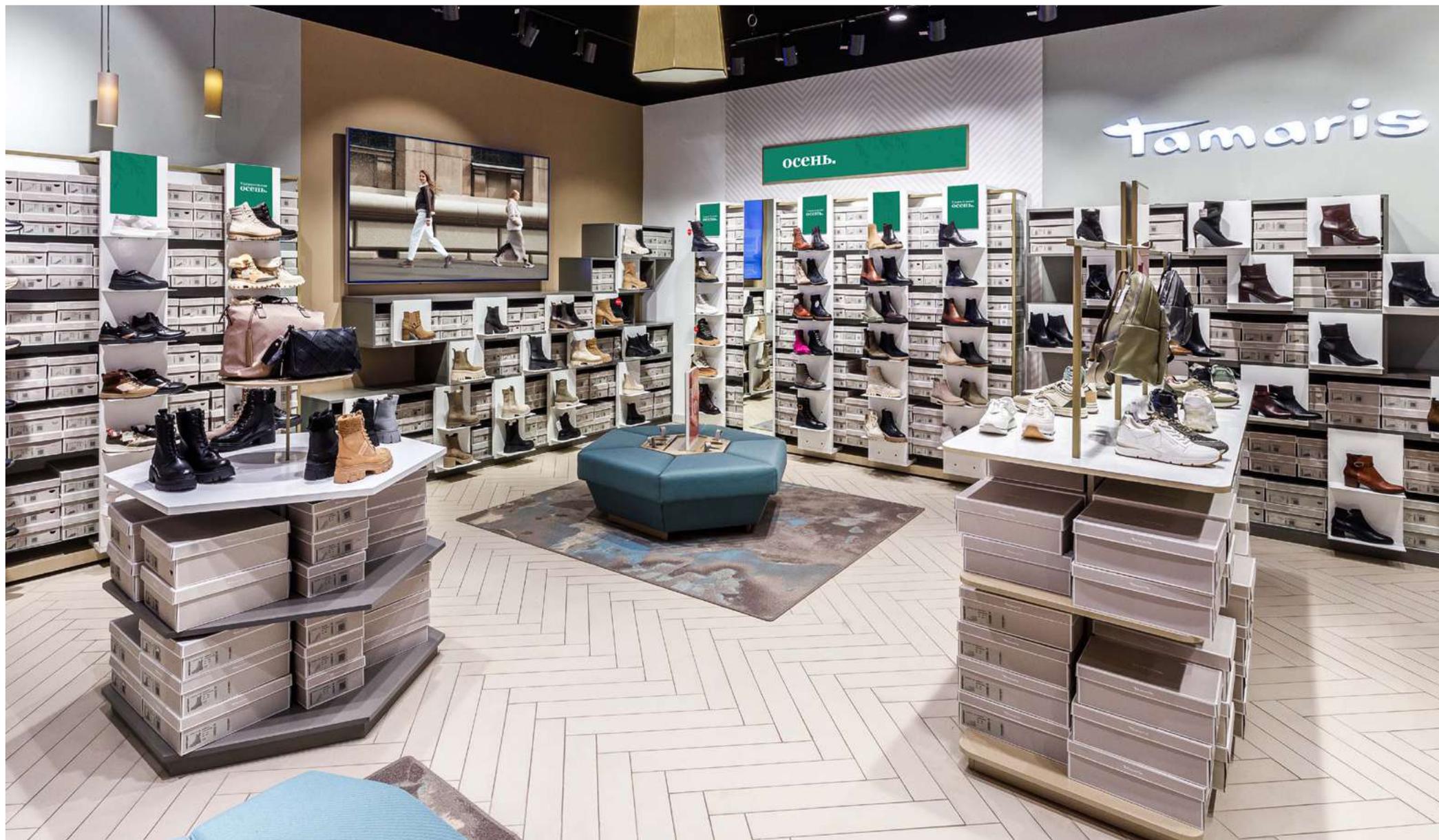


Tamaris

ФРАНЧАЙЗИНГ



О бренде

Самый узнаваемый бренд обуви
в Европе, **No1** в Германии

Tamaris – немецкий бренд женской обуви и аксессуаров
в сегменте средний+.

