

O realitkách rozhodne kvalita

1. října 2010 - Trend konsolidace trhu realitních kanceláří se začíná obracet. Realitkám už nejde tolik o kvantitu

PRAHA Obliba realitních franšíz pomalu opadá. „Mnoho realitek si nyní radši nechává svoji značku. Je to především otázka nákladů, protože kancelářím se někdy nevyplatí kupovat si licenci a pak ještě platit měsíční poplatky majiteli franšízy,“ říká Michal Pich, jednatel **EuroNet Media**, provozovatele sítě realitních portálů.

Předseda představenstva M&M reality holding Milan Zavadil na franšízingu vidí spíše nevýhody, a to zejména ve vztahu ke klientům. Ti jdou podle něj do rádobyvelké realitní kanceláře, ale v podstatě jednají s lokálním subjektem, který má na zdi pouze vývěsní štít. „Navíc se v poslední době stává, že i realitky s pochybnou pověstí si koupí licenci a dále fungují pod novým jménem, ale se starými praktikami. Největší nebezpečí spatřuji v tom, že centrála nepokrývá případnou škodu nebo zpronevěru za své franšízanty,“ tvrdí Zavadil.

Obchodní ředitel Next Reality Rober Hanzl souhlasí s tím, že se na našem trhu vyskytuje celá řada firem, které se na modelu franšízy (nebo na momentální popularitě franšízy) snaží vydělat. Podstata jejich podnikání však dle jeho názoru nemá s franšízíngem nic společného. Od kvantity ke kvalitě Michal Pich říká, že kvalita bude v budoucnu rozhodující. Obrat od kvantity ke kvalitě začínají postupně prosazovat i některé franšízové sítě. Uvědomují si, že nespolehliví franšízanti jim mohou kazit pověst. „My jsme franšízíngové aktivity spíš utlumili, protože jsme přehodnotili strategii. Původně jsme chtěli mít co nejvíc obchodních míst, ale teď jdeme obrácenou cestou, že už nám nejde tolik o kvantitu, ale o kvalitu,“ řekl LN generální ředitel Mexx Reality Josef Šinágl. Tam, kde firma zjistila, že kvalita neodpovídá, licenci odebrala. Snížila tak stav partnerů z deseti na šest.

Jiné firmy jdou však stále směrem, kdy se snaží prodat co nejvíc licencí. Například nadnárodní realitní síť Century 21, která vstoupila na český trh v listopadu 2009, získala již 54 franšízových partnerů. „Předpokládáme, že v letošním roce prodáme ještě zhruba 20 až 25 licencí. V Praze je o licence Century 21 obrovský zájem a je pravděpodobné, že v roce 2011 již nebude možné naši licenci pro Prahu získat,“ prohlašuje generální ředitel Century 21 Aleš Mazgaj s tím, že tato kvantita není na úkor kvality.

Rekordmanem v počtu prodaných licencí je pak firma RE/MAX se 182 partnery. „RE/MAX více méně neredukuje partnery, pouze nastavuje vyšší kvalitativní měřítko,“ říká obchodní ředitel sítě Hanuš Němeček.

Příznivci franšíz tvrdí, že se menším realitkám záštita velké značky vyplatí. Šinágl tvrdí, že majitelé franšíz nabízejí partnerům hlavně dodavatelsko-odběratelské služby, díky nimž mohou například levněji nakupovat. Další výhoda spočívá v zapojení do sítě, takže partneři mají přehled o velkém množství potávajících i nabízejících.

V některých regionech také partnerovi podle Šinágla pomáhá značka k tomu, aby dostával zajímavější zakázky. Pich si naopak myslí, že franšíza má význam jen ve velkých městech. V těch menších jsou klienti zvyklí na svou lokální kancelář a nepotřebují nadnárodní značku.