarda rekabet gücünü artırmak için uluslararası iş birliklerinin desteklenmesi ve sektörel ağların genişletilmesi beklenmektedir.
- ✓ Franchise veren ve alan taraflar arasında bilgi akışını artırmak amacıyla ücretsiz eğitim programları, çalıştaylar ve konferanslar düzenlenmesi beklenmektedir.
- ✓ Franchise sektörüne yönelik düzenleyici çerçevenin güçlendirilmesi ve küçük ve orta ölçekli işletmelerin franchising modeliyle büyümelerine destek verilmesi beklenmektedir.
- ✓ Franchising sektörüne ilişkin istatistiksel verilerin toplanması, analiz edilmesi ve sektörün geleceğine dair rehber niteliğinde raporların hazırlanması beklenmektedir.
- ✓ Hedef pazarlarda ekonomik, kültürel ve finansal analizlerin yapılması ve uygun stratejilerin geliştirilmesi beklenmektedir.
- ✓ Yurtdışına açılmak isteyen Türk markalarına rehberlik edecek güvenilir danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması beklenmektedir.
- ✓ DEİK gibi kurumlarla iş birliği yapılarak yurtdışındaki eş kurumlara iş forumlarının düzenlenmesi ve yeni ticari fırsatların yaratılması beklenmektedir.
- ✓ Hedef pazarlarda bölge ofislerinin kurulması ve Türk markalarının uluslararası platformlarda görünürlüğünün artırılması beklenmektedir.
- ✓ Franchise fuarlarına UFRAD liderliğinde katılımın teşvik edilmesi ve uluslararası iş birliklerinin güçlendirilmesi beklenmektedir.
- ✓ EXIM Bank ve Hermes kredisi gibi yurtdışına satışların alacak sigortası kapsamına alınmasının sağlanması beklenmektedir.
- ✓ Turquality'ye alternatif, daha hızlı ve kolaylaştırıcı destek mekanizmalarının oluşturulmasının teşvik edilmesi beklenmektedir.
- ✓ UFRAD'ın iletişim stratejilerinin gözden geçirilerek sektörde farkındalık yaratılması ve faaliyetlerinin daha etkin tanıtılmasının sağlanması beklenmektedir.
- ✓ Saha ziyaretleri düzenlenerek başarı hikayelerinin paylaşılması ve bu ziyaretlerin teşvik edici rolünün artırılması beklenmektedir.
- ✓ Türkiye'de yabancılara sağlanan oturma avantajlarının yurtdışındaki franchise satışlarında teşvik mekanizması olarak uygulanmasının desteklenmesi beklenmektedir.
- ✓ Franchise sektöründe büyüme ve sürdürülebilirlik için süreçlerin etkin bir şekilde koordine edilmesinin sağlanması beklenmektedir.

Sonuç: *Franchise modellerinin ekonomik ve kültürel uyumunun sağlanmasına, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik yöntemlerinin geliştirilmesine, yerel pazarlarda yenilikçi stratejilerin uygulanmasına ve güçlü bir hukuki altyapının oluşturulmasına öncelik verilmelidir. Yetkin iş ortaklarıyla iş birliklerinin artırılması, master franchise ilişkilerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve UFRAD'ın uluslararası pazarlardaki rolünün güçlendirilmesi teşvik edilmelidir. Ayrıca, temsilciliklerin yaygınlaştırılması, finansal destek mekanizmalarının oluşturulması, dijital çözümlerin benimsenmesi ve uluslararası iş birliklerinin desteklenmesi stratejik olarak planlanmalıdır.*

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

***Konu 2. Fuar ve Benzeri
Tanıtım Etkinliklerinin Etkin
ve Faydalı Kullanımı***

Konu 2. Fuar ve Benzeri Tanıtım Etkinliklerinin Etkin ve Faydalı Kullanımı

Çalıştayın başlıklarından biri olan "*Fuar ve Benzeri Tanıtım Etkinliklerinin Etkin ve Faydalı Kullanımı*", franchising sistemlerinin uluslararası düzeyde etkin bir şekilde yayılabilmesi için gerekli stratejik adımları vurgulamaktadır. Bu masanın sonuç raporu, franchise ekosisteminin sürdürülebilir büyümesini desteklemek, uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmak, sektörel sorunları tespit etmek ve çözüm önerileri geliştirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Amaç 1. Hedef Kitle ve Pazar İhtiyaçlarına Yönelik Stratejik Fuar ve Tanıtım Seçimlerinin Yapılması

Amaç 2. Katılımcı Firmaların Stratejik Hazırlıklarının Güçlendirilmesi

Amaç 3. Fuar Sürecinin Etkili Planlanması ve Yönetimi

Amaç 4. Marka Algısının Güçlendirilmesi ve Uzun Vadeli Etkileşim Sağlanması

Amaç 5. Fuar ve Tanıtım Etkinliklerinde Potansiyel Risklerin Belirlenmesi ve Etkili Yönetiminin Sağlanması

Amaç 6. Fuarların Sunduğu Avantajların Etkili Bir Şekilde Değerlendirilmesi ve Maksimum Faydanın Sağlanması

Amaç 7. Fuar ve Tanıtım Etkinliklerinden Uzun Vadeli Stratejik Faydaların Elde Edilmesi

Amaç 8. Fuar ve Tanıtım Etkinliklerinde Doğru Yatırımcıyı Çekmek için Etkili İletişim Stratejilerinin Belirlenmesi ve Uygulanması

Amaç 9. UFRAD'ın Uluslararası ve Yurtiçi Franchise Ekosisteminde Lider Konuma Gelmesi için Stratejik İş Birliklerinin ve Gelişim Hedeflerinin Belirlenmesi

Amaç 1. Hedef Kitle ve Pazar İhtiyaçlarına Yönelik Stratejik Fuar ve Tanıtım Seçimlerinin Yapılması

- ✓ Fuar ve tanıtım etkinlikleri seçilirken hedef kitlenin ihtiyaçları ve pazarın özelliklerinin detaylı analiz edilmesi.
- ✓ Doğru coğrafi bölgenin belirlenmesi için bölgesel araştırmalar yapılması.
- ✓ Fuarlarda farklı pazarlarla eşleştirme yapılmasıyla yeni iş fırsatları yaratılması ve mevcut ilişkilerin güçlendirilmesi.
- ✓ Network oluşturma açısından sektörü besleyen doğru iletişim kanallarına ve kaynaklara erişimin sağlanması.
- ✓ Fuarlara ayrılan bütçenin verimliliği değerlendirilerek, etkinliklerden maksimum geri dönüş alınması.

Amaç 2. Katılımcı Firmaların Stratejik Hazırlıklarının Güçlendirilmesi

- ✓ Fuarlara katılım öncesinde materyal ve insan kaynağı açısından eksiksiz bir hazırlık yapılması.
- ✓ Fuara yönelik tüm görsel materyallerin profesyonel şekilde hazırlanması ve sosyal medya platformlarında etkin bir şekilde duyurulması.
- ✓ Fuar stantlarının şık, dikkat çekici ve firmanın marka değerini yansıtır şekilde tasarlanması.
- ✓ Fuarda görev alacak personelin, alan bilgisine sahip, etkili iletişim kurabilen ve sorulara hızlı yanıt verebilecek nitelikte olması.
- ✓ "Ben fuardayım" gibi dikkat çekici sloganlarla sosyal medyada etkin tanıtım kampanyalarının yürütülmesi.

Amaç 3. Fuar Sürecinin Etkili Planlanması ve Yönetimi

- ✓ Ziyaretçi ve potansiyel alıcıların dikkatlice ayrılması ve etkinliklerin alıcı kitlesine odaklanacak şekilde planlanması.
- ✓ Müşterilere ürünleri deneyimleme fırsatı sunulması, ikramların ise ölçülü ve amaca uygun şekilde yapılması.
- ✓ Franchise fuarlarında yatırım yapmak isteyen ziyaretçilere odaklanması.
- ✓ Fuarlarda etkinlik adı ve içeriği arasında uyum sağlanarak marka algısını güçlendiren bir deneyim sunulması.
- ✓ Etkinlik boyunca zaman ve kaynakların verimli şekilde değerlendirilerek maksimum etkileşim ve tanıtım sağlanması.

Amaç 4. Marka Algısının Güçlendirilmesi ve Uzun Vadeli Etkileşim Sağlanması

- ✓ Fuarlarda başarılı bir marka karması oluşturulması; büyük markaların yanı sıra orta ve küçük ölçekli firmaların da yer almasına özen gösterilmesi.
- ✓ Fuara katılan firmaların düzenli katılım sağlayarak marka algısını güçlendirmesi.
- ✓ Etkinlik süresince paydaşlarla etkili iletişim kurulması ve fuarın uzun vadeli etkisinin artırılması. Fuar sonrası – tüm sene boyunca katılımcı firmalara ulaşımın sağlanması
- ✓ Sadece logo eklenmiş kolay paylaşılabilir taslak sosyal medya postlarının hazırlanmasıyla dijital görünürlüğün artırılması.

Amaç 5. Fuar ve Tanıtım Etkinliklerinde Potansiyel Risklerin Belirlenmesi ve Etkili Yönetiminin Sağlanması

- ✓ Etkinlik tarihlerinin ve konumlarının doğru bir şekilde belirlenmesi, katılımın artırılması ve verimliliğin sağlanması.
- ✓ Fuara katılım öncesinde, firma hedeflerinin etkinlik hedefleriyle uyumlu olmasını sağlayacak detaylı bir stratejik planlama yapılması.
- ✓ Katılımcı firmaların yeterli hazırlık yapmaması sonucu bütçenin boşa gitme riskine karşı detaylı bir risk analizi gerçekleştirilmesi ve fuar sonrası takip prosedürleri oluşturulması.
- ✓ Fuarlarda yanlış beklentilerin önlenmesi için etkinliğin pazarlama mı yoksa satış odaklı mı olduğunun analiz edilmesi ve stratejilerin buna uygun şekilde belirlenmesi.
- ✓ Fuarda stant tasarımı ve konumunun dikkatle planlanarak ziyaretçi çekim gücünün artırılması.
- ✓ Firmaların dijitalleşme olanaklarını kullanarak, fuar sonrası iş bağlantılarını sürdürebilmeleri için dijital bir iletişim ağı kurmaları.