Более 56 лет вдохновляем и мотивируем женщин во всем мире,
чтобы они чувствовали себя уникальными и уверенными
в каждом шаге!

est.1967

традиции и технологии
производства обуви

>90%

узнаваемость
в Европе



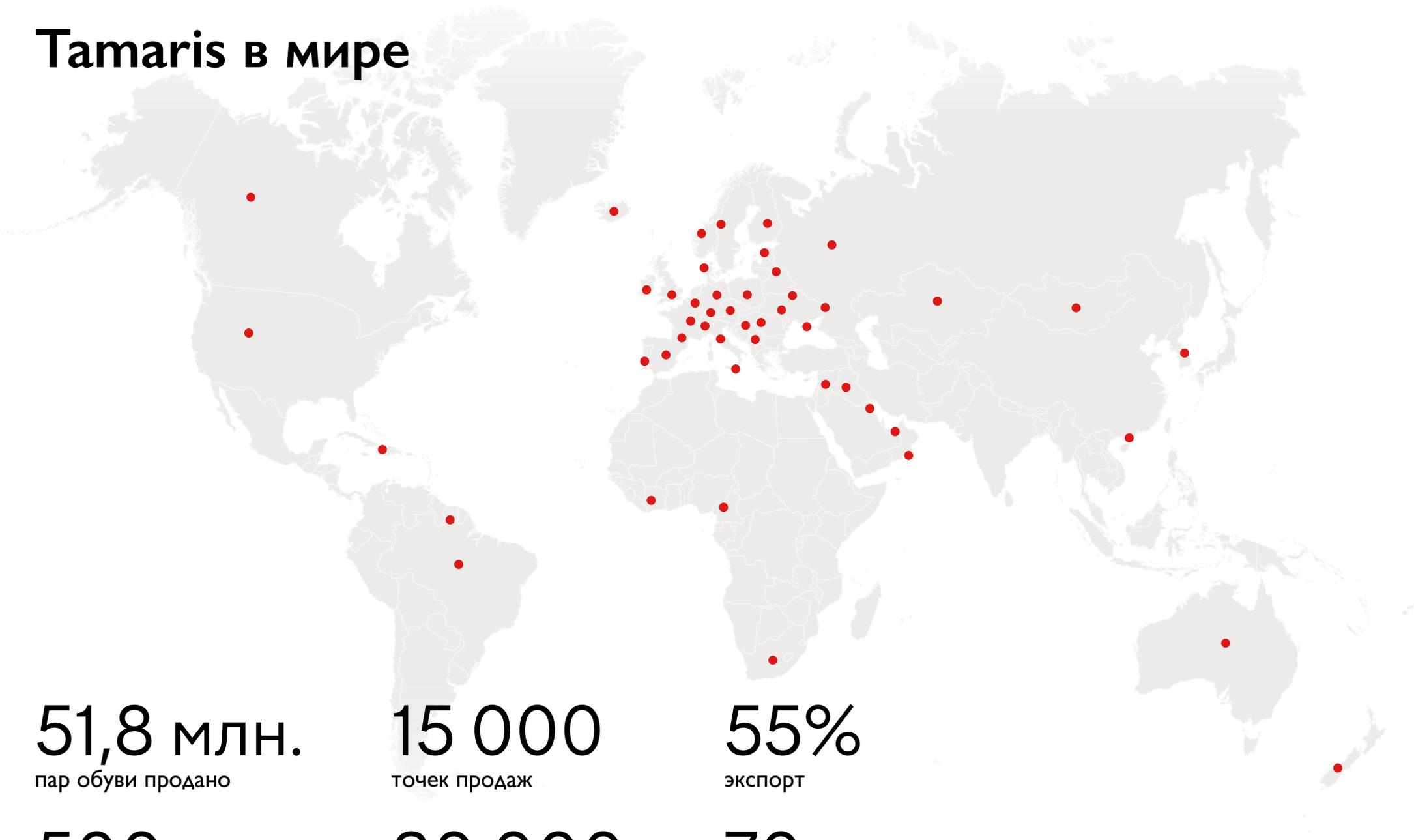


Мы – Wortmann Group

Бренд Tamaris является частью глобального международного обувного холдинга Wortmann Schuh-Holding KG – крупнейшего производителя и дистрибьютора обуви в Европе с годовым оборотом более 2 млрд. евро в год.

