

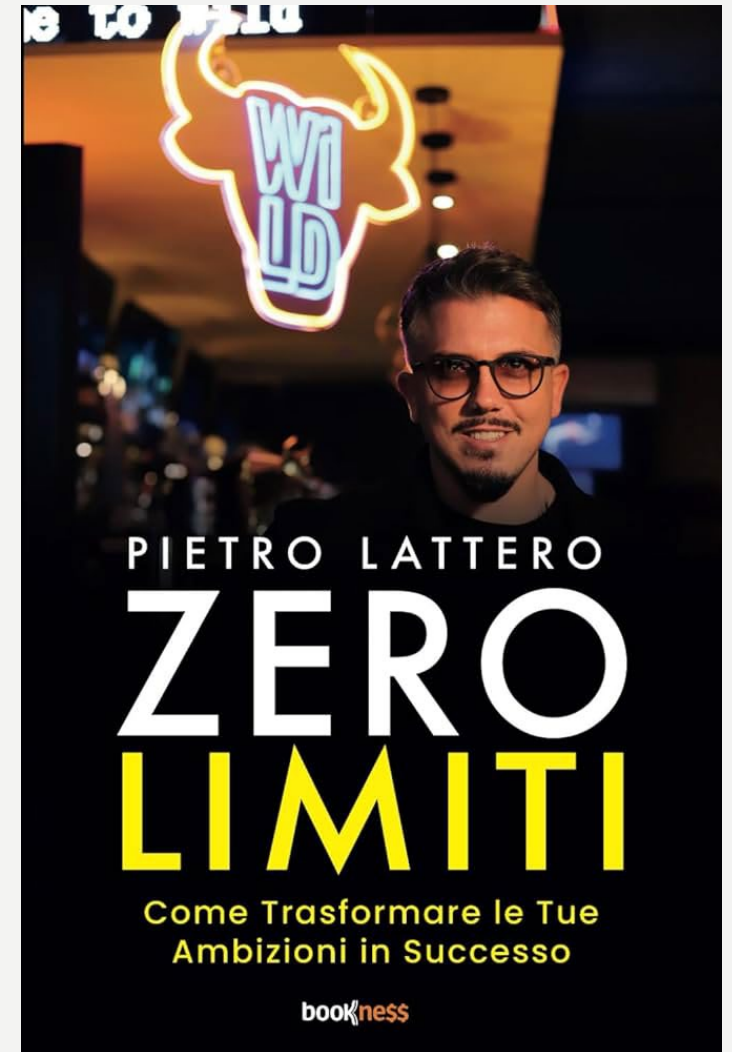


FRANCHISING



CHI SIAMO

- Chi siamo? Sognatori, pazzi, amanti del lavoro, amanti delle novità, imprenditori!
- L'idea **WILD** è venuta a **Pietro**, fondatore di questo brand, Napoletano di nascita, Americano di adozione e nuovamente Napoletano... per la vita.
- Figlio d'arte, fin da piccolo aiutava (in realtà faceva molto di più che aiutare...apprendeva) i genitori che avevano aperto una pizzeria a Allentown – Pennsylvania (USA).
- Tornato in Italia, ha svolto tutte le mansioni all'interno di vari ristoranti/pizzerie, sia come dipendente che come titolare/socio.
- Dopo tanti sacrifici e privazioni, **l'idea giusta**: un mix **Italo/Americano**, non presente in Italia.
- Il suo amico e commercialista, **Gaetano**, gli da la spinta decisiva, entrando in società.
- Oggi **Wild** rappresenta due grandi ristoranti/pub (+ uno in apertura) + un franchisee, dove decine di schermi intrattengono la clientela mentre sorseggiano con amici delle ottime birre, o mangiano una magnifica bistecca grigliata o...tante altre cose.
- Questo grande successo, oggi, hanno deciso di condividerlo con imprenditori che sapranno apprezzare questo **innovativo format in FRANCHISING**



Zero Limiti, il suo primo libro, che ti porta nel suo mondo imprenditoriale



COSA OFFRIAMO

Un format **innovativo ed esclusivo**

Non ci sono altri locali, in Italia, che hanno improntato lo stile dei **PUB AMERICANI**, miscelandolo con la tradizione e l'**estro Italiano**, con un **menù** minuziosamente **selezionato**, come selezionati sono i tanti **distillati** a disposizione.

Sport, musica, avvenimenti scorrono sui tanti schermi appesi al muro e sui tavoli, creando un'atmosfera **FRIENDLY**.

Vedere la **partita della squadra del cuore**, appoggiato ad un bancone, con un'ottima birra alla spina e gli amici che urlano all'arbitro di turno....è un'esperienza «godereccia», che tutti dovrebbero provare.

