

Cơ hội phát triển kinh doanh nhượng quyền với WFA



Trình bày: Nguyễn Phi Vân
Thành viên sáng lập & điều hành –
World Franchise Associates khu
vực Đông Nam Á

GIỚI THIỆU

Đã từng:

- **Giám đốc chiến lược châu Á** – Campaigns & Grey
- **Giám đốc điều hành** – **Châu Á Thái Bình Dương**, Gloria Jean's Coffees Int'l (GJCI)
- **Giám đốc phát triển thị trường thế giới** – GJCI

Hiện tại:

- **Cổ đông sáng lập & điều hành** – World Franchise Associates South East Asia & China (WFA SEA)
- **Cổ đông sáng lập & điều hành** – Global Franchise Vietnam
- **Cổ đông sáng lập** – N&A Spa Int'l JSC.
- **Chủ tịch HĐQT** – Nguyen Phu Franchise Invest JSC.



Giới thiệu

WFA là công ty chuyên tư vấn phát triển nhượng quyền qua hình thức kết nối thương hiệu nhượng quyền và nhà đầu tư trên toàn thế giới.

Website www.worldfranchisecentre.com mang đến cơ hội đầu tư với hơn 10,000 thương hiệu quốc tế trong nhiều lĩnh vực từ Bắc Mỹ, châu Âu, Trung đông, và châu Á.





WORLD FRANCHISE
ASSOCIATES

Dịch vụ cho thương hiệu nhượng quyền:

- Xây dựng nền tảng, hệ thống, qui trình, công cụ giúp doanh nghiệp phát triển hình thức nhượng quyền.
- Tư vấn xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường nội địa & thế giới và kết nối nhà đầu tư tiềm năng.
- Truyền thông chuyên ngành nhượng quyền

Dịch vụ cho nhà đầu tư mua nhượng quyền:

- Tư vấn chọn thương hiệu và mô hình
- Kết nối nhà đầu tư và thương hiệu
- Hỗ trợ đàm phán, ký kết hợp đồng nhượng quyền
- Tổ chức các hội nghị, khóa huấn luyện về nhượng quyền

TỪ VIỆT NAM RA THẾ GIỚI – HÀNH TRÌNH THƯƠNG HIỆU VIỆT

Phi Nguyen

08/2014

NỘI DUNG

XÂY DỰNG GIÁ TRỊ VÔ HÌNH

THƯƠNG HIỆU VIỆT – GÓC NHÌN KHU VỰC

ĐIỂM MẠNH & ĐIỂM YẾU

TÁI CẤU TRÚC DOANH NGHIỆP...?

MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN

VÍ DỤ ĐIỂN HÌNH

DOANH NGHIỆP TRỊ GIÁ BAO NHIÊU?

THƯƠNG HIỆU TRỊ GIÁ BAO NHIÊU?

Phi Nguyen

08/2014

KHÁC BIỆT VỀ KỲ VỌNG GIÁ TRỊ

Người bán

Bị chi phối bởi cảm xúc

Nhìn vào quá khứ:

Doanh nhân không chỉ đầu tư vốn mà còn là thời gian và tâm huyết

Định giá dựa trên mong muốn/nhu cầu, cảm xúc



Xu hướng phóng đại giá trị

Người mua

Xem xét rủi ro thực tế, kỳ vọng khả quan và thực tế

Nhìn vào tương lai: rủi ro về dòng tiền trong tương lai không chắc chắn

Đánh giá dựa trên phương pháp định giá

Mua cho những mục đích nhất định, giá khác nhau cho mục đích khác nhau

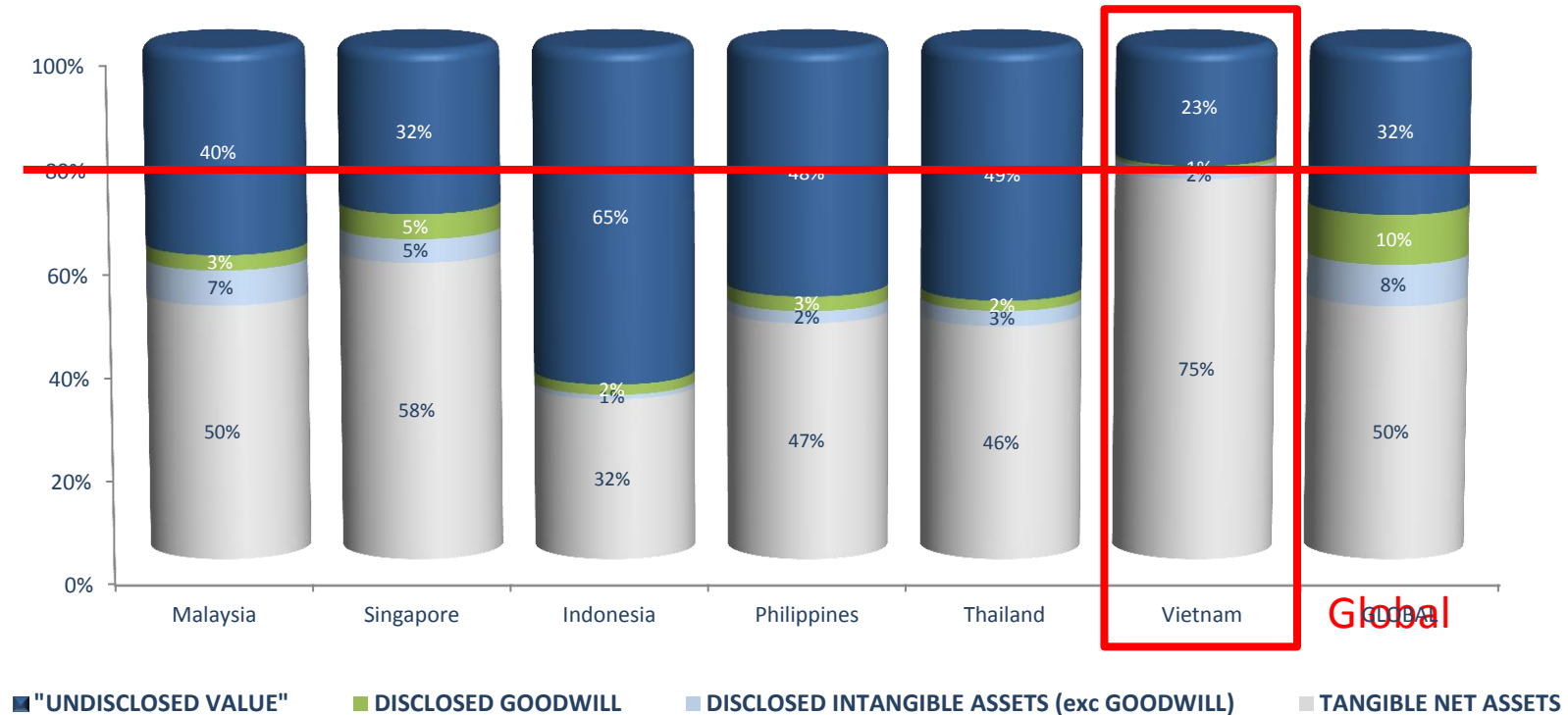


XÂY DỰNG GIÁ TRỊ VÔ HÌNH

Coca-Cola Company
Balance Sheet
(dollar amounts are in millions)

			Increase (decrease) from 2009 to 2010		
	2010	2009	Amount	Percent	
Assets					
Current assets					
Cash and cash equivalents	\$11,199	\$ 9,151	\$ 2,048	22.4%	Cash and cash equivalents increased 22.4%, marketable securities increased 122.6%, inventory increased 12.6%, and other current assets increased 42.0%.
Marketable securities	138	62	76	122.6%	
Accounts receivable (net)	4,430	3,758	672	17.9%	
Merchandise inventory	2,650	2,354	296	12.6%	
Other current assets	3,162	2,226	936	42.0%	
Noncurrent assets					
Long-term investments	9,706	8,731	975	11.2%	Long-term investments increased 11.2%; property, plant, and equipment increased 54.0%; and intangible assets increased 109.8%.
Property, plant, and equipment (net)	14,727	9,561	5,166	54.0%	
Intangible assets	26,909	12,828	14,081	109.8%	
Total assets	<u>\$72,921</u>	<u>\$48,671</u>	<u>\$24,250</u>	49.8%	Total assets increased 49.8%.
Liabilities and shareholder's equity					
Current liabilities					
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 8,859	\$ 6,657	\$ 2,202	33.1%	Accounts payable and accrued liabilities increased 33.1%. Loans and notes payable increased 20.0%, and other liabilities increased 391.7%.
Loans and notes payable	8,100	6,749	1,351	20.0%	
Other liabilities	1,549	315	1,234	391.7%	
Noncurrent liabilities					
Long-term debt	14,041	5,059	8,982	177.5%	Long-term debt increased 177.5% and other liabilities and deferred taxes increased 99.2%.
Other liabilities and deferred taxes	9,055	4,545	4,510	99.2%	
Shareholder's equity					
Common stock	10,937	9,417	1,520	16.1%	Common stock and retained earnings increased. Accumulated other loss and treasury stock went further into negative territory.
Retained earnings	49,592	42,084	7,508	17.8%	
Accumulated other income (loss)	(1,450)	(757)	(693)	91.5%	
Treasury stock	(27,762)	(25,398)	(2,364)	9.3%	
Total liabilities and shareholders' equity	<u>\$72,921</u>	<u>\$48,671</u>	<u>\$24,250</u>	49.8%	Total liabilities and shareholders' equity increased 49.8%.