В России бренд представляет компания ООО «ВОРТМАНН ВОСТОК» – дочернее предприятие холдинга Wortmann Group.

Татарis в мире



51,8 млн.

пар обуви продано

15 000

точек продаж

55%

экспорт

500+

фирменных магазинов

30 000+

сотрудников

70

стран

Tamaris в России

Партнеры - сети крупнейших ритейлеров
и ведущие маркетплейсы



20+
городов

400+
точек продаж

>2000
пар обуви продается
ежедневно в России

60
фирменных магазинов

700+
сотрудников



lamoda

 **RENDEZ-VOUS**

OZON

WILDBERRIES

Финансовые показатели в России 2020 - 2025 (прогноз)

+157%

Общий рост продаж
с 2020 по 2025 (прогноз)

2020

32 магазина

2021

+5%

49 магазинов

2022

+10%

53 магазина

2023

+8%

60 магазинов

2024 / План

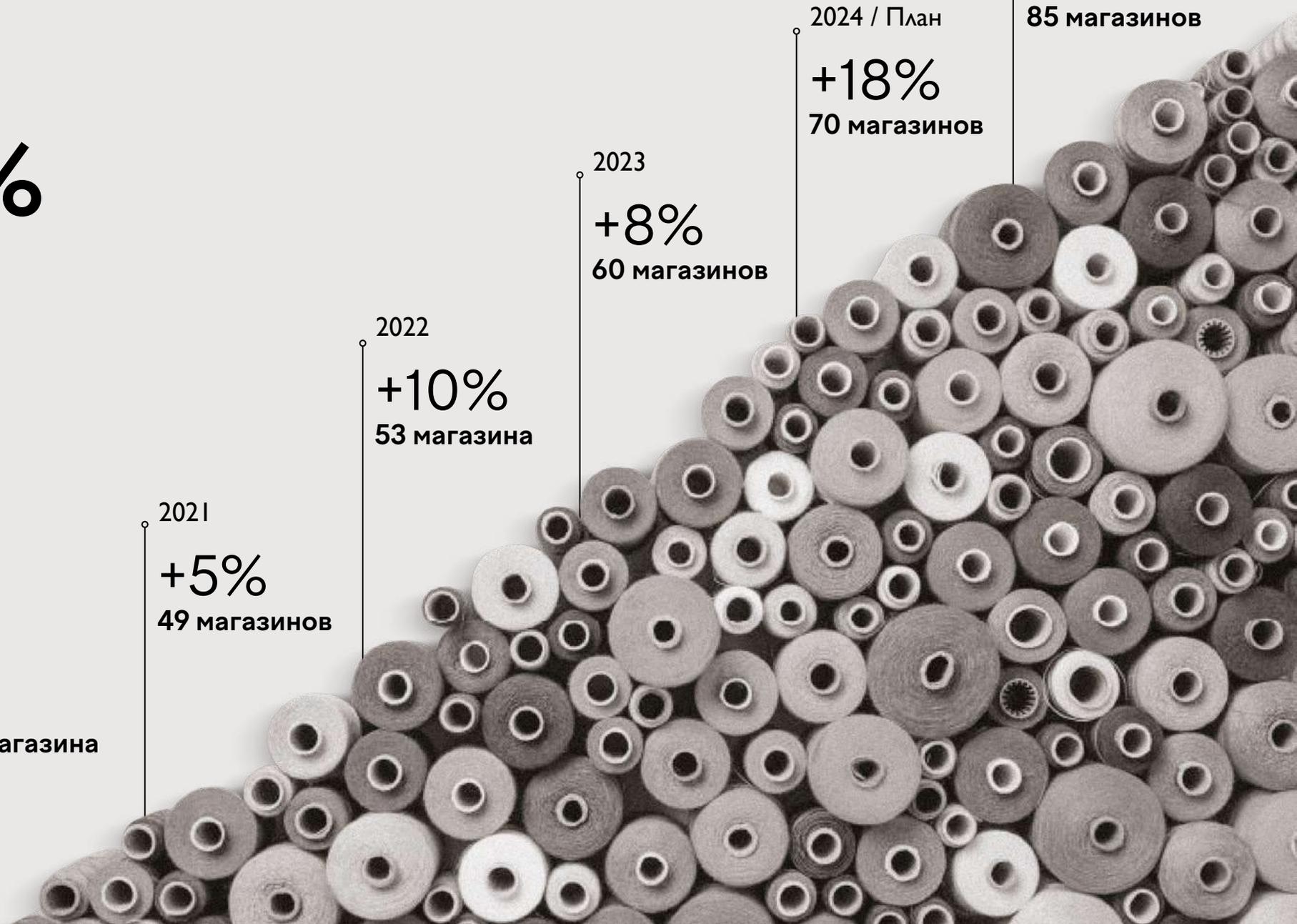
+18%

70 магазинов

2025 / План

+16%

85 магазинов



Технологии

15

Запатентованных технологий

1

Собственный инновационный центр по разработке и тестированию новых технологий в Пирмасенсе

3

Награды



TOP-100 Innovator 2023 Germany за технологии и инновационный менеджмент



German Brand Award 2020, 2021, 2024

ANTI
sho||k
feel free

Амортизирующая вкладка в пяточной зоне снимает 50% ударной нагрузки при ходьбе, разгружая позвоночник.

