

브라보버거 (가칭) 프랜차이즈 사업계획서

2019.03.22

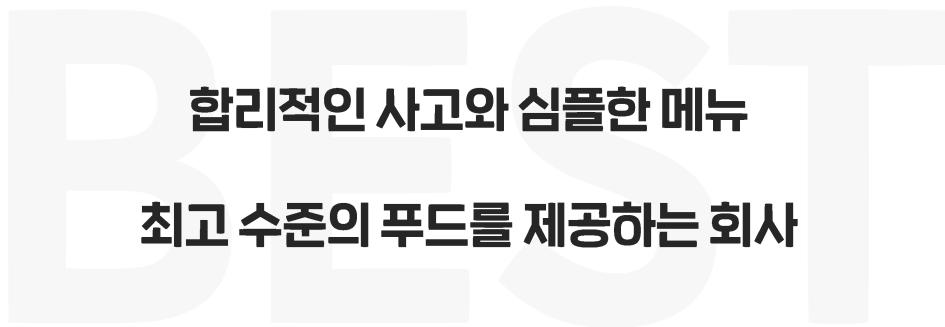
CONTENTS

- | | |
|------------|---------------|
| 1. 사업 개요 | 9. 조명 계획 |
| 2. 기업의 목표 | 10. 개설 비용 |
| 3. 사업 타당성 | 11. 본사 관리 시스템 |
| 4. 소비자 분석 | 12. 생산 전략 |
| 5. 시장 포지셔닝 | 13. 조직 설계 |
| 6. 입지 설정 | 14. 홍보물 연출 |
| 7. 출점전략 | 15. 인력계획 및 교육 |
| 8. 마케팅 믹스 | 16. 재무전략 |
| 9. 인테리어 컨셉 | |

한국의 IN & OUT 버거를 꿈꾸다.
저렴한 가격, 신선한 재료, 지역 타깃 OPEN
단순한 메뉴 서비스를 제공하는
수제 전문 프랜차이즈 햄버거 회사



저렴한 가격	믿을 수 있는 재료	전략적 타게팅 매장오픈	단순한 메뉴서비스
● 2,900원 (단일패티) 3,900원 (더블패티) ● 고가로 형성된 수제버거 시장에 합리적인 가격정책으로 포지셔닝 ● 패스트푸드(정크푸드) 시장에 신선한 재료, 프레쉬 이미지각인	● 철저한 기준으로 업체선정 및 식자재 관리를 통한 신선하고 안전한 식재료 공급 ● 주요 식재료 수급과정을 (빵, 패티, 야채, 소스) 개별 전문업체와 공동연구 개발을 통해 안정적인 공급 및 생산원가 절감	● 경쟁사(썹썹버거) 인근 출전전략 ● 직영점 (압구정, 홍대입구) 20/30대 직장인, 20대 대학생 ● 가맹점(10평) B, C급 상권 진입 (김가네) 지방대, 신도시 상권입점 소형점(3평이내) Take Out 전문매장 1인 창업매장	● 2~3개 품목의 메뉴 구성 (인건비, 재료관리 용이) ● 빠른 주문을 통한 매장 회전율 상승 ● 주문 디지털화 (키오스크, 어플리케이션) 를 통한 인건비 절감



**합리적인 사고와 심플한 메뉴
최고 수준의 푸드를 제공하는 회사**

새로운 환경 대응

- 고품질에 저렴한 가격을 선호하는 고객에게
합리적이고, 심플한 서비스 제공

조직의 미래

- 원재료부터 모든 제품에 대한 공급을 직접 관리

구성원의 모습

- 20~30대 위주의 청년층 위주로 엄격한 선발과
인사관리 및 인력교육을 통해 국내 최고의 고객대우
서비스를 제공하는 인력으로 성장

사업초기 압구정 or 청담동에 테스트 매장을 오픈하여 20대, 30대 직장인을 대상으로 마케팅 및 브랜드 파워 강화

창업 (1년)

- 압구정 or 청담동 1곳에 소형매장 오픈
10평 이하의 소규모 매장 (안테나 매장)
프랜차이즈 사업 전 시스템 점검
스토리텔링 확산등 테스트 매장 오픈
- 3개월 후 홍대 2호점 오픈
브라보콘 자체 내 역량으로 스타 마케팅
SNS마케팅, BI / CI, 바이럴영상 제작 및 확산

성장 (2~3년)

- 브라보버거 프랜차이즈 사업준비
 - 3컨셉의 매장 오픈
 - 직영점 - 35평이내 100% 자기자본
 - (여의도, 강남등 20/30대 직장인 타겟)
- 관리매장 (10~20평)
 - 가맹점주 100% 자본투자
 - 관리 및 인력은 본사 제공
 - 수익률 쉐어는 미정
 - 신도시 아파트단지, 대학가등
 - (20/30대 학부모, 20대 대학생 타겟)
- 소형매장 (10평이내) (1인창업)
 - 이디야커피 등 현재 프랜차이즈
 - 업체지역으로 타겟 선정

도약 (3년~)

- 전국 매장 100개 가맹점 한정 오픈
(무분별한 가맹점 확산 방지로 기존
가맹점주 브랜드 이미지 및 매출보존)
- B2B 사업진출
 - 고속도로 휴게소 입점
 - 대형마트, 쇼핑몰 입점
- 해외진출
 - 동아시아, 동남아시아등
 - 주요 관광지 위주 입점 추진

예상매출 (직영점 / 가맹점)

■ 단일 매장의 원별 손익을 분석한 결과
충분히 사업성이 있을 것으로 판단!

