



Białystok, 13 sierpnia 2019

## INFORMACJA PRASOWA

Redakcje: [wszystkie/ lokalne/branżowe](#)  
można publikować bez podawania źródła

### Czy bycie multifranchyzobiorcą naprawdę się opłaca?

**Franchyza lodowa to biznes, w którym wielu przedsiębiorców szybko decyduje się na otworzenie kolejnego punktu sprzedaży. Niskie koszty inwestycji oraz perspektywa sprawnego mnożenia zysków sprawiają, że bycie multifranchyzobiorcą staje się coraz bardziej popularne.**

Wizja prowadzenia własnej lodziarni rodzi wiele obaw. Podstawową z nich jest fakt, że w naszym kraju sprzedaż lodów ma charakter czysto sezonowy – szczyt obrotów przypada na miesiące wakacyjne, czyli czerwiec, lipiec oraz sierpień. Warto jednak wiedzieć, że przy sprzyjającej pogodzie lodziarnie działają także od kwietnia do października – oznacza to, że są one otwarte nawet przez siedem miesięcy w roku.

*– Jesiennie-zimowy zastój stawia przed franchyzobiorcami pytanie o to, czy uzyskane dochody pozwolą im utrzymać się przez resztę roku. Nasze wieloletnie doświadczenie pokazuje, że jest to możliwe. W przypadku rozpoznawalnej marki zyski pojawiają się już po pierwszym sezonie. Zauważamy jednak ciekawą tendencję – coraz większa liczba osób myśli perspektywicznie i nadwyżki inwestuje w kolejny punkt sprzedaży – mówi Aneta Nazaruk, manager do spraw rozwoju sieci franchyzowej LodyBonano.*

To zupełnie naturalny mechanizm związany z poznawaniem specyfiki danej branży. Pierwszy sezon jest kluczowy. Pozwala na poznanie zasad funkcjonowania franchyzy, potrzeb klientów, technik sprawnego obsługi oraz prawdziwego potencjału danej lokalizacji. To bezcenne doświadczenie, które stanowi świetny kapitał wyjściowy do dalszego rozwijania biznesu.

To właśnie dlatego pierwszy punkt sprzedaży jest dla wielu przedsiębiorców polem do nauki, a także wyciągania wniosków z sukcesów i porażek. Bogatsi w tę wiedzę śmieiej podchodzą do pomysłu prowadzenia dwóch, a nawet kilku lodziarni. Korzyści widać bowiem gołym okiem.

### Franchyzowe *know-how* równa się mniej nakładów pracy

Po zdobyciu nawet minimalnego doświadczenia dwie lodziarnie oznaczają większe zyski przy umiarkowaniu większych nakładach pracy. Nie bez znaczenia jest także fakt, że franchyza to relatywnie prosty model biznesowy, w którym otrzymujemy gotowe *know-how*, a także wsparcie marketingowe, np. możliwość udziału w akcjach promocyjnych.

*– Czas to pieniądz, dlatego przedsiębiorcy doceniają gotowe, sprawdzone rozwiązania. Nie muszą samodzielnie wymyślać konceptów, opracowywać unikalnych receptur czy testować różnych*

*ścieżek marketingowych. W ten sposób zyskują dodatkowy czas, który mogą przeznaczyć na równoległe prowadzenie kolejnych punktów – zwraca uwagę ekspertka z LodyBonano.*

W biznesie lodowym oprócz dobrej pogody liczy się również odpowiednia lokalizacja. Otwierając kilka lokali zwiększamy swoje szanse na znalezienie optymalnego miejsca, które zapewni nam stały przepływ klientów. Wielu multifranchyzobiorców decyduje się także na przetestowanie innych konceptów – prowadząc jedną lodziarnię stacjonarną w dalszej kolejności stawiają np. na lodobus lub wyspę w galerii handlowej.

### **Kiedy jest dobry moment?**

Nie istnieją żadne wskaźniki, które jednoznacznie określą, że przyszła pora na otwarcie kolejnego punktu sprzedaży. To kwestia indywidualna, zależna od wielu czynników – zgromadzonego kapitału, zasobów czasowych czy ludzkich.

*– W naszej sieci każdy franchyzobiorca ma szansę na prowadzenie kilku lodziarni, nie trzeba spełniać specjalnych warunków. Jeśli ktoś czuje ten biznes, zebrał jakieś doświadczenie, lubi to, co robi, nie musi się długo zastanawiać nad słusznością rozwijania się właśnie w tym kierunku – tłumaczy Aneta Nazaruk.*

W przypadku branży lodowej kilkumiesięczna przerwa w sprzedaży działa na naszą korzyść. W wolniejszym okresie możemy skupić się na szukaniu atrakcyjnego miejsca, prowadzeniu prac adaptacyjnych w nowym lokalu czy szukaniu dodatkowych źródeł finansowania. Właściciele lodziarni nie marnują zimy na bezczynne czekanie. Po intensywnym sezonie zyskują przestrzeń na spokojne podsumowania i plany. To więc idealny moment na zastanowienie się nad podjęciem decyzji o otwarciu kolejnego punktu sprzedaży.