TOUCH
it
feel soft

Мягкая латексная стелька Touch-it адаптируется под индивидуальные особенности стопы, оказывая поддержку внутреннему своду.



removable
FOOTBED

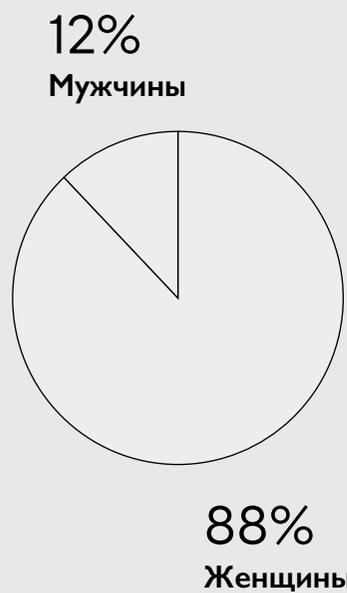
Съемная формованная стелька правильно распределяют нагрузку в стопе.

ANTI
SLIDE

Нескользящие набойки обеспечивает уверенность при ходьбе даже на высоких каблуках.

Целевая аудитория

Женщины 25 - 55 лет со средним+ уровнем дохода, которые внимательно следят за модными трендами, но при этом ценят собственный стиль и комфорт.



Позиционирование



Немецкий бренд женской обуви и аксессуаров в сегменте средний+, отличающийся широким ассортиментом моделей для любого случая, высоким качеством и технологиями комфорта.

ВЕСНА-ЛЕТО
8 500 ₺

ОСЕНЬ-ЗИМА
12 000 ₺

Средняя
стоимость
пары Tamaris



Ассортимент Tamaris

1 Tamaris



70%

Fashion коллекция: широкий и разнообразный ассортимент с учетом модных трендов

10% **NEWD.**
TAMARIS

5% **Green Step**

5% **Vegan**

2 Tamaris Active



5%

Функциональная обувь для активного отдыха с технологией дышащей водонепроницаемой мембраны GORE-TEX, усиленным носком и рифленой подошвой средней жесткости.