■ 우수한 입지조건의 매장 확보 관건!

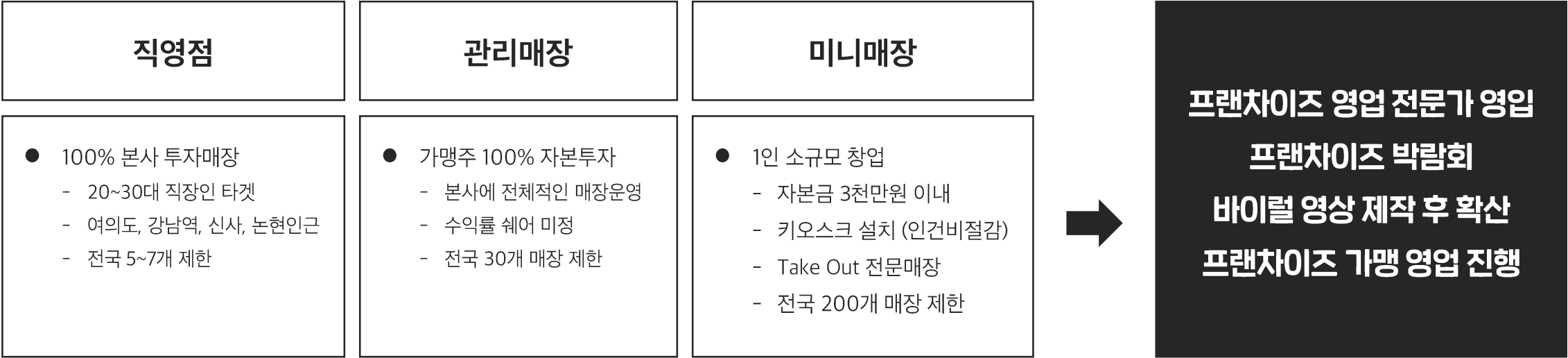
직영점				가맹점			
항목		비고		항목		비고	
초기투자비	보증금	100,000,000	매장평수 99㎡	초기투자비	보증금	3천만~5천만원	매장평수 33㎡
	시설	36,000,000	평당 120만원		시설비	12,000,000	평당 120만원
	주방기기외	11,000,000			주방기기외	8,000,000	
	홍보비	3,000,000			홍보비	500,000	본사 50%부담
	간판/디자인물	3,000,000			간판/디자인물	2,500,000	
합계		53,000,000	보증금제외 최소비용 인테리어	합계		23,000,000	보증금을 제외 2천5백만 이내 소규모창업지원
월매출	90,850,000	비고		월매출	25,780,000		
세트판매(주중)	39,600,000	400	세트가 4,500원(22일)	세트판매(주중)	11,880,000	120	세트가 4,500원(22일)
세트판매(주말)	21,600,000	600	세트가 4,500원(8일)	세트판매(주말)	3,600,000	100	세트가 4,500원(8일)
단품(주중)	17,600,000	200	평균 4,000원(22일)	단품(주중)	4,400,000	50	평균 4,000원(22일)
단품(주말)	8,000,000	250	평균 4,000원(8일)	단품(주말)	3,200,000	100	평균 4,000원(8일)
맥주	1,800,000	30	맥주 2,000원(일평균 30잔)	맥주	1,800,000	30	맥주 2,000원(일평균 30잔)
기타음료	2,250,000	50	음료 1,500만원	기타음료	900,000	20	음료 1,500만원
원가	22,712,500	총매출의 25% (평균 15%이나 재료 품질로 10% 상응)		원가	9,023,000	총매출의 30% (평균 15%이나 재료 품질로 10% 상응 가맹본사 유통마진 10%)	
매출이익	68,137,500			매출이익	16,757,000		
판매관리비	33,847,600			판매관리비	8,963,600		
임대료	5,000,000			임대료	1,000,000		
관리비	1,500,000			관리비	500,000		
전기료/수도세	1,000,000			전기료/수도세	500,000		
인건비	24,747,600	점장1명 주방4명, 카운터3명		인건비	6,213,600	알바2명	
포장비등	600,000			포장비등	250,000		
기타잡비	1,000,000			가맹점비외	500,000		
영업이익	34,289,900			영업이익	7,793,400		

* 본사 영업의 수익 - 가맹점 재료 납품 유통마진 10% / 월 가맹점비(로열티)

1단계 (준비단계)