Amaç 6. Fuarların Sunduğu Avantajların Etkili Bir Şekilde Değerlendirilmesi ve Maksimum Faydanın Sağlanması

- ✓ Marka bilinirliğini artırmak ve sektörde prestij kazanmak için düzenli fuar katılımının teşvik edilmesi.
- ✓ Doğru ziyaretçi hedeflemesiyle potansiyel girişimcilerle doğrudan iletişim kurularak iş bağlantılarının güçlendirilmesi.

Konu 2. Fuar ve Benzeri Tanıtım Etkinliklerinin Etkin ve Faydalı Kullanımı

- ✓ Networking fırsatlarını değerlendirmek ve seminer, toplantı gibi etkinliklerden stratejik olarak yararlanılması.
- ✓ Resmi makamlar, sivil toplum kuruluşları ve diğer sektör paydaşlarıyla iş birliği olanaklarının araştırılması ve geliştirilmesi.
- ✓ Rekabet analizinin yapılması ve rakip firmaların pazarlama stratejilerinden faydalanarak marka konumlandırmasının güçlendirilmesi.
- ✓ Daha önce fuara katılmış firma ve ziyaretçilerin deneyimlerinden yararlanarak etkinlik stratejilerinin optimize edilmesi.

Amaç 7. Fuar ve Tanıtım Etkinliklerinden Uzun Vadeli Stratejik Faydaların Elde Edilmesi

- ✓ Fuarlardan elde edilen basın yansımaları, dergi ve ajans haberleriyle tanıtımın yıl boyunca devamlılığının sağlanması.
- ✓ Yurtdışı fuarlarına düzenli katılım ile sektörel vizyon kazanımı ve uluslararası pazarlarda daha güçlü bir marka algısı oluşturulması.
- ✓ Fuara düzenli katılım sayesinde firmaların uzun vadede prestij ve ayrıcalık elde etmesi, fuarların ayrılmaz bir parçası haline gelmesi.
- ✓ Fuar sonrası etkinliklerden elde edilen verilerin işlenerek, e-postalama ve sosyal medya iletişimleriyle uzun vadeli müşteri ilişkilerinin güçlendirilmesi.

Amaç 8. Fuar ve Tanıtım Etkinliklerinde Doğru Yatırımcıyı Çekmek için Etkili İletişim Stratejilerinin Belirlenmesi ve Uygulanması

- ✓ Sosyal medya platformlarının etkin kullanımıyla fuar katılımlarının duyurulması ve marka imajının güçlendirilmesi.
- ✓ Hedef kitlenin doğru belirlenmesi ve fuar planlarının bu doğrultuda şekillendirilmesi.
- ✓ Sosyal medya paylaşımlarının artırılması, markanın hedeflerini ve değerlerini topluma aktarmaya yönelik sosyal farkındalık çalışmalarının yapılması.
- ✓ Fuar alanında söyleşiler, bilgilendirme toplantıları gibi etkinlikler düzenlenerek markanın etkileşim kapasitesinin artırılması.
- ✓ Deneyimli ekipler ve iletişim departmanları tarafından desteklenen etkili bir pazarlama stratejisinin oluşturulması.
- ✓ Dijital medya platformlarının sektöre uygun şekilde seçilerek doğru kullanılmasının sağlanması ve firmanın PR çalışmalarının güçlendirilmesi.
- ✓ Fuara özel kampanya ve promosyonların duyurularak katılımcı ilgisinin çekilmesi.
- ✓ Fuar süresince profesyonel görsel içeriklerin hazırlanması, basın bültenleri ve fotoğraf paylaşımlarıyla etkinlik sonrası iletişimin sürdürülmesi.
- ✓ B2B etkinlikleri için randevulu sistemler ve iş birliklerini destekleyecek alanların planlanması.
- ✓ Fuardan sonra detaylı bir değerlendirme yapılarak toplanan verilerin analiz edilmesi ve gelecekteki stratejilere yön verilmesi.

Amaç 9. UFRAD'ın Uluslararası ve Yurtiçi Franchise Ekosisteminde Lider Konuma Gelmesi için Stratejik İş Birliklerinin ve Gelişim Hedeflerinin Belirlenmesi

Uluslararası İş Birlikleri ve Desteklerin Sağlanması:

- ✓ TİM ve Ticaret Bakanlığı ile iş birliği yapılarak yurtdışı fuarlarından teşvik alınmasının sağlanması. Franchise fuarlarının desteklenmesi için bütçeli projeler geliştirilmesi ve markaların yurtdışına açılmalarına yönelik çözümler sunulması.
- ✓ Yurtdışındaki ve yurtiçindeki temsilciler arasında değişim programları düzenlenerek global bir lisan kullanımını ve standartların belirlenmesi.

Regülasyon ve Güvenin Güçlendirilmesi:

- ✓ UFRAD'ın, franchise sözleşmelerinin bağlayıcılığını artıracak bir regülatör kurum gibi hareket ederek sektör içindeki güveni güçlendirmesi.
- ✓ Sektörde düzen ve güven sağlamak adına yılda dört kez yuvarlak masa toplantılarının düzenlenmesi.

Eğitim ve Bilgi Paylaşımının Geliştirilmesi:

- ✓ UFRAD'ın akademi içeriklerini güncelleyerek sektörel değişimlere uygun bir yapıya dönüştürmesi.
- ✓ Sektör bilirkişileri ile düzenli sohbetler ve paneller organize edilerek sektörel bilgi paylaşımının artırılması.

Medya ve Etkileşimin İyileştirilmesi:

- ✓ YouTube, Instagram gibi platformlarda düzenli bilgilendirme yayınlarının yapılmasıyla sektörle etkili iletişimin sağlanması.
- ✓ Dijital platformlarda etkinliklerin bir yıl boyunca görünürlüğünün sağlanması ve sosyal medya duyurularının artırılması.

2026 Fuar Hedeflerinin ve Uygulamalarının Belirlenmesi:

- ✓ 2026 fuarına yönelik olarak, fuarın daha geniş bir tabana yayılması ve uluslararası düzeyde daha fazla etki yaratması için stratejiler geliştirilmesi.
- ✓ Rakip analizlerinin yapılması ve girişimcilik kulüplerinin katılımının teşvik edilmesi.
- ✓ Prestijli konuşmacıların davet edilmesi ve kamu ile sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği yapılması.
- ✓ Daha fazla marka ve etkinlik katılımının sağlanması için PR çalışmalarının etkinleştirilmesi.
- ✓ Fuara yurtiçi ve yurtdışından katılımcıların dikkatle seçilmesi ve ticari derneklerin fuarda yer almasının sağlanması.

Sonuç: Hedef kitle ve pazar ihtiyaçlarına uygun fuar seçimlerinin yapılmasına, katılımcı firmaların hazırlıklarının güçlendirilmesine ve fuar süreçlerinin etkili bir şekilde planlanmasına öncelik verilmelidir. Marka algısının güçlendirilmesi, potansiyel risklerin yönetilmesi ve fuarların sunduğu avantajlardan uzun vadeli faydalar sağlanması hedeflenmelidir. Doğru yatırımcıyı çekmek için etkili iletişim stratejilerinin hayata geçirilmesi, sosyal medya ve dijital platformların aktif bir şekilde kullanılması ve fuar sonrası iş bağlantılarının sürdürülmesi teşvik edilmelidir.

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

*Konu 3. Franchise
Markalarında Standartlaşma
ve Sürdürülebilirlik*

Konu 3. Franchise Markalarında Standartlaşma ve Sürdürülebilirlik

Çalıştayın önemli başlıklarından biri olan "**Franchise Markalarında Standartlaşma ve Sürdürülebilirlik**", franchise sistemlerinin uluslararası düzeyde etkin bir şekilde yayılmasını sağlamak için gerekli stratejik adımları vurgulamıştır. Bu masanın sonuç raporu, franchise ekosisteminin sürdürülebilir büyümesini desteklemek, uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmak, sektörel sorunları belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Amaç 1. Ticari Sürdürülebilirliğin Sağlanması

Amaç 2. Eğitim ve İnsan Kaynağının Güçlendirilmesi

Amaç 3. Standartlaşmanın Sağlanması

Amaç 4. Dijitalleşme ve Yalınlaşmanın Sağlanması

Amaç 5. Doğru Tedarik Kaynaklarının Belirlenmesi

Amaç 6. İtibar ve Alanında Uzman Kişilerin Yetiştirilmesi

Amaç 7. Çalışan Aidiyetinin Artırılması

Amaç 8. UFRAD Liderliğinde Franchise Markalarında Standartlaşmanın ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması

Amaç 1. Ticari Sürdürülebilirliğin Sağlanması

- ✓ Franchise sistemlerinin yatırımcılar açısından daha cazip hale getirilmesini sağlamak.
- ✓ Uluslararası düzeyde kabul görmüş standartların oluşturulması ve uygulanabilirliğini temin etmek.
- ✓ Her bölgede aynı kaliteyi sağlamak için eksiklikleri giderecek bir yol haritası oluşturulması.
- ✓ Günlük raporlar ve saha denetimleriyle hem çalışan performansının hem de ticari sürdürülebilirliğin düzenli olarak takip edilmesi.
- ✓ Global pazara ve yerel pazarların farklılıklarını dikkate alan özel sistemler ve denetimlerin tasarlanması.
- ✓ Franchise sistemlerinin sürdürülebilirliği için ESG (Environmental, Social, Governance) odaklı uygulamaların teşvik edilmesi.
- ✓ Franchise modellerinde yerel pazar koşullarına uygunluk analizinin vurgulanması.