VIỆT NAM – GÓC NHÌN TỪ KHU VỰC



- Cấu trúc giá trị doanh nghiệp Việt không theo chuẩn thế giới.
- Giá trị tài sản hữu hình rất lớn trong khi giá trị TS vô hình rất nhỏ và giá trị thương hiệu thấp nhất trong khu vực ASEAN.
- Đây là rủi ro lớn cho doanh nghiệp Việt nam trong tình hình cạnh tranh trên thị trường khu vực.
- Đây cũng là thử thách cho thương hiệu Việt trong tình hình thị trường ngày càng mở cửa trong tương lai.

TOP 10 GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU VIỆT

Rank 2014	Brand	Brand Value 2014	Brand Rating 2014	Enterprise Value	Brand Value / Enterprise Value (%)
1	Viet Nam Dairy P	637	A+	5,111	12%
2	Fpt	193	A	685	28%
3	VietinBank	117	A+	2,947	4%
4	Viettel Telecom	95	A	N/A	N/A
5	JSC Bank CenterCredit	80	A+	2,943	3%
6	Vinaphone	44	A-	N/A	N/A
7	Military Commerc	41	A+	672	6%
8	Sacombank	38	A	915	4%
9	Mobifone	32	A-	N/A	N/A
10	Asia Commercial	31	A	681	5%

Giá trị định giá “ 31st December 2013”

- Giá trị thương hiệu còn thấp. Ngoài 3 thương hiệu dẫn đầu, tất cả các thương hiệu khác có giá trị dưới 100T USD.

NHÌN RA THẾ GIỚI...



\$104.6bil



\$78.7bil

Infosys[®]
\$2.2bil

lenovo[®] FOR
\$3.1bil THOSE[™]
WHO DO.



QUAN ĐIỂM KHÁCH QUAN



THUẬN LỢI

- HỆ THỐNG PHÂN PHỐI

KHÓ KHĂN

- SẢN PHẨM
- GIÁ
- THƯƠNG HIỆU, SHTT, QUẢNG CÁO
- NGUỒN TÀI CHÍNH
- CHÍNH SÁCH QUẢN TRỊ
- CÔNG NGHỆ
- NGHIÊN CỨU & PHÁT TRIỂN
- NHÂN SỰ & NĂNG SUẤT

THAY ĐỔI ĐỂ TỒN TẠI?

**FTAs: ASEAN-CHINA, ASEAN-SK, ASEAN-JAPAN,
ASEAN-JAPAN, ASEAN-INDIA, ASEAN-AUS&NZ**

RCEP – ASEAN+6

TPP – 12 NƯỚC

WTO



TÁI CẤU TRÚC DOANH NGHIỆP HAY...?



Sức khỏe doanh nghiệp?