3 Tamaris Comfort



5%

Обувь повышенной комфортности с увеличенной Н-полнотой

Ассортимент Tamaris

6

Коллекций
в ГОД

3 000

SKU
в ГОД

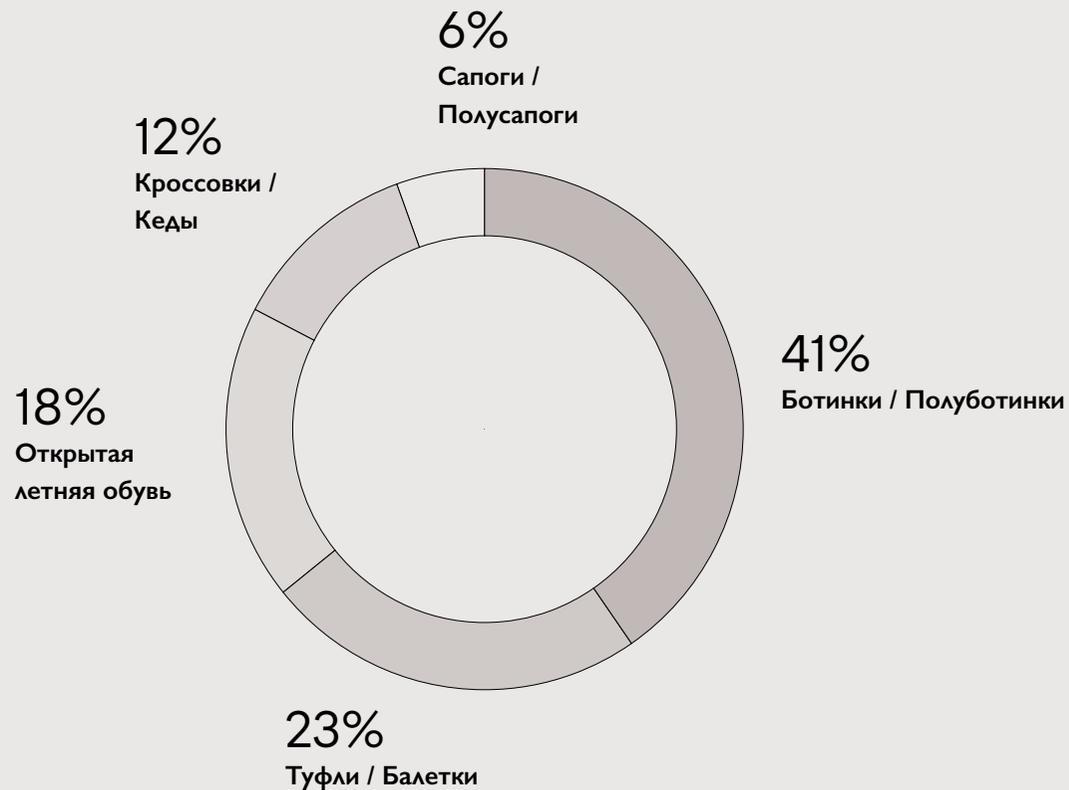
ВЕСНА-ЛЕТО
8 500 ₺

ОСЕНЬ-ЗИМА
12 000 ₺

Средняя цена
на полке

Коллекции выполнены в современной эстетике, сочетающей классические элементы с модными трендами.

Категория	PPЦ ₺
Туфли	8 000
Открытая обувь	7 500
Кеды / Кроссовки	11 000
Ботинки	13 000
Сапоги	15 000
Сумки	8 500



NEWD. TAMARIS

NEWD.Tamaris - премиальная линия женской обуви в минималистичном стиле, отличающаяся высочайшим премиальным качеством, натуральными материалами и безупречным вневременным дизайном.

NEWD - это пуризм в новом понимании.

Эстетический минимализм, лаконичность и строгая геометрия. Чистый, последовательно-формальный дизайн линейки основан на убеждении, что премиальное качество заявляет о себе скорее тихо, чем громко, скорее сдержанно, чем навязчиво.

ВЕСНА-ЛЕТО

15 100 ₽

ОСЕНЬ-ЗИМА

21 200 ₽

Средняя цена
на полке



Социальные сети в России

132 800

ПОДПИСЧИКОВ

@tamaris_russia

#tamarisclub





КОНЦЕПЦИЯ ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНОВ

Открытое хранение

позволяет оптимизировать пространство
и увеличить скорость обслуживания.



Вместимость зала

≥ 20 SKU/м²



Просторная зона примерки

с ковровым покрытием, удобными сиденьями и зеркалом в полный рост.



Прикассовая зона

для выкладки аксессуаров и средств по уходу способствует увеличению продаж, среднего чека.