Amaç 2. Eğitim ve İnsan Kaynağının Güçlendirilmesi

- ✓ Çalışanların finansal ve sektörel bilgi düzeyini artırmaya yönelik kapsamlı eğitim programları geliştirilerek motivasyon ve performanslarının yükseltilmesi sağlanmalıdır.
- ✓ Çalışanların kişisel ve mesleki gelişimlerini desteklemek amacıyla kapsamlı eğitim planlamaları yapılmalı, bu doğrultuda sektöre özel içeriklerin yanı sıra finansal alan eğitimlerine benzer etkili programlar düzenlenmelidir.
- ✓ Dijital platformlar üzerinden kısa, odaklanmış ve yenilikçi uygulamalı eğitim ve saha deneyimi transferi modülleri tasarlanarak çalışanların bilgiye erişim süreçleri hızlandırılmalı ve öğrenim verimliliği artırılmalıdır.
- ✓ Çalışanların kurumsal süreçlere katılımını artırmak amacıyla düzenli geri bildirim anketleri uygulanmalı, sonuçlara dayalı iyileştirme planları oluşturularak sürdürülebilir bir gelişim ortamı sağlanmalıdır.
- ✓ Akademik iş birlikleri artırılmalı, sektörel eğitime önem veren işletmeler, eğitim odaklı dernek faaliyetlerine teşvik edilerek kurumsal üyelik süreçlerine dahil edilmelidir.
- ✓ Eğitim modüllerine “tekrar eğitim” ve “deneyim transferi” süreçlerinin entegrasyonu.

Konu 3. Franchise Markalarında Standartlaşma ve Sürdürülebilirlik

- ✓ Çalışanlara yönelik iç girişimcilik teşviklerinin sağlanması.

Amaç 3. Standartlaşmanın Sağlanması

- ✓ Franchise sistemi için belgelendirme, denetim, akreditasyon, eğitim ve kalite standartlarını oluşturarak tutarlı bir yapıyı hayata geçirmek. Bu çalışmalarını markaya özgü kayıtların sistematik bir şekilde tutulmasını sağlayacak şekilde geliştirmek.
- ✓ Uluslararası franchise işlemlerinde ilgili bölgenin kültürel ve ekonomik yapısına uygun uzmanlarla çalışılması.
- ✓ Şirketlerde ortak akıl ile karar alma süreçlerinin teşvik edilmesi ve bu süreçlerin düzenli olarak gözden geçirilmesi.
- ✓ Standartlaşma süreçlerinde “müşteri denetimleri” ve gizli müşteri uygulamalarının önemi vurgulanmalıdır.
- ✓ Uluslararası franchise sistemlerinde kültürel farklılıkların adaptasyonu için rehber dokümanların hazırlanması.

Amaç 4. Dijitalleşme ve Yalınlaşmanın Sağlanması

- ✓ Dijital teknolojiler kullanılarak bilgi akışının hızlandırılması ve süreçlerin daha verimli hale getirilmesi.
- ✓ Yalın eğitim süreçlerinin etkinliğinin artırılarak daha erişilebilir ve sürdürülebilir bir yapı oluşturulması.
- ✓ Kamuoyuna yönelik bilgilendirme yapılması ve bazı verilerin şeffaf bir şekilde paylaşılması. Bu amaçla, franchise yatırımcılarının süreçlere dijital olarak erişim sağlayabilmesi için bir platform geliştirilmesi.
- ✓ Dijital ve akıllı araçların denetim süreçlerinde kullanımına ilişkin örnekler sunulmalıdır.

Amaç 5. Doğru Tedarik Kaynaklarının Belirlenmesi

- ✓ Tedarik kaynaklarının etkin ve doğru bir şekilde belirlenmesi, bu doğrultuda markaların büyüme süreçlerinde uygun kriterlerin dikkate alınmasının teşvik edilmesi.
- ✓ Tedarik zinciri yönetimine yönelik, franchise sahiplerinin katılımını sağlayacak bir eğitim programı geliştirilmesi.
- ✓ Tedarikçi seçiminde marka için kritik öneme sahip ürünler ve ikinci marka muadilleri için değerlendirme kriterleri sunulmalıdır.

Amaç 6. İtibar ve Alanında Uzman Kişilerin Yetiştirilmesi

- ✓ Mesleki itibar kazanımını desteklemek amacıyla alanında uzman çalışanların yetiştirilmesi.
- ✓ Franchise sistemi konusunda uzman bireylerin yetiştirilmesi için üniversitelerle stratejik iş birliklerinin geliştirilmesi.
- ✓ Sertifika programları ve ilgili ders içeriklerinin akademik müfredatlara entegre edilmesi.

Amaç 7. Çalışan Aidiyetinin Artırılması

- ✓ Çalışanların şirkete bağlılıklarını artırmaya yönelik sosyal haklar, kariyer planlaması ve benzeri unsurların geliştirilmesi. Bununla birlikte, çalışanların kişisel gelişim hedeflerinin kurumun büyüme hedefleriyle uyumlandırılmasının yapılması.
- ✓ Ücret politikaları ile çalışan motivasyonunun ve aidiyet duygusunun desteklenmesi.
- ✓ Denetim süreçlerinin çalışanların motivasyonunu destekleyecek şekilde yapılandırılması.
- ✓ Çalışanların kariyer hedefleri ile franchise sisteminin büyüme hedeflerini uyumlu hale getiren planların geliştirilmesi.
- ✓ Günlük standart raporların, geri dönüş mekanizmalarının etkinliği artırmak için merkez ile paylaşımı.

Amaç 8. UFRAD Liderliğinde Franchise Markalarında Standartlaşmanın ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması

- ✓ UFRAD'ın rehberliğinde, başarılı franchise markalarının bilgi ve deneyimlerini paylaşarak sektörel gelişime katkıda bulunmalarını sağlamak amacıyla derneğe katılımları teşvik edilmelidir.
- ✓ Başarılı markaların UFRAD çatısı altında bir araya getirilmesi, franchise ekosisteminin daha güçlü ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasına olanak tanıyacak; uluslararası standartların oluşturulması ve uygulanmasında stratejik bir adım olacaktır.
- ✓ UFRAD, franchise ekosisteminde uluslararası düzeyde kabul gören standartların oluşturulmasında liderlik yapmalı ve bu standartların uygulanabilirliğini sağlamalıdır.
- ✓ UFRAD'ın rehberliğinde, başarılı franchise markalarının bilgi ve deneyimlerini paylaşmaları teşvik edilerek derneğe katılımları sağlanmalıdır.
- ✓ Başarılı markaların UFRAD çatısı altında bir araya getirilmesi, sektörel bilgi paylaşımı ve deneyim aktarımı platformlarının oluşturulmasıyla desteklenmelidir.
- ✓ Eğitim içeriklerinin geliştirilmesi, dijital platformların kullanımının yaygınlaştırılması ve sektöre yönelik kapsamlı eğitim programlarının oluşturulmasında UFRAD'ın sektörel rehberliği sağlanmalıdır. Bu amaçla, sektör paydaşlarının birlikte düzenleyeceği ortak eğitim programlarının ve iş birliklerinin çoğaltılmasına önem verilmelidir.
- ✓ UFRAD, kamuoyuna yönelik bilgilendirme yaparak şeffaflık ilkesini benimsemeli ve sektörle ilgili temel verilerin paylaşımını sağlamalıdır.
- ✓ Fuarlarda, franchise alan ve verenler için interaktif yuvarlak masa toplantılarının düzenlenmesi.
- ✓ Sosyal sorumluluk projeleri aracılığıyla sektörel farkındalığın artırılması.

Konu 3. Franchise Markalarında Standartlaşma ve Sürdürülebilirlik

Sonuç: Franchise markalarının standartlaşması ve sürdürülebilirliğini sağlamak için ticari süreçlerin uluslararası standartlarla uyumlu hale getirilmesi, çalışan eğitim ve gelişim programlarının güçlendirilmesi ve dijitalleşme ile yalınlaşma stratejilerinin uygulanmasına öncelik verilmelidir. Doğru tedarik kaynaklarının belirlenmesi, mesleki itibarın artırılması ve çalışan aidiyetinin güçlendirilmesi hedeflenmelidir. Ayrıca, UFRAD liderliğinde bilgi paylaşımı platformlarının oluşturulması, uluslararası düzeyde kabul gören standartların geliştirilmesi ve sektörel bilgi paylaşımının artırılması teşvik edilmelidir. Franchise sistemlerinin daha güçlü bir yapıya kavuşması için eğitim programlarının geliştirilmesi ve sürdürülebilirlik odaklı adımların atılması sağlanmalıdır

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

***Konu 4. Dijitalleşme ve Yeni
Teknolojilerin Etkin
Kullanımı***

Konu 4. Dijitalleşme ve Yeni Teknolojilerin Etkin Kullanımı

Çalıştayın önemli başlıklarından biri olan "**Dijitalleşme ve Yeni Teknolojilerin Etkin Kullanımı**", franchising sistemlerinin uluslararası düzeyde yayılımını kolaylaştıracak fırsatları vurgulamış ve dijital dönüşüm süreçlerinin operasyonel verimlilik, izlenebilirlik ve rekabet gücü üzerindeki etkilerini ele almıştır. Bu masanın sonuç raporu, franchising ekosisteminin sürdürülebilir büyümesini sağlamak, uluslararası pazarlarda başarıyı desteklemek ve sektörel sorunlara çözüm önerileri sunmak amacıyla dijitalleşme odaklı beş ana hedef doğrultusunda hazırlanmıştır:

Amaç 1. Franchising Ekosisteminin Mevcut Durumunun Analiz Edilerek Dijitalleşme ve Etkin Teknoloji Kullanımı ile İyileştirilmesi

Amaç 2. Satış Kanallarının Çeşitlendirilmesi ve Platform Bağımsızlığının Sağlanması

Amaç 3. Sosyal Medyanın Etkin Kullanımının Sağlanması ve Görünürlüğün Artırılması

Amaç 4. İşletmelerin Verilerini Doğru Bir Şekilde Kullanılmasının Sağlanması ve Yapay Zekanın Aktif ve Doğru Kullanılması

Amaç 5. UFRAD'ın Dijitalleşme ve Yeni Teknolojiler Kullanım Sürecindeki Katkısını Artırmak

Amaç 1. Franchising Ekosisteminin Mevcut Durumunun Analiz Edilerek Dijitalleşme ve Etkin Teknoloji Kullanımı ile İyileştirilmesi