시장조사 (3월 마무리)	1호점 테스트매장 오픈을 위한 실행 단계 (4월)		CI / BI 개발 및 디자인 개발 (4~5월)	직영점 오픈 (5~6월)
● 총괄 담당인력 채용 - 브랜딩 서치 - 런칭매장 조사 - 상권분석 - 스토리텔링 개발 - 외주협력업체 조사 및 개발 - 전체적인 컨트롤 진행 - 자본금 및 사업파트너 확정	● 메뉴개발 - 쉐프 또는 전문가와 MOU를 통한 상품개발 - OR - 기존 납품업체를 통한 브랜딩 위주 상품개발	● 거래처 확보 및 미팅 - 직거래를 통한 원재료 가격을 낮추고 신선한 재료 공급 - 햄버거 빵, 패티, 소스 등 개별 업체 선별 및 계약	회사 슬로건 및 명칭 설정 CI / BI 개발 웹 디자인 광고 마케팅 매장 인테리어 구축 매장 소품 디자인 개발 (냅킨, 포장용기 등) 인력 확보	● 브랜드 런칭 후 분석 및 관리 - 매장 매출 분석 - 소비자 만족도 조사 - 온라인 확산(입소문마케팅)

2단계 (B2C 사업단계)



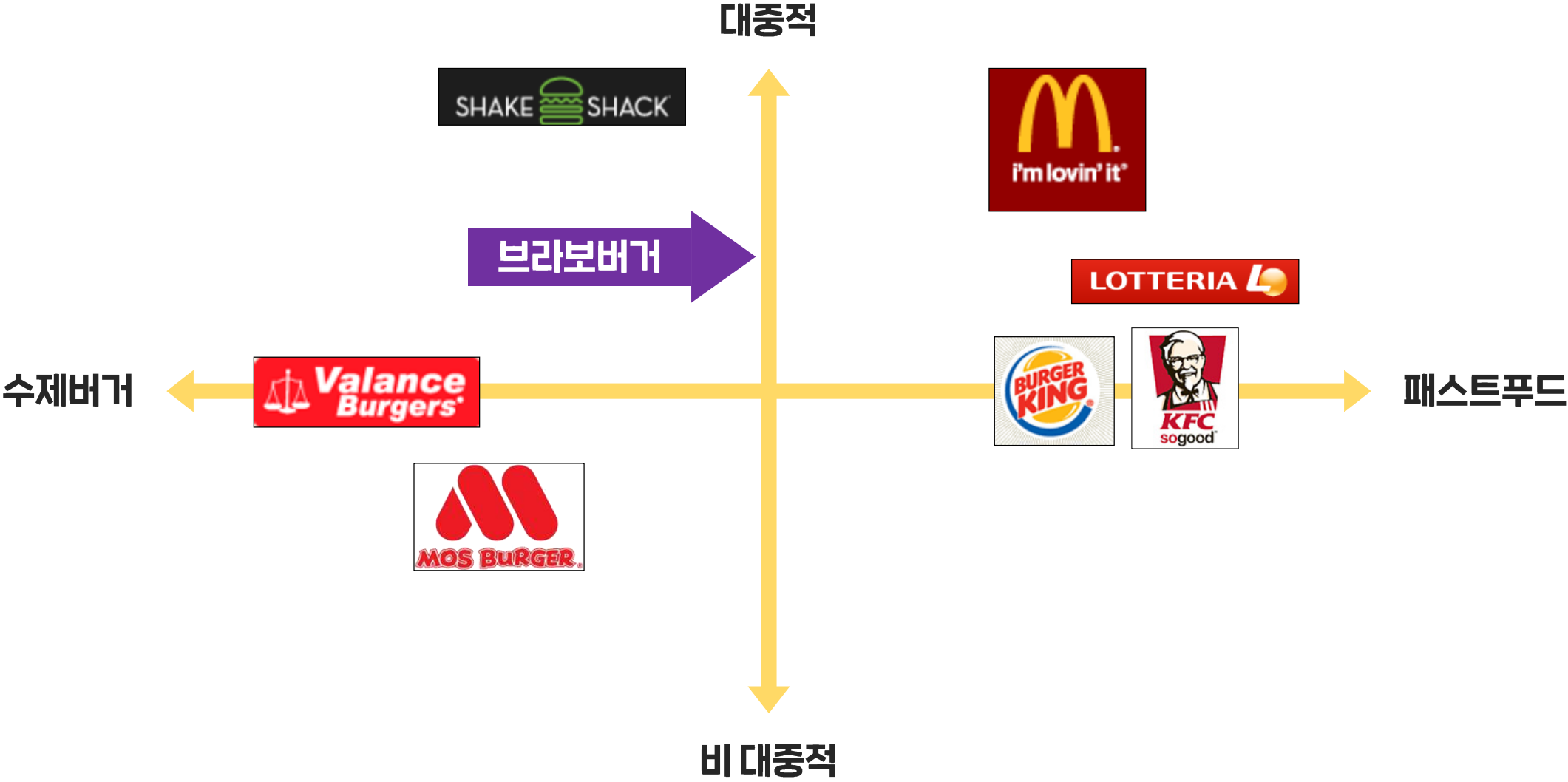
3단계 (B2B 사업단계)

국내 B2B 사업진행 (아울렛, 고속도로)

- 수도권 내 입지한 프리미엄 아울렛 또는 아울렛 입점
 - 백화점 및 대기업 대형몰은 자체 햄버거 브랜드 런칭으로 입점이 어려움
(ex : 신세계 '자니버거')
- 수도권 내 프리미엄 아울렛 입점
 - 국내 마케팅보다는 외국인 관광객이 많은 곳으로 입점
 - 추 후 중국, 일본(동아시아), 태국, 필리핀(동남아시아) 진출
 - 외국인 상대로 브랜드 확산