Digital-экраны

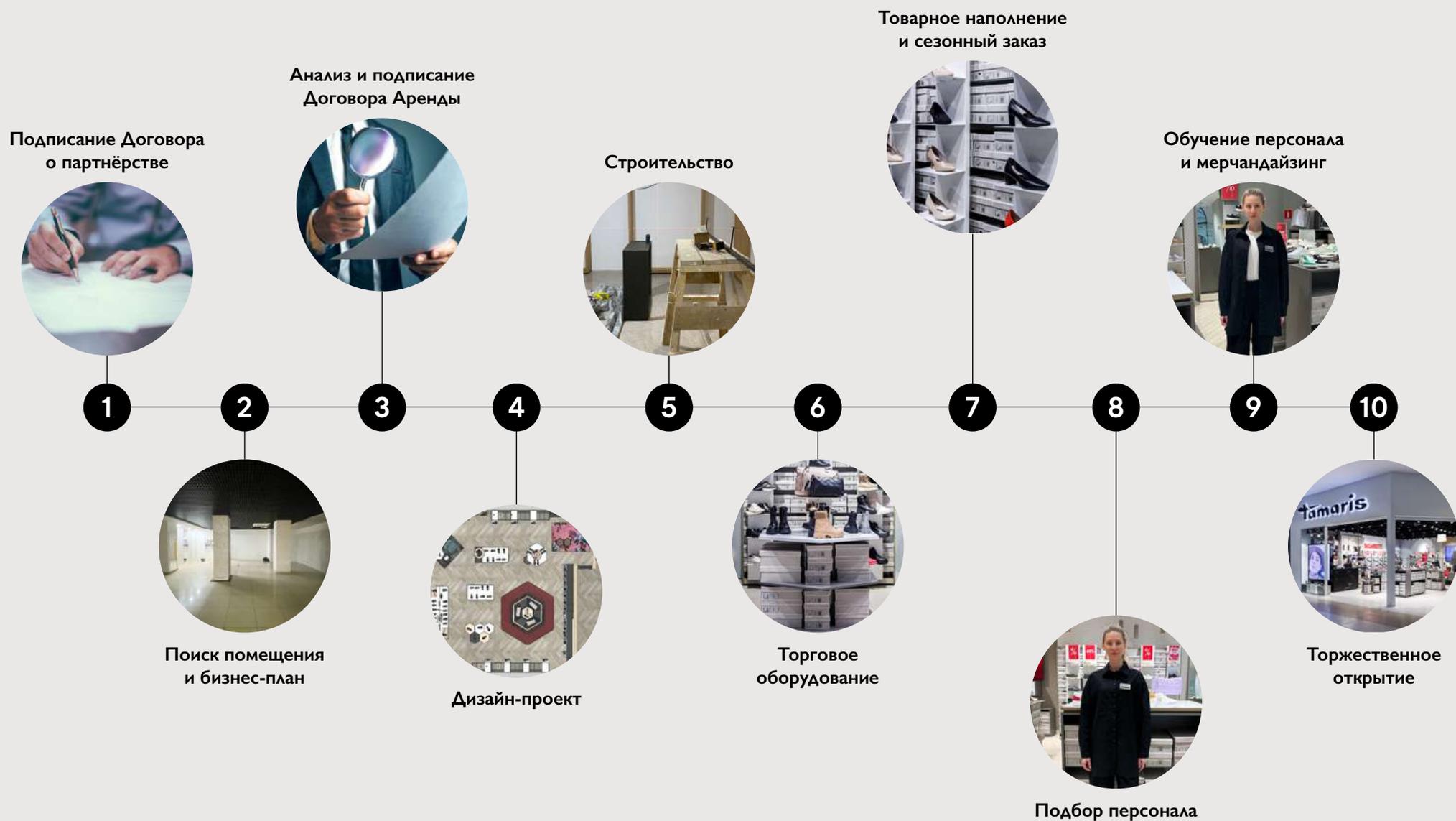
создают интерактивное пространство,
улучшая покупательский опыт
и способствуя увеличению продаж.