- ✓ Franchise markalarının paket servis ve satış platformlarındaki yüksek komisyon oranlarını minimize etmek için stratejik düzenlemeler yapılması.
- ✓ Kuryelerin yetersizliği veya eksikliği nedeniyle yaşanan sorunları önlemek için, platformlar üzerinde şeffaflık ve izlenebilirlik sağlayan dijital çözümler geliştirilmesi.
- ✓ Platformların, mağaza ve ürün bazında satış verilerini sağlayarak işletmelere şeffaf veri sunmalarının sağlanması.
- ✓ UFRAD çatısı altındaki firmalar için kurye firmaları komisyon oranları kapsamında çalışma yapılması ve daha iyi bir gelir dağılımının sağlanması.
- ✓ UFRAD'a üye olmayan paket servis ve satış platformlarının sektöre entegrasyonu için çalışmalar yapılması.
- ✓ Sosyal medya kullanımının profesyonel şekilde yönetilmesi için, doğru içerik stratejileri ve ajans desteği sağlanması.
- ✓ Sosyal medyada doğruluğu teyit edilemeyen bilgilerin önüne geçilmesi ve işletmelerin sosyal medya üzerinden gelen yorumlara etkin bir şekilde geri dönüş yapmalarının sağlanması.
- ✓ Sosyal medya ajanslarının sektöre yönelik bilgi birikimlerini artıracak eğitimler verilmesi ve ajans maliyetlerinin düşürülmesi için alternatif çözümler geliştirilmesi.
- ✓ LinkedIn gibi platformların yatırımcılarla etkin iletişim kuracak şekilde daha verimli kullanılması.
- ✓ Yapay zekâ kullanımının artırılması için sektörün ihtiyaçlarına uygun dijital çözümler geliştirilmesi ve bu teknolojinin doğru alanlarda kullanılması konusunda stratejiler oluşturulması.
- ✓ Yapay zekâ kullanımına ilişkin bilgi kirliliğinin ortadan kaldırılması ve farkındalığın artırılması için eğitim ve seminerler düzenlenmesi.

Konu 4. Dijitalleşme ve Yeni Teknolojilerin Etkin Kullanımı

- ✓ Yapay zekâ kullanımının güvenli ve etkili bir şekilde entegre edilmesi için hukuki düzenlemeler ve veri güvenliği standartlarının oluşturulması.

Amaç 2. Satış Kanallarının Çeşitlendirilmesi ve Platform Bağımsızlığının Sağlanması

- ✓ İşletmelerin platforma bağlı kalmadan kendi müşteri kitlesini ve pazar yerini oluşturması.
- ✓ Markaların satış platformlarındaki ulaşılabilirliğinin artırılması.
- ✓ Ara rakamların daha stabil hale gelmesi.
- ✓ Paket servis ve satış platformlarıyla franchise markalarının ilişkilerinde karşılaşılan başlıca sorunları çözebilmek adına direkt satış kanallarını arttırmak ve sadakat programlarını güçlendirmek.

Amaç 3. Sosyal Medyanın Etkin Kullanımının Sağlanması ve Görünürlüğün Artırılması

- ✓ İşletmelerin kullandığı sosyal medya platformlarının artırılması ve çeşitlendirilmesi.
- ✓ Satışları ve marka bilinirliğini arttırmak amacıyla sosyal medyanın kullanımının artırılması.
- ✓ Sosyal medya kullanımında iki farklı temelde ilerlenmesi: İşletmelerin hem kendi bünyesinde içerik üretebilecek yeteneğe sahip olması hem de profesyonel ajanslardan destek alması.
- ✓ Sosyal medya kullanımında kullanılan dilin özenle seçilmesi; hizmete göre dil yönetimi yapılması.
- ✓ Tik Tok'un kullanımının artırılması, çünkü bu platform hızlı oturan algoritmasıyla doğru stratejiyle odaklanılmış bilgi sağlayabilir.

Amaç 4. İşletmelerin Verilerini Doğru Bir Şekilde Kullanılmasının Sağlanması ve Yapay Zekanın Aktif ve Doğru Kullanılması

- ✓ Ölçümü yapılamayan konuların yönetimi zordur bu nedenle veri toplamak önemli bir konudur. Veri olmadan firmalar ölçüm yapamamaktadır. Dolayısıyla, siteye giren kişi sayısı, alışveriş yapan müşteri sayısı vb. gibi verilerin elde edilmesi konusu firmaların son kullanıcıyla düzgün iletişim kurması açısından önemlidir. Bu konularda yapay zekadan faydalanılabilir.

Amaç 5. UFRAD'ın Dijitalleşme ve Yeni Teknolojiler Kullanım Sürecindeki Katkısını Artırmak

- ✓ **Kurye firmalarının gelir paylaşımı konusunda düzenlemeler yapılması:** Kurye firmalarının, ana firmalardan daha fazla gelir elde etmeleri, franchise markaları için bir sorun teşkil etmektedir. UFRAD, markaların çıkarlarını koruyarak, kurye firmalarıyla pazarlık yapabilir ve UFRAD çatısı altındaki firmaların satış platformlarında öncelikli konumlandırılmasını sağlayabilir.

Konu 4. Dijitalleşme ve Yeni Teknolojilerin Etkin Kullanımı

- ✓ **Sosyal medya kullanımının profesyonelleştirilmesi:** Sosyal medya üzerinde yaşanan bilgi kirliliği, markaların dijital imajını zedeleyebilmektedir. UFRAD, sosyal medya kullanımını profesyonel kişiler tarafından yapılmasını teşvik etmek amacıyla, e-ticaret ve dijital teknolojilerin etkin kullanımı konularında eğitimler düzenleyebilir.
- ✓ **Satış platformlarının etkin kullanımı konusunda eğitimler:** UFRAD, üyelerine satış platformlarının etkin kullanımı hakkında eğitimler sunabilir. Bu eğitimlerde içerik oluşturma, görsellerin tasarımı ve platformların özelliklerine uygun stratejiler geliştirilmesi gibi konularda kriterler belirlenebilir.
- ✓ **Başarılı işletmelerin deneyimlerinin paylaşılması:** UFRAD, başarıya ulaşmış franchise işletmelerinin deneyimlerini diğer üyelerle paylaşmalarını teşvik edebilir. Örnek olay çalışmaları oluşturularak, işletmelere yol gösterici bilgi ve stratejiler sunulabilir.
- ✓ **Hizmet sağlayıcıları ve alıcıları bir araya getirme:** UFRAD, hizmet sağlayıcılar ve hizmet alıcıları arasında bir köprü kurarak, yatırımcıları da UFRAD aracılığıyla üyelere ulaştırabilir. Bu sayede iş birlikleri artırılabilir ve sektörel çeşitlilik sağlanabilir.
- ✓ **Sektörel çeşitliliğin artırılması:** Gıda sektörü, franchising sektöründe oldukça dinamik bir alandır. Ancak, beyaz eşya, mobilya ve ev tekstili gibi diğer sektörlerdeki franchise firmaları yeterince aktif olamamaktadır. UFRAD, bu sektörlerin de daha fazla yer aldığı bir platform oluşturarak, franchising sektöründeki çeşitliliği artırabilir.
- ✓ **Regülasyonlar ve akreditasyon süreçlerinin genişletilmesi:** UFRAD, franchising sektörü için gerekli regülasyonların oluşturulmasına öncülük edebilir. Ayrıca, akreditasyon ağını genişleterek, sektörün uluslararası standartlara uygunluğunu sağlayabilir.
- ✓ **Üyeler arasında iletişim ağının güçlendirilmesi:** UFRAD, üye işletmelerin birbirini daha iyi tanıması ve iş birliklerini güçlendirmesi için destek sağlayabilir. Bu bağlamda, bir paydaş kültürü oluşturulması ve iletişim ağının genişletilmesi önemlidir.
- ✓ **Yatırımcılar için benzer çalışmaların yapılması:** UFRAD, yatırımcılarla ilgili benzer bir çalışma yaparak, potansiyel yatırımcıları markalarla buluşturabilir. Yatırımcıların doğru bilgilendirilmesi ve sektöre daha fazla yatırım yapmalarının sağlanması hedeflenebilir.
- ✓ **Uluslararası etkinliklerde yer alma:** UFRAD, yabancı yatırımcıları ve markaları etkinliklere dahil edebilir. Ayrıca, farklı ülkelerde gerçekleştirilen fuarlara katılmak ve yurt dışı açılım için gerekli firmalarla iletişimi kurmak, UFRAD'ın uluslararası stratejilerinde önemli bir yer tutmaktadır.
- ✓ **Paket servis ve satış platformlarıyla yaşanan sorunların çözülmesi:** UFRAD, paket servis ve satış platformları konusunda firmaların yaşadığı sıkıntılar, özellikle karartma ve görünürlük sorunlarıyla ilgili çözümler üretebilir. UFRAD'ın gücünü kullanarak, bu tür sorunların önüne geçilmesi sağlanabilir.
- ✓ **Yapay zekâ kullanımına yönelik eğitimler düzenlenmesi:** Yapay zekanın doğru kullanımı konusunda UFRAD, bilgilendirici eğitimler düzenleyebilir. Bu eğitimlerle,

Konu 4. Dijitalleşme ve Yeni Teknolojilerin Etkin Kullanımı

işletmelerin yapay zekadan nasıl faydalanabilecekleri konusunda farkındalık yaratılabilir.

- ✓ **Eğitim ve denetim süreçlerinin geliştirilmesi:** Eğitim sektöründeki yatırımcılar için UFRAD, eğitimden anlayan profesyoneller tarafından yapılacak eğitimlerle sektöre katkı sağlayabilir. Ayrıca, belirli kriterler doğrultusunda yapılan denetimlerle, kaliteli eğitim süreçlerinin oluşturulması sağlanabilir.