E perché non godersi anche una birra o un drink, durante una partita a biliardo.





SIETE UN RISTORANTE, UN PUB O UN BAR?



Questa è la domanda che spesso ci viene rivolta on line (chi vede i nostri punti fisici, comprende subito cosa siamo).

In realtà, siamo ed offriamo molte cose:

American and Italian breakfast: dal più classico **eggs and bacon** all'altrettanto classico **cappuccino e brioche**.

Brunch, per pranzi veloci e leggeri

Happy hour, con una drink list molto varia.

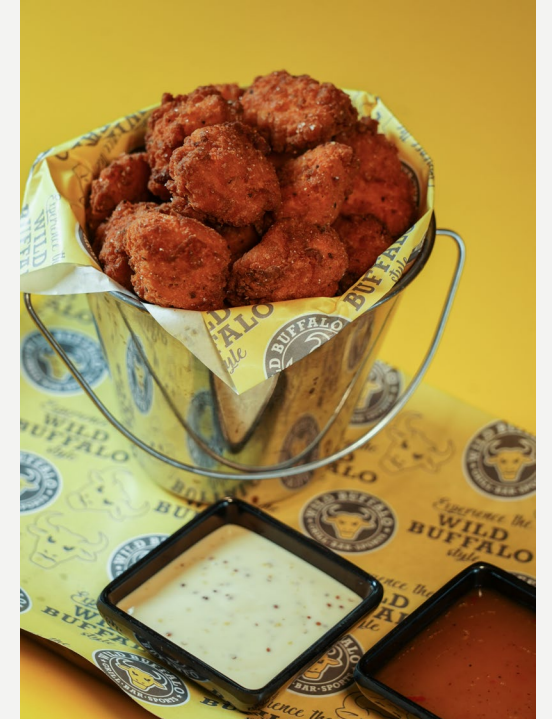
Tex-Mex, con una cucina messicana, che comprende tacos, burrito, nachos...

Carne, una selezione di carne pregiata per i veri amanti della steak house

Spuntini con golosi fritti, come patatine, e wings servite con tantissime salse a scelta

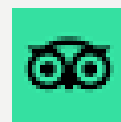


UN ASSAGGIO DEL NOSTRO MENU'





TAKE AWAY & DELIVERY



Per godere appieno le bontà **WILD** è necessario calarsi all'interno dell'atmosfera da **PUB, BAR DELLO SPORT, STEAKHOUSE** creata nei locali ma, dopo la Pandemia, il take away e il delivery hanno avuto un grandissimo incremento. Diventato ormai una caratteristica fondamentale per la ristorazione, porta con sé anche un notevole guadagno.

WILD non poteva esimersi da questo servizio, per cui ha sottoscritto l'accordo con i maggiori brand internazionali per il **delivery**, creando anche una propria web app che consente di ordinare dalla sede più vicina, oltre ai tanti clienti che passano a ritirare l'ordine direttamente al locale.

Tutto in contenitori brandizzati.



GLI INTERNI DI UN WILD

Il Franchising **WILD** prevede 2 format :

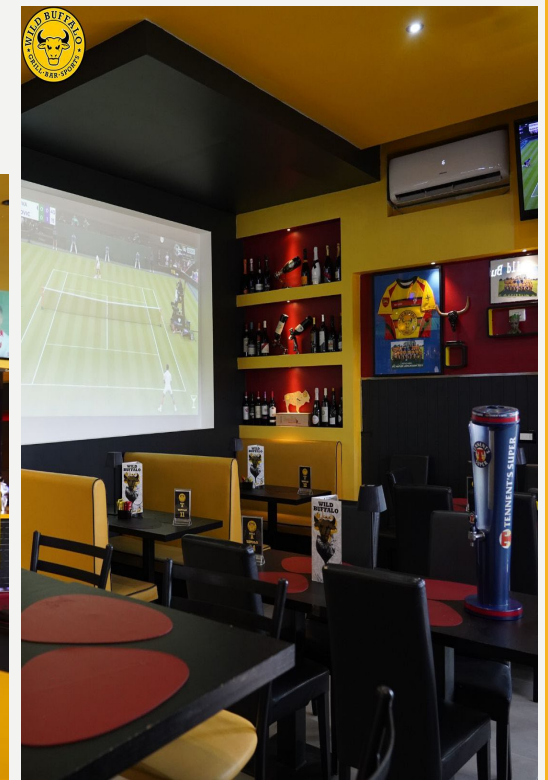
LARGE da 150/250 mq e **SMALL** da 70/100 mq

LARGE: è il **WILD** top, che prevede, oltre ad un grande bancone con mensole e sgabelli alti (ove possibile su 4 lati), lo spazio per almeno 80/100 sedute, oltre ad una cucina di almeno 20/25 mq. Preferibilmente dovrebbe avere un dehors per le stagioni estive e ove possibile lo spazio per un biliardo.

