

Lody z własnego podwórka

Z Joanną Misiakowską o biznesie po polsku

LODOstrefa tak naprawdę ma za sobą dopiero jeden sezon na rynku...

I ponad 60 już podpisanych umów z partnerami biznesowymi na nadchodzący sezon, a będzie ich jeszcze więcej. Dopiero wiosną w lodowej branży robi się gorąco. To zresztą nie do końca prawda, że za nami pierwszy sezon.

Już wcześniej byliście obecni na rynku franczyzowym?

Raczej na rynku handlowym. Franchising okazał się po prostu najlepszą opcją na rozwój interesu. Wcześniej nabieraliśmy doświadczeń jako producent urządzeń do wytwarzania lodów. Później sami zaczęliśmy sprzedawać lody; na własnym, udoskonalanym cały czas sprzęcie, ze świadomością istniejących potrzeb i możliwości. Tak zaczęło się budowanie nowej marki.

Marki, która przebojem wdarła się na polski rynek lodowy. LODOstrefę coraz wyraźniej widać pod centrami handlowymi w całym kraju, a także na targach branżowych.

To prawda. Szukaliśmy sposobu na to, by odróżnić się jakoś od tej oferty, która była już na rynku. Chcieliśmy być rozpoznawalni z uwagi na konkretne walory naszego produktu. Dlatego od początku postawiliśmy na jakość oferty, i na budowanie właściwych relacji z naszymi franczyzobiorcami.

Zaczynaliście od jednego, testowego pawilonu lodowego w Jeleniej Górze. Z tego bardzo szybko zrobiło się kilkanaście, a obecnie już kilkadziesiąt punktów w całym kraju.

Właśnie o to chodzi, że nic „się nie zrobiło”, tylko włożyliśmy ogrom pracy w budowanie właściwych relacji z partnerami biznesowymi. Teraz widzimy, jakie to ważne dla obydwu stron. Idzie nowy sezon, a nasi

ubiegłorocznymi franczyzobiorcy poszerzają swoją własną sieć o nasze kolejne lodziarnie. Chcą z nami zostać i nadal współpracować. Oni wiedzą już, że w każdej trudnej sytuacji służymy im naszym doświadczeniem, podpowiadamy, sugerujemy możliwe rozwiązania. Po prostu jesteśmy z nimi - nie na zasadzie konkurencji, tylko wsparcia i zrozumienia. Oni z kolei dzielą się z nami swoimi uwagami po poprzednim sezonie. To od nich wiemy, jakie jeszcze detale można udoskonalać w pawilonach, by praca w nich była łatwiejsza i przyjemniejsza.

A jak to wygląda w przypadku nowych franczyzobiorców, nowicjuszy, którzy mają mnóstwo pytań i wątpliwości, za to zero doświadczenia?

Takich partnerów przyciągamy profesjonalizmem i kompleksową usługą. Tu

nie chodzi tylko o to, że mamy naprawdę świetne smakowo lody w bogatym asortymencie. Od początku szkolimy, wyjaśniamy, przygotowujemy na ewentualne problemy. Oddajemy nasz pawilon franczyzobiorcy w stuprocentowej gotowości: uruchomiony, przyłączony do niezbędnych mediów, z bieżącą wodą, po odbiorze sanepidowskim.

Dla startujących w biznesie to chyba bardzo ważne?

Nie jestem w stanie opowiedzieć, ile już takich rozmów odbyłam. Ktoś dzwoni, bo ma pieniądze do zainwestowania, ale żadnego doświadczenia z franczyzą. Chciałby, ale się boi. Czasem zadaje zaskakujące pytania... W porządku. Po to my jesteśmy, żeby pomóc i doradzić. To jest uczciwa gra. Nie obiecuję nikomu gruszek na wierzbie tylko informuję, od czego zależeć będzie powodzenie przedsięwzięcia. A może być różnie, jeśli punkt nie będzie odpowiednio dopilnowany.

Podczas zimnego, deszczowego lata, trzeba się liczyć z mniejszym zyskiem?

To nie jest wyłącznie kwestia pogody. LODOstrefa nie sprzedaje pawilonów byle gdzie, w niepewną lokalizację, byle tylko odhaczyć kolejny punkt na mapie Polski. Często odradzamy postawienia pawilonu w miejscu, które upatrzył sobie nasz franczyzobiorca, jeśli oceniamy lokalizację negatywnie. Generalnie nie stawiamy też ostrych kryteriów w zakresie doboru przyszłych franczyzobiorców, aczkolwiek kilku osobom odmówiliśmy. Jeśli od samego początku współpraca się nie układa, nie naciskamy na podpisanie umowy za wszelką cenę.

Czym zaskoczy LODOstrefa w nadchodzącym sezonie?

Uruchamiamy busy LODOstrefa oraz testujemy pilotażowy całoroczny projekt, który będzie alternatywą dla lodów sezonowych. Ale na razie nie zdradzę szczegółów, bo chcemy się przygotować tak samo profesjonalnie, jak zrobiliśmy to w przypadku lodziarni pod klucz. Oczywiście, pozostajemy w branży kulinarnej. Pracujemy też nad wypromowaniem LODOstrefy poza granicami kraju.

Dziękuję za rozmowę.



JOANNA MISIAKOWSKA

– współwłaścicielka firmy LODOstrefa. Od lat związana z branżą handlową, wdraża obecnie szeroko zakrojony projekt oparty na franczyzie. Równolegle z działalnością zawodową rozwija osobiste pasje – kończy psychologię na Uniwersytecie SWPS we Wrocławiu. W wolnych chwilach z zamiłowaniem uprawia fitness. Lubi też podróże. I, oczywiście, nowe wyzwania!



**PAWILON
LODOWY
JUŻ TERAZ**



LODOSTrefa[™]
Iodziarnie pod klucz

Otwórz własną Iodziarnię już w tym sezonie. Nasze pawilony zapewniają szybki zwrot inwestycji.

Dlaczego?

Udostępniamy miejsca pod marketami.

Załatwiamy formalności od założenia działalności, leasingu, miejsca, aż po odbiór sanepidu.

Zapewniamy szkolenia oraz stałe dostawy produktów i serwis.

**Wejdź na lodostrefa.pl
i zobacz Twój pawilon.**

Dział Rozwoju Sieci Franczyzowej:

Joanna Misiakowska
tel. 791071977, 535131130

mail: franczyza@lodostrefa.pl