Sonuç: Franchise sektöründe dijitalleşmenin ve yeni teknolojilerin etkin kullanımına öncelik verilerek operasyonel verimliliğin artırılması, izlenebilirliğin sağlanması ve rekabet gücünün yükseltilmesi hedeflenmelidir. Franchising ekosisteminin mevcut durumunun analiz edilerek dijitalleşme odaklı iyileştirmeler yapılması, satış kanallarının çeşitlendirilmesi, sosyal medya görünürlüğünün artırılması ve işletmelerin yapay zekayı entegre ederek verilerini doğru kullanmaları teşvik edilmelidir. UFRAD'ın dijitalleşme sürecindeki katkısının artırılması, paket servis ve satış platformlarındaki sorunların çözülmesi, yapay zeka temelli stratejilerin geliştirilmesi ve sosyal medyanın profesyonel kullanımının yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Ayrıca, eğitimlerin artırılması, başarılı uygulamaların paylaşılması ve uluslararası etkinliklerde aktif rol alınması, sektörün dijitalleşme sürecine katkı sağlayacak önemli adımlar arasında yer almalıdır.

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

***Konu 5. Markanın Doğru
Konumlandırılması
Yöntemleri***

Konu 5. Markanın Doğru Konumlandırılması Yöntemleri

Bu çalıştayın önemli başlıklarından biri olan “**Markanın Doğru Konumlandırılması Yöntemleri**” masası, franchising sistemlerinde markaların uzun vadeli başarısını sağlamak için kritik bir öneme sahiptir. Bu masanın sonuç raporu, franchising ekosisteminin daha etkin bir şekilde yönetilmesi, sektörel sorunların tespit edilmesi, çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve stratejik bir yol haritasının oluşturulması amacıyla aşağıda yer alan amaçlar doğrultusunda hazırlanmıştır.

Amaç 1. Markanın Başarısı için Doğru Lokasyon Seçimi

Amaç 2. AVM Düzeninde Franchise Sistemiyle Karşılaşılan Sorunları Çözmek

Amaç 3. Franchisor ve Franchisee Anlaşmalarında Etkin ve Şeffaf İlkelerin Belirlenmesi

Amaç 4. UFRAD’ın Franchising Ekosistemine Katkısını Güçlendirmek

Amaç 1. Markanın Başarısı İçin Doğru Lokasyon Seçimi

- ✓ Lokasyon belirleme süreçlerinde, istatistiksel analiz ve veri madenciliğine dayalı ileri teknolojilerin etkin bir şekilde kullanılmasının sağlanması.
- ✓ Hatalı lokasyon seçimlerinden kaynaklanabilecek olumsuz sonuçları minimize etmek amacıyla, stratejik olarak yapılandırılmış esnek bütçe planlamalarının hazırlanması (*Tüm değerlendirmeler yapılmış olsa da olası bir başarısızlıkta, yatırımı yeni bir lokasyona taşımamanın maliyetinin yatırıma dahil edilmesi uzun süreli başarıyı getirecektir*).
- ✓ Alışveriş merkezlerinde franchise kiralamaalarının, marka imajının korunması ve kontrolün sağlanması amacıyla doğrudan markalar tarafından yönetilmesinin temin edilmesi (*Özellikle stratejik önemi olan AVM’lerde franchisor’un ana kiralayıcı olarak devrede olması markaya franchisee tarafından gelebilecek zararların önüne geçilmesini sağlamaktadır*).
- ✓ Rekabetin tehdit yerine sektörel büyümeyi ve pazar dinamiklerini destekleyen bir fırsat olarak değerlendirilmesi için yenilikçi ve sürdürülebilir stratejilerin geliştirilmesi (*Aynı ürün çeşidini satan farklı markaların bir arada olması orada daha kuvvetli ve cazip bir pazar yaratacak ve tüm markalara fayda sağlayacaktır*).

Amaç 2. AVM Düzeninde Franchise Sistemiyle Karşılaşılan Sorunları Çözmek

- ✓ AVM’lerde sosyal/kültürel etkinliklerin artırılmasına yönelik mekanların oluşturulması ve geliştirilmesi. Sıradan AVM’lerin yerine artık bir yaşam merkezi konseptinde açılan, kültürel ve sosyal mekanların ağırlıkta olduğu projelere rağbet artmaktadır.
- ✓ Sosyal ve kültürel etkinliklere ev sahipliği yapan AVM’lerin üyeler tarafından öncelikli olarak tercih edilmesi için teşvik mekanizmalarının geliştirilmesi.
- ✓ Bu niteliklere sahip AVM’ler ile üyeler arasında iş birliğini artırmak amacıyla stratejik yönlendirme ve destek faaliyetlerinin uygulanması.

Amaç 3. Franchisor ve Franchisee Anlaşmalarında Etkin ve Şeffaf İlkelerin Belirlenmesi

- ✓ Franchisor ve franchisee arasındaki ilişkilerde dürüstlük ve açıklık ilkelerinin tüm süreçlerde etkin bir şekilde benimsenmesini sağlamak.
- ✓ Franchise gelirlerinin, şeffaf bir biçimde toplanmasını ve yönetilmesini garanti altına almak için gerekli kontrol ve raporlama mekanizmalarını oluşturmak.

Konu 5. Markanın Doğru Konumlandırılması Yöntemleri

- ✓ Ön sözleşme uygulamalarının sektörde yaygınlaştırılması ve bu uygulamaların standart hale getirilmesi için hukuki ve operasyonel süreçlerin geliştirilmesi.
- ✓ Halkla ilişkiler, sosyal medya yönetimi ve reklam faaliyetlerinin franchisor tarafından üstlenilerek marka bütünlüğünün korunmasını ve daha geniş bir müşteri kitlesine erişimin sağlanmasını temin etmek.
- ✓ Franchisee'nin yaratıcılığını destekleyecek stratejiler geliştirerek, onu yalnızca bir uygulayıcı değil, markaya değer katan bir ortak olarak değerlendirmek.
- ✓ Franchisor'ların franchisee'lerinden topladıkları, reklam, denetleme vb. başlık altındaki ücretlerde şeffaf olması ve düzenli olarak franchisee'lere harcamaları raporlaması franchisee – franchisor arasındaki güveni pekiştirecektir.
- ✓ Franchise sözleşmelerinde cezai yaptırımların açık, net ve uygulanabilir şekilde tanımlanmasını sağlayarak taraflar arasında güvenilir bir iş ortamı oluşturmak.

Amaç 4. UFRAD'ın Franchising Ekosistemine Katkısını Güçlendirmek

- ✓ Lokasyon seçimleri ve AVM yönetiminde ileri teknoloji uygulamalarının etkin kullanımı için, bu alanda uzmanlaşmış firmaların dernek bünyesinde yer alması ve üyelere iş birliği içerisinde çalışmasının sağlanması (*Lokasyon seçiminde yararlı data ve analiz imkânı sunun çözüm ortaklarının UFRAD destekçi üyeleri arasına eklenmesi ve hizmetlerinden üyelerin yararlandırılması*).
- ✓ Sosyal ve kültürel etkinlikleri destekleyen alışveriş merkezlerini belirlemlenmesinin ve bu mekanların üyelere duyurulması amacıyla bir veri tabanının oluşturulmasının sağlanması.
- ✓ Çalıştaylar ve yuvarlak masa toplantılarının sayısının artırılarak, sektörel konuların derinlemesine ele alınması ve ticaret odalarıyla iş birlikleri yoluyla bu etkinliklerin daha geniş bir katılımcı kitlesine ulaşmasının teşvik edilmesi.
- ✓ Sosyal medya ve dijitalleşme konularında üyelerin ihtiyaçlarına yönelik yenilikçi çözümler sunabilmek için, alanında uzman çözüm ortaklarıyla iş birliği yapılması ve bu çözümlerin üyelere paylaşılması.
- ✓ Franchise sözleşmelerinde şeffaflık kriterlerinin standart hale getirilmesi amacıyla yazılı düzenlemelerin hazırlanması, ilan edilmesi ve sektör genelinde benimsenmesinin teşvik edilmesi.
- ✓ Tüm üyelerin, lokasyon seçimi, dijitalleşme ve veri analitiği gibi teknolojik hizmetlere ayrıcalıklı ve erişilebilir bir şekilde ulaşmalarını temin etmek için dernek tarafından destekleyici politikalar geliştirilmesi.

Sonuç: *Franchise markalarının uzun vadeli başarısını desteklemek için doğru lokasyon seçiminde veri odaklı teknolojilerin kullanılması, AVM düzeninde karşılaşılan sorunlara yönelik sosyal ve kültürel mekanların artırılması ve franchisee-franchisor ilişkilerinde şeffaflık ile güvenin güçlendirilmesi öncelikli hedefler arasında yer almalıdır. Franchising sözleşmelerinde dürüstlük ve açıklık ilkelerinin benimsenmesi, UFRAD'ın sektörel rehberlik rolünü güçlendirerek lokasyon seçimi, dijitalleşme ve veri analitiği gibi alanlarda destek sağlaması teşvik edilmelidir.*

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

***Konu 6. Geleceğin Franchise
Markasından Beklentiler ve
Yeni Uygulamalar***

Konu 6. Geleceğin Franchise Markasından Beklentiler ve İyi Uygulamalar

Çalıştayın başlıklarından biri olan "**Geleceğin Franchise Markasından Beklentiler ve İyi Uygulamalar**", gelecekte franchise markalarının uluslararası düzeyde etkin bir şekilde yayılmasını sağlamak, yenilikçi ve çevre dostu uygulamaların benimsenmesini teşvik etmek ve sürdürülebilirlik standartlarını güçlendirmek için gerekli stratejik adımları ele almıştır. Bu masanın sonuç raporu, franchise ekosisteminin rekabet gücünü artırmak, sektörel sorunları tespit etmek, iyi uygulama örneklerini yaygınlaştırmak ve franchise markalarının sürdürülebilir bir geleceğe uyum sağlaması için çözüm önerileri geliştirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Amaç 1. Yeşil Franchise ve Sürdürülebilirlik Süreçlerinin Geliştirilmesi ve Uygulanabilirliğinin Sağlanması

Amaç 2. Enerji Tasarrufunun ve Kaynak Verimliliğinin Artırılması ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması

Amaç 3. Eğitim ve Farkındalık Çalışmaları ile Yeşil Franchise Kültürünün Yaygınlaştırılması ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması

Amaç 4. Teknolojik Yeniliklerin Franchising Sistemlerine Entegrasyonunun Sağlanması

Amaç 5. Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama Stratejileri ile Tüketici Kitlesinin Genişletilmesi ve Marka Bilinirliğinin Artırılması

Amaç 6. Müşteri Deneyiminin İyileştirilmesi ve Kişiselleştirilmiş Hizmetlerin Geliştirilmesi

Amaç 7. Dijitalleşme ile Operasyonel Verimliliğin Artırılması

Amaç 8. Müşteri Memnuniyetinin Artırılması ve Sadakat Programlarının Güçlendirilmesi

Amaç 9. UFRAD Liderliğinde Yeşil Franchise Uygulamalarının Desteklenmesi ve Sertifikasyon Süreçlerinin Geliştirilmesi

Amaç 1. Yeşil Franchise ve Sürdürülebilirlik Süreçlerinin Geliştirilmesi ve Uygulanabilirliğinin Sağlanması

- ✓ Yeşil franchise kavramının net bir şekilde tanımlanarak sektörel standartların oluşturulması ve bu standartların uygulanabilirliğinin sağlanması.
- ✓ Yeşil franchise uygulamaları için ortak ilkelerin ve protokollerin geliştirilmesi, sektörde geniş kabul görmesi için gerekli farkındalık ve iş birliği çalışmalarının yürütülmesi.
- ✓ Devletin, yeşil franchise süreçlerine yönelik rehberlik ve teşvik mekanizmaları oluşturması, bu doğrultuda politika ve düzenlemelerin uygulanmasını desteklemesi.
- ✓ Atık yönetimi ve enerji tasarrufu süreçlerini kontrol altına almak amacıyla yaptırım gücü yüksek yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesi.
- ✓ Alışveriş merkezleri ve cadde mağazaları gibi yoğun ticari alanların yeşil dönüşüm standartlarına uyumunun sağlanması için kamu desteğinin artırılması ve zorunlu düzenlemelerin uygulanması.

Amaç 2. Enerji Tasarrufunun ve Kaynak Verimliliğinin Artırılması ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması

- ✓ UFRAD üyeleri arasında enerji tüketimi ve geri dönüşüm oranlarına yönelik somut ve ölçülebilir hedeflerin belirlenmesi (örneğin, %5 enerji tasarrufu veya %10 geri dönüştürülebilir kâğıt kullanımı).
- ✓ Belirlenen hedeflerin yıl sonu raporlarıyla değerlendirilmesi ve bu değerlendirmeler doğrultusunda ülke genelinde sağlanan enerji tasarrufunun hesaplanması.
- ✓ Enerji tasarruflu teknolojilerin (örneğin, çevreci fırınlar ve enerji tasarruflu makineler) yaygınlaştırılması ve 4'lü çöp ayrışma sistemlerinin etkin bir şekilde kullanılması.
- ✓ Geri dönüşüm merkezlerinin kurulması ve bu merkezlerden ekonomik değer yaratılması için modeller geliştirilmesi.
- ✓ Davlumbaz ve benzeri süreçlerde ortaya çıkan enerji kayıplarını minimize etmek için sektörel yöntem birliği oluşturulması ve bu doğrultuda eğitim programlarının uygulanması.
- ✓ Maliyeti ne olursa olsun çevresel faktörlere duyarlı, halkın sağlığına dikkat eden işletmelerin teşvik edilmesi.
- ✓ Enerji kayıplarını önlemek için kontrol mekanizmalarının sektörel süreçlere entegre edilmesi ve düzenli denetimlerle etkinliğinin sağlanması.

Amaç 3. Eğitim ve Farkındalık Çalışmaları ile Yeşil Franchise Kültürünün Yaygınlaştırılması ve Sürdürülebilirliğin Sağlanması

- ✓ Üniversitelerde yeşil franchise konusuna yönelik ders içeriklerinin geliştirilmesi ve bu alandaki eğitim programlarının uygulamaya geçirilmesi.
- ✓ Franchise sahipleri ve tüketiciler için çevre bilinci, enerji tasarrufu ve geri dönüşüm konularında farkındalığı artıracak etkinlikler ve bilgilendirme kampanyalarının düzenlenmesi.
- ✓ Yeşil franchise süreçleri için bir model oluşturulması ve bu modelin yasa yapıcılara sunulması ve yasal çerçevenin oluşturulmasının teşvik edilmesi.
- ✓ UFRAD çatısı altında dernek ve üniversite iş birliğiyle teşvik ve sübvansiyonlardan yararlanılması ve bu desteklerle yeşil franchise projelerinin hayata geçirilmesi.
- ✓ UFRAD ve üniversite işbirliği ile bir teknik ve idari komisyon oluşturulup, standartları belirledikten sonra enerji tasarrufu sağlayan, çevreye duyarlı franchise kuruluşlarına bir yeşil franchise sertifikası verilmesi ve bu kuruluşların takip edilip her sene sertifikalarının yenilenmesi.
- ✓ Yeşil franchise sertifikası almış franchise markalarının basında duyurulmasını sağlayarak, diğer markalara özendirici bir hale getirilmesi.
- ✓ Belediye veya diğer kamu kuruluşlarını bu organizasyona dahil ederek yeşil franchise sertifikası almış kuruluşlara, ek maddi kazanımlar sağlanması.
- ✓ Yurt dışındaki örnek çalışmaların incelenerek, UFRAD bünyesine uygun şekilde nasıl uyarlanabileceğinin değerlendirilmesi.

Amaç 4. Teknolojik Yeniliklerin Franchising Sistemlerine Entegrasyonunun Sağlanması

- ✓ Restoranlarda garsonsuz sipariş, dijital menü ve kioskla ödeme gibi teknolojik çözümlerin uygulanması.

Konu 6. Geleceğin Franchise Markasından Beklentiler ve İyi Uygulamalar

- ✓ Dijital ekranlar ve dijital etikete geçiş yapılarak fiyat değişimlerinin ve menü güncellemelerinin kolayca yönetilmesi.
- ✓ Uzaktan izlenebilen, programlanabilen cihazlar ve dijital mutfakların kullanılmasıyla üretimde verimliliğin artırılması.
- ✓ Yapay zekâ destekli faturalama sistemlerinin geliştirilmesi ve bu teknolojilere hâkim gençlerin istihdam edilmesi.
- ✓ Teknolojik altyapı yatırımlarıyla maliyetlerin azaltılması ve operasyonel verimliliğin artırılması.

Amaç 5. Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama Stratejileri ile Tüketici Kitlesinin Genişletilmesi ve Marka Bilinirliğinin Artırılması

- ✓ Sosyal medya ve web sitesi kullanımının artırılması, yapay zeka destekli dijital pazarlama stratejilerinin benimsenmesi.
- ✓ Sosyal medya fenomenleri ile iş birliği yapılarak genç tüketici kitlesine yönelik içerik üretiminin artırılması.
- ✓ Farklı yaş gruplarına uygun reklam stratejilerinin uygulanması.
- ✓ Sosyal medya tanıtımlarıyla meraktan gelen tüketicilerin sadık müşterilere dönüştürülmesi için etkili iletişim stratejilerinin geliştirilmesi.
- ✓ Büyük markaları kötülemek yerine, farklı tüketici gruplarına hitap eden alternatifler sunulması.

Amaç 6. Müşteri Deneyiminin İyileştirilmesi ve Kişiselleştirilmiş Hizmetlerin Geliştirilmesi

- ✓ Dijital uygulamalar aracılığıyla müşterilere isimle hitap edilmesi, doğum günü kutlamaları gibi kişiselleştirilmiş hizmetlerin sunulması.
- ✓ Yemeksepeti ve Getir gibi online platformlarla iş birliğinin artırılması.
- ✓ Müşteriye masada sipariş verdirek, kasasız ödeme sistemleriyle kolaylık sağlayan yenilikçi çözümlerin uygulanması.

Amaç 7. Dijitalleşme ile Operasyonel Verimliliğin Artırılması

- ✓ Üretimde dijital mutfaklar, depo sistemleri ve programlanabilir cihazların kullanılmasıyla süreçlerin optimize edilmesi.
- ✓ Anlık fiyat değişimlerinin ve menü düzenlemelerinin dijital platformlar üzerinden hızlıca yapılabilmesi.
- ✓ Verimlilik ve cihaz ömrünü artırmak için dijitalleşmiş üretim süreçlerinin teşvik edilmesi.

Amaç 8. Müşteri Memnuniyetinin Artırılması ve Sadakat Programlarının Güçlendirilmesi

- ✓ Ayrı bir müşteri deneyimi ekibi oluşturarak, çağrı merkezi, uygulama ve web sitesi üzerinden gelen şikâyetlerin günlük takibi ve haftalık raporlamalar ile süreçlerin etkin bir şekilde yönetilmesi.
- ✓ Müdavim kampanyaları (örneğin, 5 alana 1 hediye gibi) ve para puan biriktirme metotları ile müşterilerin tekrar ziyaretlerini teşvik eden sadakat programlarının geliştirilmesi.

Konu 6. Geleceğin Franchise Markasından Beklentiler ve İyi Uygulamalar

- ✓ Sadakat programlarının yazılımlarında dolandırıcılık riskini azaltmak için güvenlik açıklarının belirlenmesi ve gerekli tedbirlerin alınması.
- ✓ Müşteri şikayetleri durumunda para iadesi veya ürün değişimi gibi çözümler sunarak müşteri memnuniyetinin ve bağlılığının sağlanması.
- ✓ Müşterilere özel günlerde bilgilendirme mesajları ve özel indirim kampanyaları (örneğin, yılbaşı sepetleri, kandil simitleri) sunarak tüketici ilgisinin artırılması.
- ✓ Operasyonel sorunları azaltmak için masa siparişleri ile paket servis siparişlerinin ayrı yönetilmesi.
- ✓ Koşulsuz tüketici mutluluğu anlayışının benimsenerek müşteri sadakatının artırılması.
- ✓ Franchise sistemlerinin kalite standartlarını korumak için düzenli denetimlerin yapılması ve cezai yaptırımların uygulanması.
- ✓ Franchise markalarının hızlı büyüme süreçlerinde kaliteyi koruyarak marka itibarını güçlendirmesi için destek ve kontrol mekanizmalarının sağlanması.
- ✓ Trend ürünlerin dijital boardlar ve menüler aracılığıyla tanıtılması, böylece tüketici ilgisinin güncel akımlara yönlendirilmesi.