SMALL: è il **WILD** indicato per centri commerciali, centri storici, località iper turistiche. Avrà esclusivamente il bancone con le mensole e gli sgabelli alti e spingerà maggiormente per il delivery e take away, oltre allo street food.

Il denominatore comune dei 2 format è lo stile **AMERICAN/ITALIAN pub, bbq, sport**, dove passare una serata in allegria con amici, mangiando cibo di qualità in uno stile non usuale.

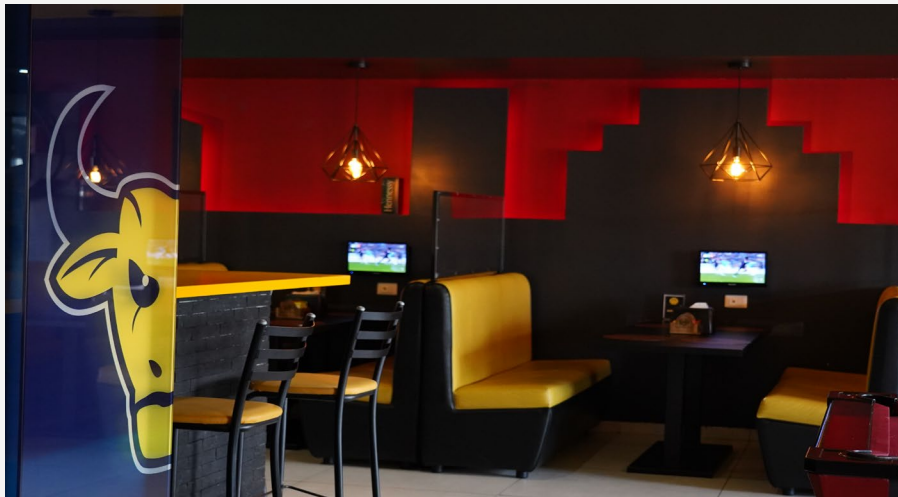
I colori dominanti sono the **yellow** and **black** .





IL FRANCHISING WILD

- **Pietro**, il boss, dopo aver testato per anni questo format, nei due punti pilota, rettificando, modificando, implementando e controllando ogni più piccolo passaggio di questa interessante ed unica, attività **food & beverage**, di questo genere presente in Italia, con risultati economici degni di nota, ha deciso di lanciare lo sviluppo della rete **WILD**, con la formula del **Franchising**:
- Menù ridotto (non serve un menù di 15 pagine) imperniato sull'alta qualità dei prodotti
- Uno stile fortemente attrattivo (piace tantissimo ai giovani, e non solo...)
- Prezzi assolutamente adeguati ai prodotti (il segreto è comprare bene e vendere al giusto prezzo)
- Gentilezza, cordialità e pulizia (è un must in Wild)
- Unicità del format (non ci sono locali simili in Italia)
- Alti profitti annuali (oltre € 1.000.000 per il large)





FORMULA CHIAVI IN MANO

- ❖ Una delle caratteristiche del franchising, è il layout, uguale in tutti i punti vendita, affinché il cliente riconosca subito il network, già apprezzato in altra località.
- ❖ Per evitare distorsioni sul format o costi maggiori, il franchisor ha deciso che tutto l'allestimento del locale (arredi, macchinari, insegne, packaging, ecc...) saranno forniti dalla casa madre.
- ❖ Il franchisee dovrà occuparsi solo dei lavori di muratura e impiantistica (seguendo il progetto esecutivo fatto dal Franchisor), oltre che ottenere i permessi necessari per l'apertura, il tutto con la consulenza della **CASA MADRE**.