Tầm nhìn & mục tiêu



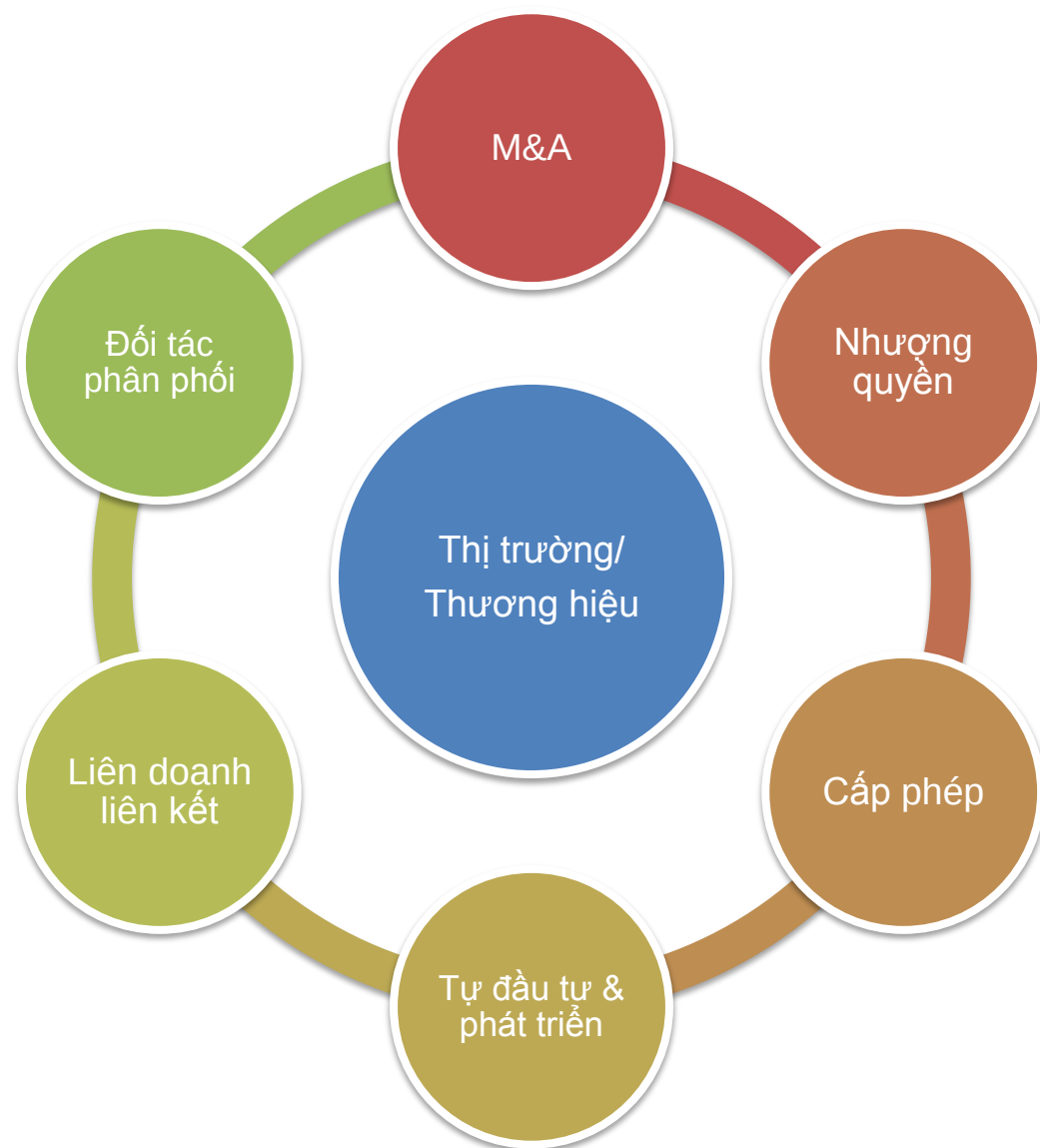
Chiến lược & kế hoạch kinh doanh



Tổ chức và nhân sự

70% doanh nghiệp thất bại trong quá trình tái cấu trúc, 85% nguyên nhân là do người lãnh đạo
John P. Kotter - Harvard Business Review

MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN?



VÍ DỤ ĐIỂN HÌNH VỀ TÁI CẤU TRÚC DOANH NGHIỆP ĐỂ PHÁT TRIỂN QUA HÌNH THỨC NHƯỢNG QUYỀN – DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN NGỌC ANH SPA