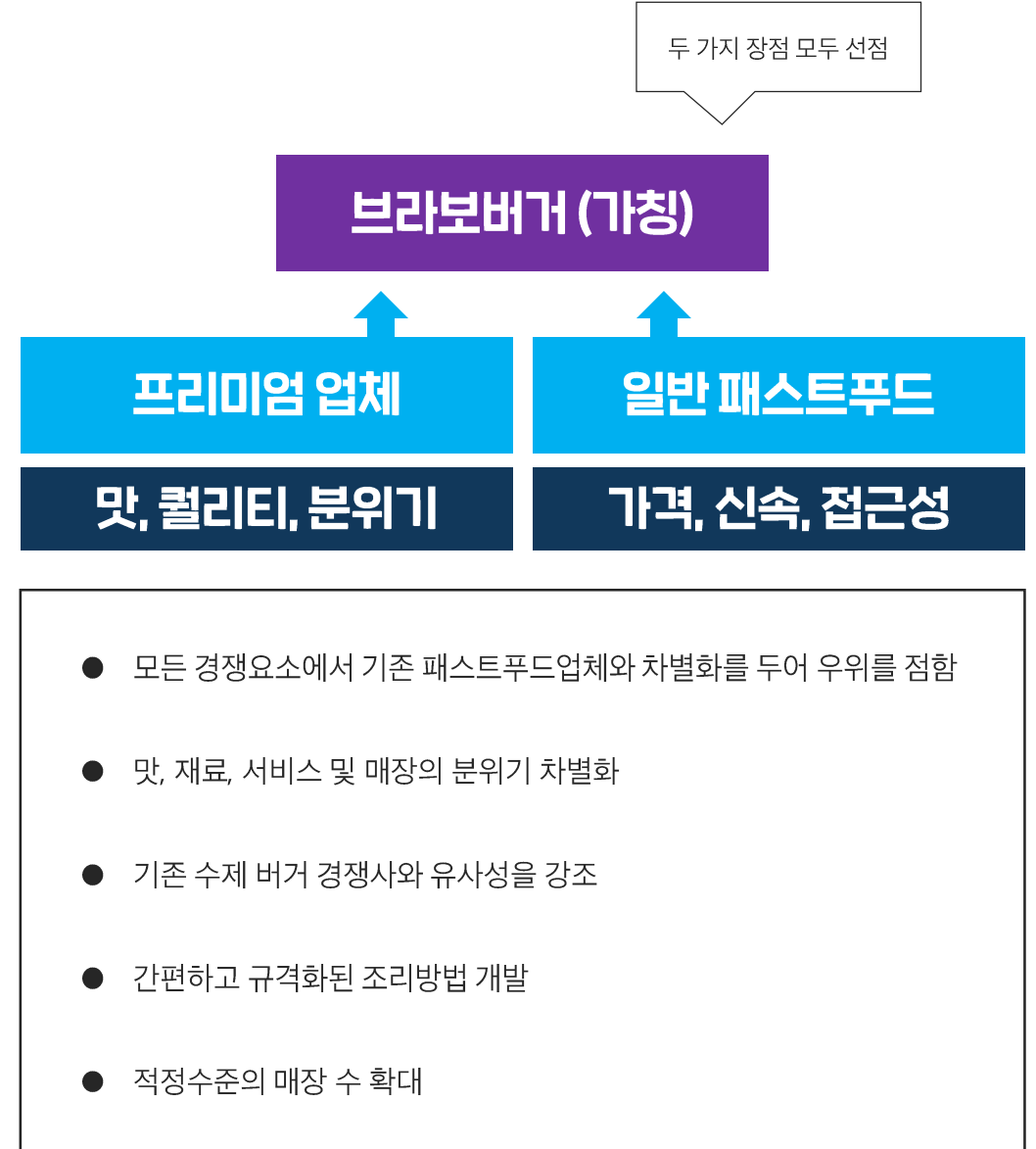
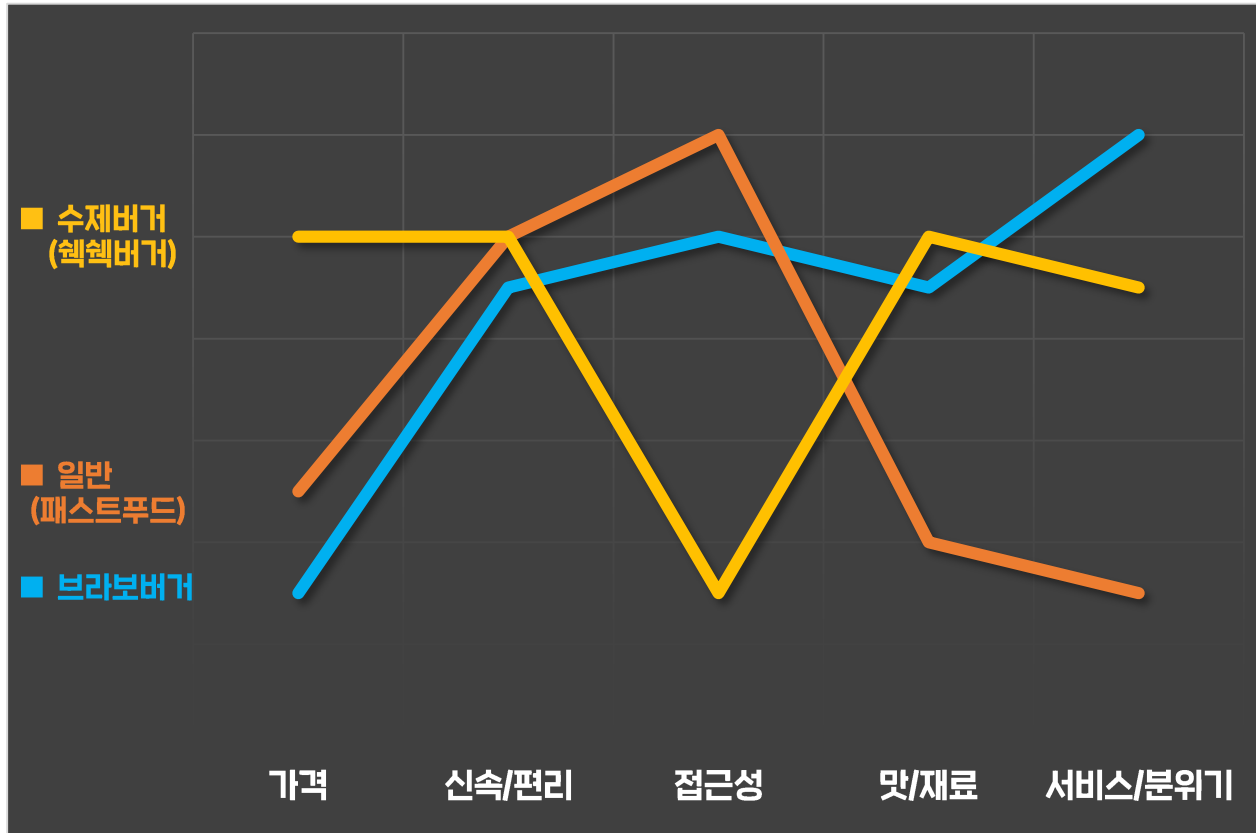
해외진출