Франчайзинговый пакет

-
- 1** Лучшие коммерческие условия:
- Высокая доходность при соблюдении всех стандартов ведения бизнеса: от 20%;
 - Компенсация 2% затрат на маркетинговые коммуникации;
 - Единая ценовая политика на территории России: контроль рекомендуемых розничных цен, единая система скидок;
 - Индивидуальный подход при рассмотрении условий для каждого открытия.
-
- 2** Лучшие условия на закупку товаров:
- Обеспечение своевременными поставками;
 - Возможность подсортировки и дозаказа в течение сезона со свободного склада в Москве и Германии.
-
- 3** Клиентская поддержка на всех этапах открытия и управления магазином:
- Разработка бизнес-плана (анализ потенциала региона, финансовый план, оценка эффективности проекта и др.);
 - Помощь при выборе торговой площади, участие в переговорах с арендодателем;
 - Разработка дизайн-проекта магазина и помощь при производстве торгового оборудования;
 - Консультация опытного байера при размещении заказа;
 - Участие в открытии магазина (сбор торгового оборудования, установка ПО, мерчендайзинг, обучение персонала, организация торжественного открытия);
 - Систематические визиты мерчендайзеров, байеров, менеджеров для обучения персонала и руководителей;
 - Маркетинговая поддержка (разработка плана маркетинговых коммуникаций, рекламных макетов, проведение федеральных рекламных кампаний).

Основные этапы



Период времени на реализацию проекта после заключения контракта и утверждения проекта: **8 недель.**

Клиентская поддержка



Заказы

- Консультация опытного байера при размещении заказов
- Формирование матрицы
- Ежемесячный анализ продаж и эффективности работы магазина



Маркетинг

- 2% от заказа компенсация затрат на маркетинг
- Разработка плана маркетинговых коммуникаций 360
- Рекламные макеты
- Проведение федеральных рекламных кампаний
- Предоставление сезонных POS-материалов, витрин



Обучение персонала

- По бренду и трендам
- По мерчандайзингу
- По формированию и управлению ассортиментом магазина



Анализ KPIs

- Ежемесячный анализ продаж и эффективности работы магазина с рекомендациями



CRM

- Единая программа лояльности для покупателей

Инвестиции

ВАЖНО: сумма инвестиций зависит от площади планируемого магазина.

Основные статьи затрат при открытии фирменного магазина:

Дизайн-проект: **БЕСПЛАТНО**

69 500 без НДС ₽ за 1 м² с ремонтом

Закупка сезонной коллекции: от 3 000 000 ₽

Срок окупаемости проекта: от 18 месяцев.

Ключевые параметры магазина:

Оборот годовой с 1 м²: от 28 000 ₽

Оборот товарных запасов 86%

Наполняемость 250 SKU

Средний чек 11 000 ₽

РРЦ (Весна/Лето) 8 500 ₽

РРЦ (Осень/Зима) 12 000 ₽

Требования к партнерам

- Опыт ведения успешных розничных проектов.
- Наличие оборотных средств для открытия магазина и поддержания его функционирования.
- Ориентация на долгосрочные проекты со стабильным доходом.
- Знание локального рынка.
- Выполнение всех условий соглашения по франчайзингу в области ассортиментной и маркетинговой политики.
- Соблюдение фирменного стиля и стандартов работы компании.
- Возможность оформления банковской гарантии.



Требования к помещению

- Город с численностью населения свыше 350 тыс. человек, с высокой деловой активностью.
- Главная торговая улица или торговый центр профессионального уровня с высокой проходимостью.
- Собственная или арендованная на длительный срок торговая площадь.
- Общая площадь магазина от 120 до 170 кв .м. (из них 10% отводится для организации оперативного склада).
- Высота потолка не менее 3м.
- Наличие отдельного входа, расположение на первом этаже здания.
- Наличие витринных окон.
- Фасад не менее 5,5 метров без столбов.
- Возможность размещения «входной группы» и фирменной вывески с регистрацией рекламного паспорта в соответствии с действующим законодательством.
- Наличие удобных подъездных путей и парковки.

Требования к помещению в ТЦ

- Общая площадь ТЦ от 10 000 кв.м.
- Предоставление помещения для магазина в наиболее активной торговой зоне.
- Бренд-окружение должно состоять из брендов премиального и среднего сегментов.
- Наличие инфраструктуры в ТЦ: фудкорт, кинотеатр, развлекательный центр и др.