VI SAREMO SEMPRE VICINI





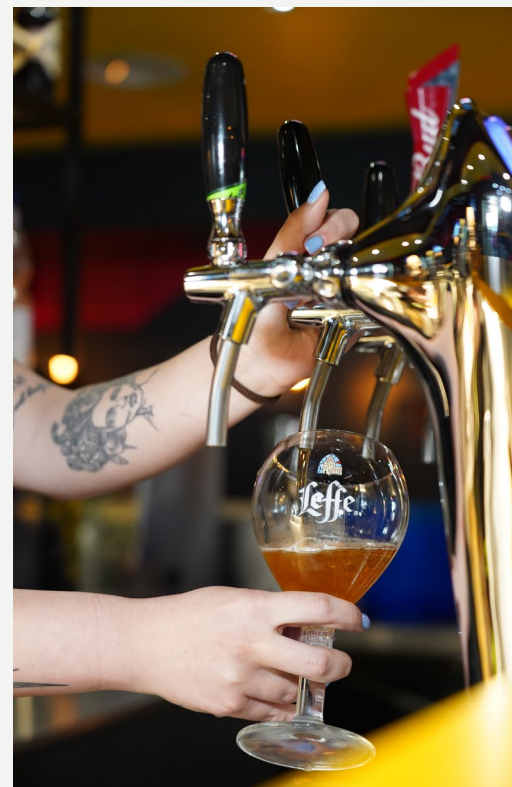
IL FRANCHISEE



Non ricerchiamo obbligatoriamente ristoratori, saremo noi a formare i neo franchisees ed i suoi collaboratori, ma è essenziale che siano appassionati del buon gusto, che sappiano relazionarsi con la clientela, che sappiano gestire le risorse umane, in breve...che sappiano incarnare il ruolo del **Franchisee di successo**.

Esaminiamo gli investitori, il nostro target ideale è sia l'imprenditore che non appartiene al mondo della ristorazione sia l'imprenditore che dirigerà personalmente il **SUO WILD**.

Gli investitori, dovranno selezionare uno **store manager** carismatico, che sarà da noi formato per la gestione di un **WILD**.



LA FORMAZIONE

- Sarà fondamentale effettuare la **formazione**, per apprendere le basi di questa interessante e redditizia attività.
- È prevista una formazione per tutto lo staff di **7 gg** presso il punto pilota indicato dal franchisor, ed altri **7 gg** presso il nuovo punto vendita, in occasione dell'apertura.
- Il **Cuoco e lo store manager** effettueranno **14 gg** presso il punto pilota.
- Successivamente un tutor seguirà costantemente l'attività del franchisee per dare tutti i consigli necessari affinché l'attività cresca nel tempo.





IL GESTIONALE



- In ogni attività moderna, soprattutto se facente parte di un franchising, è impensabile non avere un **CRM** per la gestione delle fatture, degli ordini, del magazzino, degli incassi, ecc...
- Il Franchisor e il Franchisee potranno vedere in qualsiasi momento l'andamento della giornata, della settimana, del mese, dell'anno.
- In questo modo il Franchisor potrà monitorare l'andamento del franchisee e proporre interventi, ove necessario.



I RIFORNIMENTI DEI PRODOTTI

Come ogni Franchisor, degno di tale nome, **WILD**, funge da centrale acquisti.

Grazie al suo potere contrattuale, ha stipulato una serie di accordi, economicamente vantaggiosi, con i fornitori dei prodotti che formano il menù **WILD**.

Il Franchisee dovrà effettuare gli ordini ogni **lunedì mattina**, per il rifornimento settimanale e le consegne verranno effettuate entro 48/72 ore. Esigenze particolari si esamineranno al momento.

Non saranno ammessi prodotti extra Wild, se non preventivamente autorizzati.





I SOCIAL NETWORK



- Al giorno d'oggi, non è pensabile aprire un'attività commerciale, senza la giusta presenza sui social network e senza campagne di web marketing.
- Per **WILD**, questo concetto deve essere esasperato, visto che il target della clientela è abbastanza giovanile, quindi assidui navigatori sui social.
- La casa madre creerà costantemente post, validi per tutto il gruppo, aggiornerà continuamente le pagine social, con news, eventi, promozioni, per tenere sempre viva l'attenzione della clientela storica e per attrarne altra nuova.
- L'account dovrà essere come in questo esempio: [wildbuffalo-aversa](#), per evidenziare il brand di appartenenza e la località.





CONCLUSIONI

Dopo aver letto questa brochure di presentazione e probabilmente altro materiale informativo, avrete la testa piena **di se e di ma**, si perché quando si decide di aprire un'attività, siamo sempre pieni di dubbi e paure.

NOI DI WILD SAREMO SEMPRE PRONTI A TOGLIERVI DALLA TESTA I SE ED I MA, DANDOVI RISPOSTE CONCRETE, FRUTTO DI ANNI DI SUCCESSI.

In WILD, non ci sarà mai nulla di improvvisato, tutto è stato testato e limato ed ogni novità, anche che arrivi da un franchisee, verrà prima esaminata e testata nei punti pilota e solo se i risultati saranno stati positivi, verrà trasmessa all'intera rete.

IL SUCCESSO DI OGNI FRANCHISEE E' IL SUCCESSO DEL FRANCHISOR!!

**NON PERDERE L'OCCASIONE
PER ENTRARE DA
PROTAGONISTA NEL MONDO
DEL **FOOD AND BEVERAGE**
SCRIVI ALLA:**

**EASY FRANCHISING, SOC. DI
CONSULENZA PER IL
FRANCHISING, INCARICATA
PER LO SVILUPPO DELLA RETE**



INFO@EASYFRANCHISING.EU