- 후진국 대상 입점
 - 저렴한 가격과 수제버거라는 무기를 내세워 시장 공략
 - 각 지역 관광객 HOT SPOT 지역 입점
- 선진국 대상 입점
 - 뉴욕, 상해, 홍콩, 도쿄, 런던 등
 - 각 나라별 대표적인 도시를 통해 매장오픈

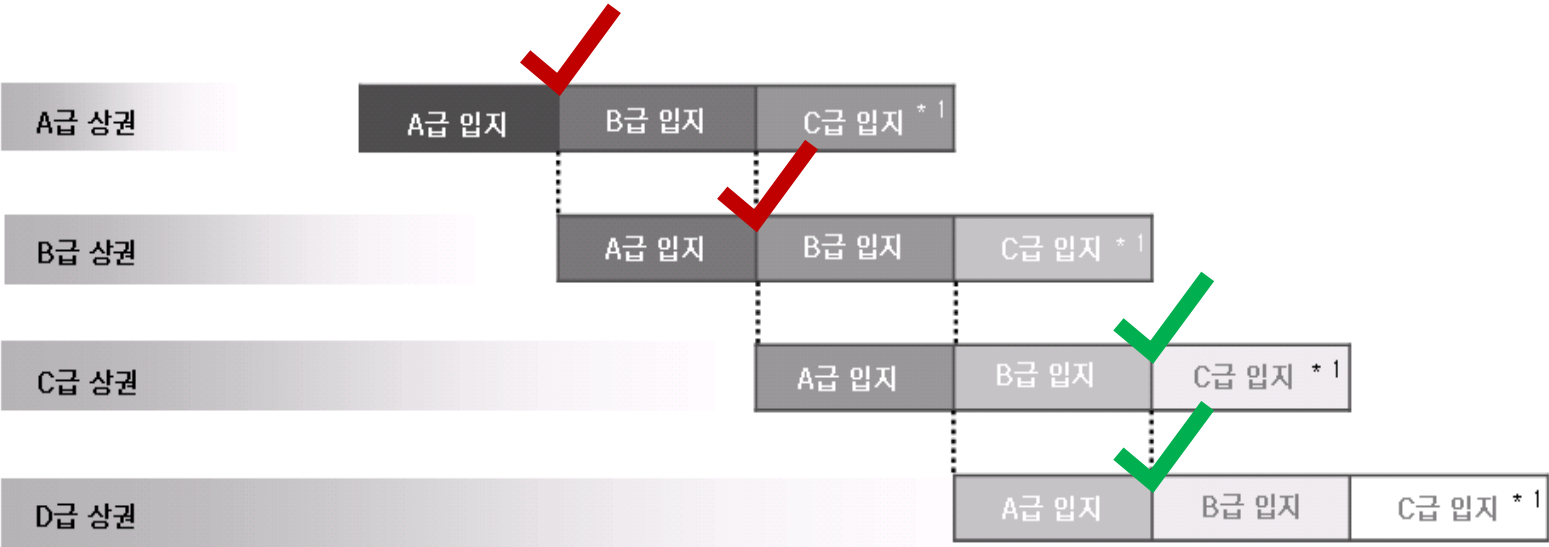


시장 포지셔닝

- 기존 프리미엄 업체와의 차별성 및 유사성 보유
- 타겟에 맞춰 매장위치 선정







■ **직영점 (중대형 매장)**

■ **가맹점 (소형 매장)**

※ 실 10평 기준

등급	AA	AB	BA	AC	BB	CC	BC	CB	DA	CC	DB	DC
임대가	>= 80,000	>= 60,000		>= 40,000			>= 20,000			>= 10,000		< 10,000(5,000)
보증금(20~40%)	20,000	10,000		5,000			5,000			3,000		1,000
월세(70~60%)	6,000	500		350			150			70		40
권리금	>= 50,000	>= 30,000		>= 7,000			>= 3,000			>= 1,000		-
점포임대금액	70,000	40,000		12,000			8,000			4,000		1,000