Phi Nguyen

August 2014

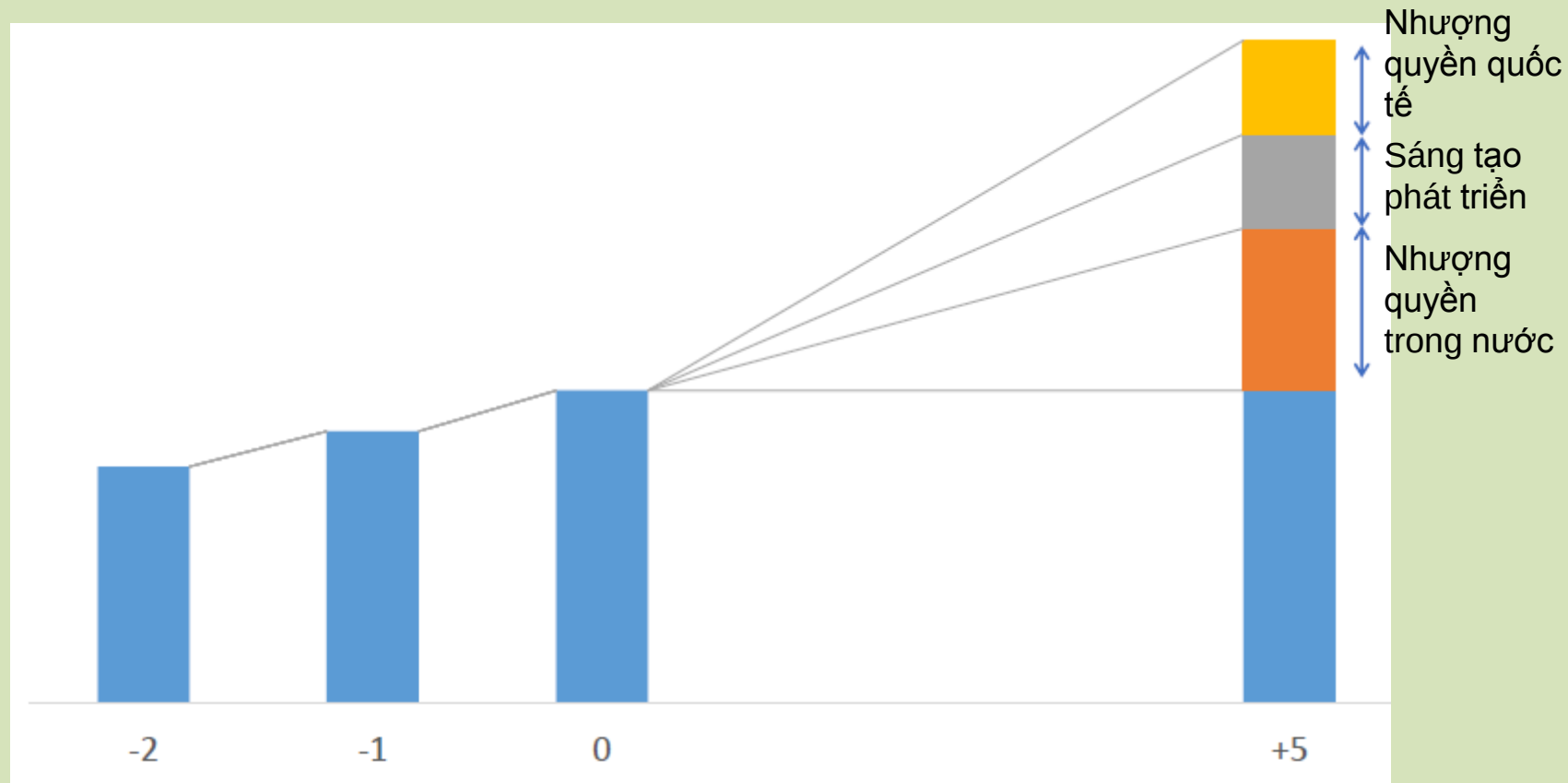
LỊCH SỬ THƯƠNG HIỆU

- **1996** Tiệm massage đầu tiên của Ngọc Anh ra đời, dưới hình thức là tiệm cắt tóc, và massage.
- **1997** Tiệm tóc được chuyển thành “Phòng chẩn trị y học dân tộc” do hình thức tiệm tóc không thể làm massage, điều trị được cho khách.
- **1998** Công ty TNHH Tama (Xông hơi – Xoa bóp Ngọc Anh) ra đời đánh dấu bước ngoặt của Ngọc Anh Spa sang một giai đoạn mới. Trung tâm đầu tiên được đặt tại địa chỉ 348 CMT8, F10, Q3. Sau này trung tâm này được dời về địa chỉ 346 Lý Thái Tổ, Q3 vào năm **2009**.
- **2000** Trung tâm thứ 2 của Ngọc Anh được thành lập tại địa chỉ 31/1 Nguyễn Bình Khiêm, F.Đakao, Q1. Trung tâm này vẫn được hoạt động cho đến ngày nay.
- **2003** Trung tâm thứ 3 của Ngọc Anh Spa được khai trương tại chi nhánh 93 Nguyễn Bình Khiêm, F. Đakao, Q1.
- **2009** Trung tâm thứ 3 được dời về địa chỉ 85 Mai Thị Lựu, F. Đakao. Q1, Tp.HCM
- **2011** công ty CP Đào tạo và phát triển Spa Việt nam ra đời với vai trò chuyên đào tạo và cung cấp đội ngũ ĐTV có tay nghề cho ngành spa – massage.
- **2014** Công ty CP phát triển Spa Quốc tế N&A được thành lập để sở hữu các quyền toàn cầu của Ngọc Anh spa và phát triển thương hiệu trên toàn cầu thông qua mô hình nhượng quyền thương mại.