Amaç 9. UFRAD Liderliğinde Yeşil Franchise Uygulamalarının Desteklenmesi ve Sertifikasyon Süreçlerinin Geliştirilmesi

- ✓ Üniversitelerin katkılarıyla çevre dostu uygulamalar ve yeşil enerji temalı çalışmalar yürütecek bir komisyonun kurulması.
- ✓ Kurulan komisyonun, yeşil franchise için temel kriterleri ve standartları belirlemesi.
- ✓ Franchise sistemlerinde çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde "Yeşil Franchise Sertifikası" verilmesi ve bu sertifikaların basın aracılığıyla tanıtılarak kamuoyunda farkındalık yaratılması.
- ✓ Sertifikalı franchiselerin her yıl düzenli olarak denetlenmesi; denetim sonuçlarına göre kriterlere uymayan işletmelerin sertifikalarının gerekçeleriyle birlikte geri alınması.
- ✓ Franchise sisteminin belirli hizmetlerini taşıyan firmalar aracılığıyla çevresel sürdürülebilirlik odaklı olarak geliştirilmesi ve yönetilmesi.
- ✓ Komisyon toplantılarının düzenli olarak gerçekleştirilmesi ve raporlanarak UFRAD'ın yeşil franchise stratejilerinin güncellenmesi.

Sonuç: Franchise markalarının sürdürülebilir geleceği için yeşil franchise süreçlerinin geliştirilmesi, enerji tasarrufu ve kaynak verimliliğinin artırılması, teknolojik yeniliklerin entegrasyonu ve dijitalleşme ile operasyonel verimliliğin sağlanması temel hedefler arasında yer almalıdır. Müşteri deneyiminin iyileştirilmesi, sosyal medya ve dijital pazarlama stratejileriyle marka bilinirliğinin artırılması, sadakat programlarının güçlendirilmesi ve çevresel sürdürülebilirliği destekleyen "Yeşil Franchise Sertifikası" uygulamalarıyla sektörde farkındalık yaratılması teşvik edilmelidir. UFRAD liderliğinde yeşil franchise uygulamalarının yaygınlaştırılması, eğitim ve farkındalık çalışmalarının artırılması ve çevre dostu standartların benimsenmesiyle franchise ekosisteminin uluslararası düzeyde etkinliği artırılmalıdır.

11.12.2024



FRANCHISING DERNEĐİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

***Konu 7. Hukuki Süreçlerin
Önemi ve Yapısı***

Konu 7. Hukuki Süreçlerin Önemi ve Yapısı

Çalıştayın başlıklarından biri olan "**Hukuki Süreçlerin Önemi ve Yapısı**", franchise sisteminde hukuki süreçlerin etkin yönetilmesinin sürdürülebilir başarı için kritik öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır. Sonuç raporu, franchise ekosisteminde hukuki süreçlerin etkin yönetilmesi için atılması gereken adımlar ve geliştirilmesi gereken stratejiler üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Amaç 1. Franchise Veren ve Franchise Alan Arasındaki Hukuki Anlaşmazlıkları Çözmek

Amaç 2. Tüketici Hakları ile Franchise Sözleşmeleri Arasında Dengeyi Sağlamak

Amaç 3. Mevzuatın Değişen Dinamikleri ile Franchise İş Modelinin Uyumunu Sağlamak

Amaç 4. Rekabet Yasalarının Franchise Sektörü Üzerindeki Etkilerini Analiz Etmek ve Yasal Çerçevenin Sektörde Nasıl Uygulanması Gerektiğini Belirlemek.

Amaç 5. Franchise Markalarının Pazara Giriş Stratejileri ile Rekabet Kısıtlamaları Arasındaki İlişkiyi Belirlemek ve Markaların Sürdürülebilirliğini Sağlamak.

Amaç 6. Franchise Verenlerin Rekabeti Sınırlayıcı Faaliyetlerinin Franchise Alan Firmalar Üzerinde Yaratabileceği Sorunları Belirlemek ve Bu Sorunları Önlemek İçin Çözüm Önerileri Geliştirmek.

Amaç 7. Franchise Sözleşmelerinde Anlaşmazlıkların Giderilmesinde Etkili Yöntemler Geliştirilmesi

Amaç 8. Franchise Sözleşmelerinde Yükümlülüklerin Belirlenmesi Sürecinin İyileştirilmesi

Amaç 9. Franchise Sözleşmelerinin Hukukî Denetiminin Etkinleştirilmesi

Amaç 10. Hukuki Süreçlerin İyileştirilmesinde UFRAD'ın Katkılarının Artırılması

Amaç 1. Franchise Veren ve Franchise Alan Arasındaki Hukuki Anlaşmazlıkları Çözmek

- ✓ **Sözleşmelerin Şeffaflaştırılması ve Güncellenmesi:** Franchise veren ve alan taraflar arasında hukuki anlaşmazlıkları önlemek amacıyla, sözleşmelerin açık, net ve her iki tarafın haklarını eşit şekilde koruyacak şekilde hazırlanması sağlanmalıdır. Ayrıca, sözleşmelerin sektörel gelişmelerle uyumlu olarak periyodik olarak gözden geçirilmesi önerilmektedir.
- ✓ **Hukuki Süreçlerin Yönetimi ve Profesyonel Destek Alınması:** Franchise firmaları, hukuki sorunlar ortaya çıkmadan önce profesyonel danışmanlık hizmetleri alarak, sözleşme ve süreçlerin doğru şekilde yönetilmesini sağlamalıdır. Franchise firmaları, sözleşme ihlalleri durumunda öncelikle ihlalin giderilmesi için yazılı bir ihtarname göndererek taraflara belirli bir süre tanınmalıdır. Ticari itibarın ciddi şekilde zedelenmesi gibi ağır durumlarda ise, derhal fesih hakları saklı tutulmak kaydıyla, sözleşmenin feshedileceği yönünde bir ihtar gönderilmesi önem taşır. Belirtilen süre içerisinde ihlal giderilmediği takdirde, sözleşmenin feshi süreci başlatılarak ticari ilişkilerin sonlandırılması yönünde hukuki adımlar atılmalıdır. Uyuşmazlıkların çözümü için ise arabuluculuk, tahkim ya da mahkeme gibi yöntemler belirlenerek, tarafların hak ve yükümlülükleri güvence altına alınmalıdır. Bu süreçlerin profesyonel danışmanlık

Konu 7. Hukuki Süreçlerin Önemi ve Yapısı

desteğiyle yürütülmesi, hukuki risklerin azaltılmasına ve sürecin etkin bir şekilde yönetilmesine katkı sağlar.

- ✓ **Eğitim Programları Düzenlenmesi:** Franchise veren ve alan taraflar için hukuki süreçler hakkında bilinçlendirici eğitimler ve seminerler düzenlenerek, tarafların hak ve yükümlülüklerini anlamaları sağlanmalıdır.

Amaç 2. Tüketici Hakları ile Franchise Sözleşmeleri Arasında Dengeyi Sağlamak

- ✓ **Tüketici Hakları Eğitimleri:** Franchise çalışanlarına tüketici hakları konusunda düzenli eğitimler verilerek, markaların tüketici haklarını ihlal etmeden operasyonlarını sürdürebilmesi sağlanmalıdır.
- ✓ **Tüketici Şikayetlerinin Yönetimi:** Franchise veren ve alan firmalar, tüketici şikayetlerinin etkili bir şekilde değerlendirilmesini ve çözülmesini sağlamak için ortak sorumluluk almalı, şikayetlerin hızla giderilmesi için denetim ve takip süreçlerini geliştirmelidir.
- ✓ **Standartlar ve Ürün Kalitesinin Artırılması:** Franchise veren firmalar, markalarının itibarını korumak amacıyla, ürün ve hizmet standartlarını tüketici odaklı bir şekilde belirlemeli ve denetimlerle uyumlu hale getirmelidir.
- ✓ **Bilgilendirme Yükümlülüğü:** Franchise verenin, franchise alanlara ve tüketicilere yönelik bilgilendirme yükümlülüklerini yerine getirmesi önemlidir. Özellikle franchise alanların sözleşmenin kapsamını tam anlaması sağlanmalıdır.
- ✓ **Daha Sıkı Denetimler:** Tüketici haklarının korunmasına yönelik artan yasal gereklilikler, franchise sistemlerinin tüketicilere yönelik hizmetlerini iyileştirmesini zorunlu kılabilir. Bu, marka güvenilirliğini artırabilir ancak operasyonel maliyetleri yükseltebilir.

Amaç 3. Mevzuatın Değişen Dinamikleri ile Franchise İş Modelinin Uyumunu Sağlamak

- ✓ **Mevzuat Takibi ve Uyum Sağlanması:** Franchise veren ve alan firmalar, sektörel değişikliklere ve yasal düzenlemelere hızla uyum sağlamak için mevzuat değişikliklerini düzenli olarak takip etmeli ve sözleşmelerini bu doğrultuda güncellemelidir.
- ✓ **Esnek Sözleşmeler ve Protokoller:** Değişen mevzuat dinamiklerine uyum sağlamak amacıyla, sözleşmelere esnek maddeler eklenmeli, olağan dışı durumlar için güncellemeler yapılmalıdır.
- ✓ **Hukuki Rehberlik ve Danışmanlık Hizmetleri:** Franchise firmaları, mevzuat değişikliklerini anlamak ve uygulamak için uzman danışmanlardan düzenli olarak rehberlik almalı ve her iki taraf için de yasal olarak güvenli bir ortam oluşturmalarıdır.
- ✓ **Tüketici Haklarının Korunması ve Mevzuatla Uyumlu Sözleşmelerin Hazırlanması:** Franchise sözleşmeleri, tüketiciyi ilgilendiren hükümler açısından Türk Ticaret Kanunu, Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (TKHK) ve ilgili diğer düzenlemelerle tam uyumlu hale getirilmelidir. Bu düzenleme, hem tarafların yasal

Konu 7. Hukuki Süreçlerin Önemi ve Yapısı

yükümlülüklerini yerine getirmesini sağlar hem de tüketici haklarını koruyarak güvenli bir ticari ilişki ortamı oluşturur. Profesyonel hukuki danışmanlık hizmetleri alınarak, bu uyum sürecinin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi sağlanabilir.