A급 상권 B급 입지인 경우 AB로 분류

* 평균적인 사항으로 상권의 성격과 점포의 규모 및 형태에 따라서 달라짐

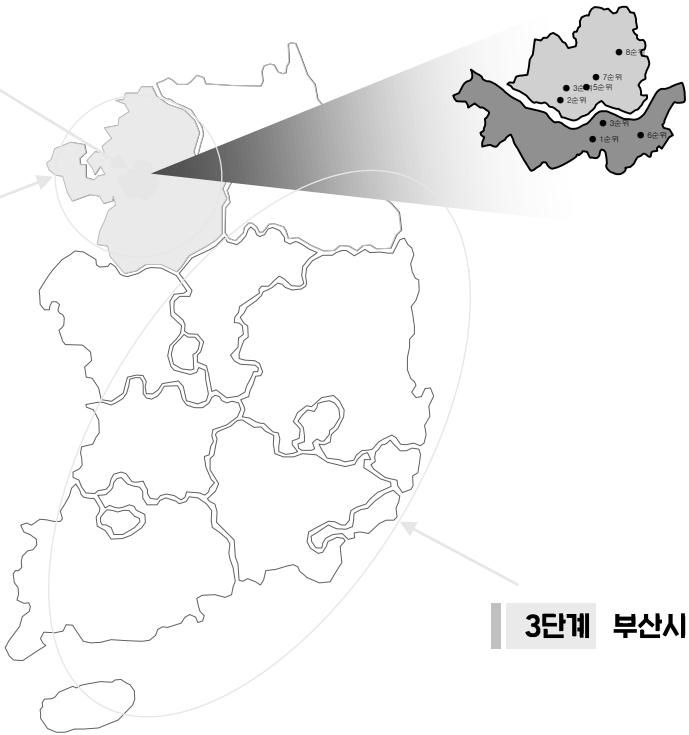
* 임대가의 보증금 및 월세 전환 비율에 따라 점포투자금액 변동함



1단계 서울, 경기

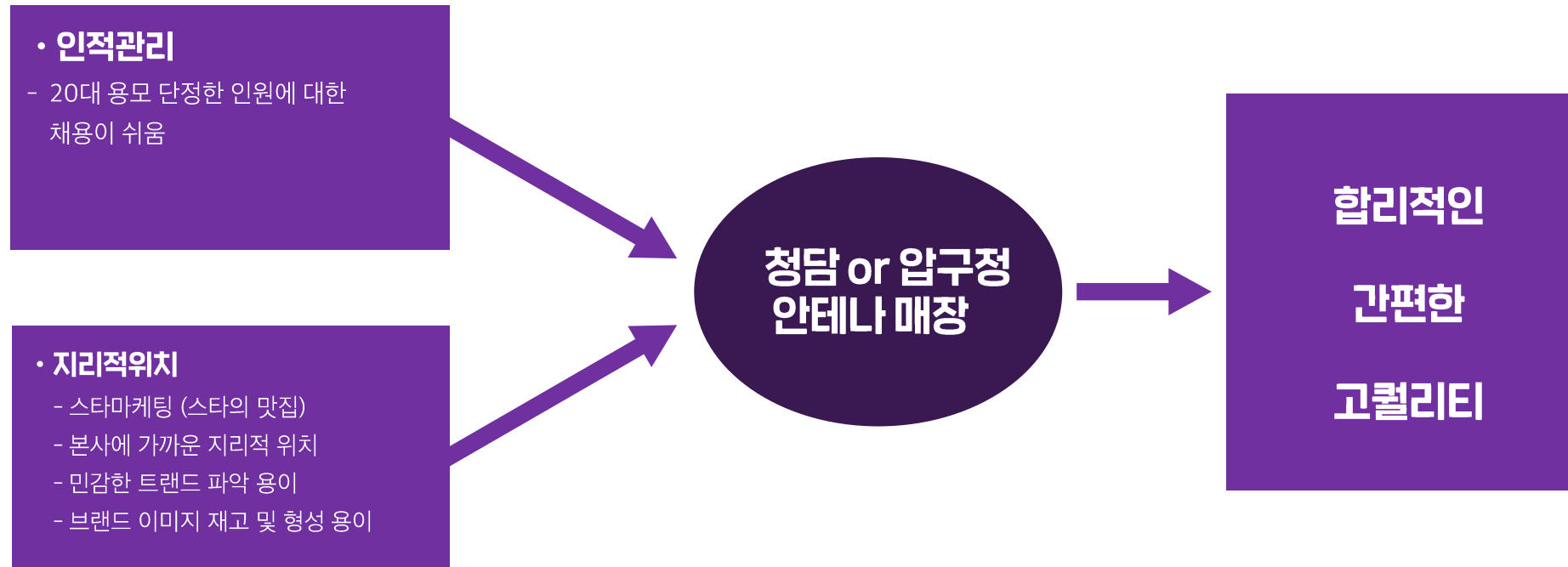
2단계 세종시

3단계 부산시



출점순위	지역	예상 시설투자비	비고
1	청담 or 압구정	1.5억이하	안테나매장 (10평이내)
2	홍대	2.5억원	직영점(35~40평) (보증금포함)
3	여의도	미정	미정
4	신사동	미정	미정
5	강남	미정	미정
6	세종	2.5억원	직영점(35~40평) (보증금포함)
7	부산	2억원	직영점(35~40평) (보증금포함)

■ 경쟁우위인 편리성, 접근성 및 고품질 서비스를 공급하기 위해
직영점 형태를 유지하고 본사의 품질관리 능력, 고급 서비스 인력을 유지해야함



인테리어 & 조명컨셉 참고



- 브라보버거는 화이트를 기본컬러로한 심플한 디자인을 강조
- 밝은 느낌의 LED 조명을 사용하여 넓고 환한 이미지