TẦM NHÌN CÔNG TY

**Trở thành một thương hiệu Á Đông được
tôn trọng toàn cầu trong ngành công
nghiệp sức khỏe.**

MỤC TIÊU KINH DOANH



Hành trình 5 năm...

KẾ HOẠCH 5 NĂM

NĂM 1

- XÂY DỰNG NỀN TẢNG, TIÊU CHUẨN, QUI TRÌNH, CÔNG CỤ
- CƯỜNG CỐ HỆ THỐNG QUẢN TRỊ
- GIAI ĐOẠN 1 NHƯỢNG QUYỀN TRONG NƯỚC
- CHUẨN BỊ NỀN TẢNG PHÁT TRIỂN

NĂM 2 & 3

- ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN NHƯỢNG QUYỀN TRONG NƯỚC
- SÁNG TẠO SẢN PHẨM
- GIAI ĐOẠN 1 NHƯỢNG QUYỀN QUỐC TẾ
- PHÁT TRIỂN CHUỖI CUNG ỨNG

NĂM 4 & 5

- ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN NHƯỢNG QUYỀN QUỐC TẾ
- PHÁT TRIỂN CÁC LOẠI HÌNH KINH DOANH LIÊN QUAN TRONG NGÀNH

N&A

— by Ngoc Anh

SPA . MASSAGE . THERAPY



DỊCH VỤ ĐIỀU TRỊ THERAPY MASSAGE SERVICE

1. Massage toàn thân (Massage Thái, massage Shiatsu, massage tinh dầu)
Body Massage (Thai massage, Shiatsu Massage, Aroma Massage)

60 phút 180.000 VND
90 phút 260.000 VND
120 phút 340.000 VND

2. Massage bằng tinh dầu (nhập khẩu)
Essential Oil Massage

60 phút 180.000 VND
90 phút 260.000 VND

3. Massage đá nóng
Hot stone massage

60 phút 180.000 VND
120 phút 260.000 VND

4. Massage thảo dược
Herbal Massage

60 phút 180.000 VND
90 phút 260.000 VND

5. Massage chân

Foot Massage
60 phút 180.000 VND
90 phút 260.000 VND



6. Set A (Massage toàn thân 45' + massage chân 60')
Set A (Body massage 45' + Foot massage 60')

295.000 VND

7. Set B (massage toàn thân 60' + massage chân 60')
Set B (Body massage 60' + Foot massage 60')

330.000 VND

8. Set C (massage toàn thân 90' + massage chân 60')
Set C (Body massage 90' + Foot massage 60')

330.000 VND



9. Giác hơi + Massage
Cupping + Massage

60 phút 180.000 VND

10. Ngâm thảo dược (Lá nướng)
Soaking in Herb (Nuong leaf)

30 phút 150.000 VND

11. Xông hơi thảo dược (không giới hạn thời gian)
Herb steambath (Unlimited time)

80.000 VND

12. Liệu trình Thông kinh lạc giảm cân:
20 lần + 4 lần tặng (180 phút/ lần)
Professional Healthy Slimming: 20 times + 4 times free (180 minute/ time)

20.000.000 VND

1 lần (1 times) 180 phút 1.200.000 VND

13. Liệu trình Thông kinh lạc điều chỉnh cột sống, lưng - cổ, điều trị đau đầu, cổ, vai, đau lưng: 10 lần + 3 lần tặng (90 phút/ lần)
Clearance the Median by Energy stone & Therapy massage: 10 times + 3 times free (90 phút/ time)

5.000.000 VND

1 lần (1 times) 90 phút 600.000 VND





WORLD FRANCHISE
ASSOCIATES

Phát triển các thương hiệu nhượng quyền
trên toàn thế giới

Ẩm thực



Dịch vụ



Bán lẻ



moscow

sydney

dubai

bahrain

tokyo

paris

london

warsaw

kiev



THANK YOU!
XIN CẢM ƠN!



Nguyễn Phi Vân
08/2014