Amaç 4. Rekabet Yasalarının Franchise Sektörü Üzerindeki Etkilerini Analiz Etmek ve Yasal Çerçevenin Sektörde Nasıl Uygulanması Gerektiğini Belirlemek

- ✓ Franchise sözleşmelerinde tescilli ürünler, marka isimleri ve görsellerin korunmasına yönelik maddelerin belirlenmesi.
- ✓ Rekabet yasaları ile uyumlu sözleşmelerin hazırlanması ve denetlenmesi.
- ✓ Tedarik zincirindeki rekabet kısıtlamalarının yasal çerçevede denetlenmesi ve alternatif tedarik arayışını gerektirmeyecek düzeyde adil sözleşmelerin yapılması ya da süreç içerisinde güncellenmesi
- ✓ Marka prestijinin korunması için kalite standartlarının belirlenmesi ve denetim süreçlerinin oluşturulması.
- ✓ Franchise sözleşmelerine taklit ürünlerin engellenmesi ile ilgili maddeler eklenmesi.

Amaç 5. Franchise Markalarının Pazara Giriş Stratejileri ile Rekabet Kısıtlamaları Arasındaki İlişkiyi Belirlemek ve Markaların Sürdürülebilirliğini Sağlamak

- ✓ Pazara giriş öncesi pazar analizlerinin yapılması ve hedef pazarın dinamiklerinin değerlendirilmesi.
- ✓ Marka tescili işlemlerinin düzenlenmesi ve uluslararası pazarlarda hukuki gerekliliklerin karşılanması.
- ✓ Rekabet kısıtlamalarına dikkat edilerek pazarlama ve reklam stratejilerinin belirlenmesi.
- ✓ Pazara giriş sonrası kalite ve standartların korunması için denetim süreçlerinin kurulması.
- ✓ Büyüme ve sürdürülebilirlik açısından hedef pazarların belirlenmesi ve uzun vadeli stratejilerin oluşturulması.

Amaç 6. Franchise Veren Rekabeti Sınırlayıcı Faaliyetlerinin Franchise Alan Firmalar Üzerinde Yaratabileceği Sorunları Belirlemek ve Bu Sorunları Önlemek İçin Çözüm Önerileri Geliştirmek

- ✓ Rekabeti sınırlayıcı faaliyetlere karşı sözleşmesel düzenlemeler yapılması (örneğin, tedarik ve mekân seçimi kısıtlamalarının sınırlanması).
- ✓ Franchise veren ve franchise alan arasında etik ilkelerin benimsenmesi ve denetim süreçlerinin dengeli bir şekilde yönetilmesi.
- ✓ Hukuki çözümlerle, sözleşmelere cezai şartlar eklenerek adil bir denetim mekanizması oluşturulması.

Konu 7. Hukuki Süreçlerin Önemi ve Yapısı

- ✓ Franchisee'lerin bilgilendirilmesi için eğitim programlarının düzenlenmesi.
- ✓ Franchise verenin iç müdahalelerinin sınırlanması ve taraflar arasındaki iş birliğinin güçlendirilmesi için önlemler alınması.

Amaç 7. Franchise Sözleşmelerinde Anlaşmazlıkların Giderilmesinde Etkili Yöntemler Geliştirilmesi

- ✓ **İletişim ve Doğrudan İlişki Yönteminin Uygulanması:** Taraflar arasındaki iletişimin artırılması, anlaşmazlıkların büyümeden çözülmesine yardımcı olacaktır. Çeşitli eğitim ve seminerlerle iletişim becerilerinin geliştirilmesi sağlanabilir.
- ✓ **Sözleşme Hükümlerine Bağlılık Sağlanması:** Tarafların sözleşme hükümleri çerçevesinde hareket etmeleri için bir denetim mekanizması oluşturulabilir. Sözleşme eğitimleri ve rehberleri düzenlenerek her iki tarafın da yükümlülüklerini ve haklarını net bir şekilde anlaması sağlanabilir.
- ✓ **Hukuki Süreçlerin İyi Yönetilmesi:** İhtarname gönderme, ara buluculuk gibi alternatif çözüm yollarının etkin kullanımı sağlanmalıdır. Gerekli olduğunda, hukuki yolların devreye girmesi için prosedürler açık bir şekilde belirlenmelidir.

Amaç 8. Franchise Sözleşmelerinde Yükümlülüklerin Belirlenmesi Sürecinin İyileştirilmesi

- ✓ **Tarafların İhtiyaçlarının Belirlenmesi:** Franchise veren ve alan tarafların ihtiyaçları ve öncelikleri analiz edilerek sözleşme hükümleri buna göre şekillendirilebilir. Anketler ve mülakatlarla tarafların beklentileri daha net bir şekilde anlaşılabilir.
- ✓ **Esneklik Taniyan Sözleşme Maddeleri:** Olağandışı durumlar için esneklik sağlayan madde tasarımları yapılabilir. Sözleşmede öngörülemeyen durumlar için alternatif çözümler oluşturulabilir.
- ✓ **Adil ve Şeffaf Bir Yaklaşım Benimsenmesi:** Tarafların çıkarlarını eşit gözeten adil sözleşme maddeleri yazılmalıdır. Sözleşmeler sade ve anlaşılır bir dille yazılmalı, her iki tarafın da hükümleri tam anlaması sağlanmalıdır.

Amaç 9. Franchise Sözleşmelerinin Hukukî Denetiminin Etkinleştirilmesi

- ✓ **Denetim Şartlarının Belirlenmesi:** Sözleşmede denetim sıklığı, denetime katılacak kişiler ve denetim süresi gibi detaylar açıkça belirtilmelidir. Denetim süreçlerinin daha şeffaf hale gelmesi için her iki tarafla düzenli toplantılar yapılabilir.
- ✓ **Denetim Sonuçlarına Dayalı Eylem Planları Oluşturulması:** Denetim raporları oluşturulmalı ve ortaya çıkan sorunlar üzerinde taraflarla görüşmeler yapılmalıdır. Sorunlar tespit edildikten sonra çözüm odaklı adımlar ve cezai yaptırımlar belirlenmelidir.
- ✓ **Ulusal ve Uluslararası Mevzuat Uyumu Sağlanması:** Franchise sözleşmeleri, ulusal ve uluslararası mevzuatlar doğrultusunda şekillendirilmeli ve gerekli güncellemeler yapılmalıdır. Tarafların sözleşme şartlarına ve mevzuata hâkim olması için düzenli eğitim programları sunulabilir.

Konu 7. Hukuki Süreçlerin Önemi ve Yapısı

- ✓ **Şablonların Kullanılması ve Eğitimler Düzenlenmesi:** Denetim süreçlerini kolaylaştırmak için bir denetim şablonu hazırlanabilir. Franchise veren ve alan taraflar, sözleşme maddeleri ve hukuki denetim süreçleri hakkında bilgilendirilmeli ve sürekli eğitimler verilmelidir.

Amaç 10. Hukuki Süreçlerin İyileştirilmesinde UFRAD'ın Katkılarının Artırılması

- ✓ **Hukuki Eğitim ve Mevzuat Uyumunun Sağlanması:** Franchise firmalarının, sürekli değişen yasal düzenlemelere uyum sağlamaları için UFRAD, sektördeki tüm paydaşlara hukuki eğitimler düzenleyebilir. Bu eğitimler, franchise veren ve alan firmaların yasal sorumluluklarını doğru bir şekilde yerine getirebilmeleri adına düzenli olarak güncellenir. Franchise sözleşmelerinin doğru anlaşılması ve hukuki risklerin minimize edilmesi sağlanır.
- ✓ **Eğitim ve Kaynak Geliştirme:** Franchise sektörüne yönelik yazılı kaynaklar, çalıştaylar ve pratik rehberler hazırlanarak, hukuki süreçlerin doğru yönetilmesine yönelik kapsamlı bilgilendirmeler yapılır. UFRAD hem franchise veren hem de franchise alan firmaların sektörel gelişimlerine katkıda bulunarak, hukuki açıdan güçlü bir altyapı oluşturulmasını sağlayabilir.
- ✓ **Standartlaşma ve Sürdürülebilirlik:** Franchise sisteminin yasal uyumunu güçlendirmek için UFRAD, sektör genelinde ortak hizmet standartları ve sürdürülebilirlik politikaları geliştirebilir. Bu standartlar hem operasyonel süreçlerin etkinliğini artıracak hem de yasal düzenlemelere tam uyumu sağlayarak sektördeki güvenliği güçlendirecektir.
- ✓ **Kapsayıcı Eğitim ve Bilinçli İletişim:** Franchise firmalarının, hukuki süreçleri doğru yönetmeleri ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirmeleri için UFRAD, kapsamlı eğitim programları düzenleyebilir. Bu eğitimler, firma sahiplerini sadece operasyonel süreçlerde değil, aynı zamanda hukuki, çevresel ve etik sorumluluklar konusunda da bilinçlendirir. Bu şekilde, franchise ekosisteminin sürdürülebilir ve güvenli bir şekilde ilerlemesi sağlanır.

Sonuç: Franchise sözleşmelerinde şeffaflık ve adaletin sağlanması, tüketici hakları ile süreçler arasındaki dengenin korunması, mevzuat değişikliklerine uyumun artırılması ve rekabet yasalarına uygun stratejilerin geliştirilmesi hedeflenmelidir. UFRAD, hukuki eğitimler, standartlaşma çalışmaları ve bilinçlendirme faaliyetleriyle sektörün yasal altyapısını güçlendirmeyi ve güvenli bir ticari ortam oluşturmaya desteklenmelidir.