- 브라보버거 시그니처 소품을 설치하여 귀엽고 기억에 남는 브랜드 이미지 연출

개설비용 (가맹점 10평기준)

항목	세부내용	금액	비고
가맹비	브랜드사용, 조리노하우전수,상권보장 등	없음	계약기간내 로열티
인테리어	매장전반 인테리어, 주방, 목공, 조명, 타일 등	₩12,000,000	평당 120만원
주방설비& 주방집기	냉동냉장고(대형), 반찬냉장고, 싱크대, 살균기, 온수기, 작업대, 대형렌지 등	₩8,000,000	
의자/테이블	빈티지 느낌의 테이블과 의자	₩2,500,000	기본 16석기준 (추가시 가격상향)
홍보비 (간판포함)	전면간판, 돌출간판, 벽면메뉴판, 스카시내부간판, 로고썸팅류	₩2,500,000	본사지정간판사용
합계		₩25,000,000	VAT 별도

■ 메뉴개발 및 네트워크 구축

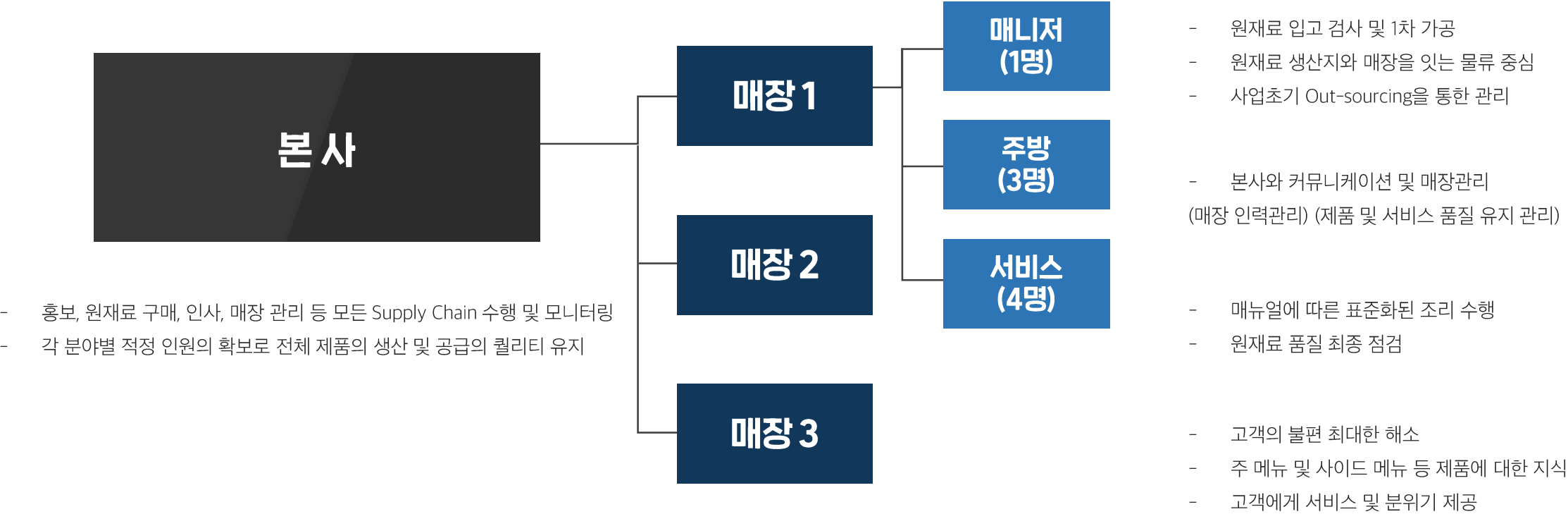
- 불필요한 인력 투입을 막고, 합리적인 점포 운영을 위해 **메뉴 2~3개 구성**
- 자체 네트워크 개발로 직영점 및 가맹점 관리
- **자체 포스 및 키오스크 도입**으로 정확한 매출 파악, 고객의 회전율, 인건비 절약

■ 거래처 직접배송

- 직영점 및 가맹점에서 본사와 직접 계약을 맺은 거래처로 발주함으로써 **중간 유통 거품을 제거하고 본사의 유통문제 해결**
- 점포 무료 알선 컨설팅 제공

■ 자체 인력관리

- 직영 및 가맹점주를 제외한 인력에 대해서는 **본사에서 직접 교육 후 인력배치**



■ 기업의 핵심역량인 매장에서 맛, 서비스, 분위기, 본사의 관리능력을 유지, 발전시킬 수 있는 최적의 형태로 구성

포스터

■ 포스터는 예술 작품이 아니다!

포스터의 가장 중요한 기능은 정보 제공이다. 따라서 그 정보가 유효한 시간 동안만 효과가 있는 것이다.
광고 혹은 정책과 관련된 포스터는 장기간 부착하나, 이벤트와 관련된 포스터는 부착 및 제거 시점이 가장 중요하다.
행사 홍보 일부터 행사 당일 까지만 부착하여 시기에 맞는 운영이 중요

■ 점 외 부착은 되도록 적게!

가장 좋은 홍보는 제품이다. 점포 전면 창을 가리는 홍보물은 되도록 없앤다.
*점 외 부착용 : 광고 관련 포스터, 행사 고지 포스터, 신제품 출시 포스터 등

현수막

■ 가장 빠르고 강한 홍보물

이벤트 내용을 고객에게 알리고 단기간에 효과를 높일 수 있는 가장 효과적인 홍보물
단, 점포 전면 창 크기에 따라 창에 직접 부착하지 못하는 경우가 발생하므로, 점포의 형태에 맞는 제작이 요구된다.
특히 현수막은 행사 이전에 부착하여 행사 내용을 고객에게 안내하며 행사 종료일에는 반드시 점포에서 제거하여 시점에 맞는
홍보가 되도록 유의해야 한다.

P.O.P

■ 꼭 필요한 내용만 부착!

P.O.P는 Point of Purchase의 약자로 구매 시점 광고물을 뜻하는 말이다.
신제품 초기 출시 시 고객에게 직접적으로 알리고 싶은 내용을 부착한다. (보통 점 내에 부착)
과다한 홍보물 부착은 도리어 점포의 인테리어를 복잡하고 어수선하게 만들기 쉬우므로 가장 필요한 내용의 P.O.P만 부착

■ 인력의 운영은 사업의 성장 단계에 맞춰 인력의 규모, 채용방식 및 교육 프로그램을 결정하여 시행



- 안테나 매장 1개
- 본사 인력 : 브라보콘 인력 사용
- 매장 인력 : 3명 이내

- 중심상권 3~5개 오픈
- 본사인력 : 브라보콘 인력 3명
(외주처 관리, 가맹점 영업, 네트워크 외주처)
- 매장인력 : 최대 35명 (점포별 7명 이내)

- 수도권 또는 지방대 도시 확장 검토
- 검토 결과에 따라 인력 확대 결정
- 원재료 공급 IN-HOUSE 검토

판매 계획

- 매장의 크기는 10평을 기준으로 Take Out 위주 영업
- 인당 매출액은 5,000원을 목표로 하루 200명 고객 확보
- 월 매출액 3천만원

자금조달 계획

- 초기 안테나 매장은 자기자본으로 진행
- 추 후 안테나 매장 매출 및 시장성 파악 후 외부자금 유치

매장출점 계획

- 사업초기 압구정 or 청담 매장 오픈
- 상권분석을 토대로 1년 차 5개 매장 추가 개장
본격적인 사업 궤도 도달

자금소요 계획

안테나 매장은 초기 비용을 1.5억 이내로 진행
추 후 오픈하는 매장은 35평 기준으로 최대 3억 미만으로
5개 점포 오픈 (최대 15억 이내)

매장

- 직원 서비스 및 위생 안전 교육
- 시설물 체크

주방

- 요리 및 조리 시스템화
- 직원 소방 및 위생 교육

온라인

- 홈페이지 및 sns구축
- 키오스크 및 어플리케이션 개발 및 연동

인허가

- 영업신고
- 소방 허가
- 주류 판매업
- 인력 보건증 신고

감사합니다.



본 문서에 표기된 모든 정보, 아이디어 및 저작물의 권리는 주식회사 브라보콘에 있습니다.
본 문서에 표기된 어떤 내용도 협의되지 않은 용도로 이용, 전달될 수 없음을 명시합니다.

02.517.6479 | bravo@bravocon.kr | www.bravocon.kr