**5 porad dla początkujących franczyzobiorców**

**Doświadczenie – to wartość, której nie kupimy za żadne pieniądze. Dlatego w biznesie franczyzowym tak ważne jest, aby uczyć się od innych przedsiębiorców. Podpatrywanie ich dobrych praktyk pozwoli nam uniknąć błędów i szybciej rozwijać swoją działalność. Poniżej 5 rad od Piotra Kotowicza – właściciela kilku świetnie prosperujących lodziarni franczyzowych.**

Pierwsze tygodnie prowadzenia biznesu nigdy nie są łatwe. Nawet jeśli korzystamy z modelu franczyzowego, możemy natrafić na trudności, które są naturalnym elementem życia firmy. Nie przewidzimy wszystkiego, jednak w wielu sytuacjach możemy korzystać z doświadczenia innych. O tym, na co warto zwrócić uwagę podczas prowadzenia lokalu gastronomicznego mówi Piotr Kotowicz, który działa m.in. pod szyldem Wytwórni Lodów Polskich „u Lodziarzy”.

1. Liczba klientów może cię zaskoczyć!

Świeżo upieczeni właściciele lokali gastronomicznych zwykle obawiają się, że na początku ich miejsce nie będzie cieszyło się dużą popularnością. Wiadomo przecież, że na zyskanie zaufania i zdobycie stałych klientów potrzeba czasu. Dla mnie największym zaskoczeniem była jednak duża liczba gości – w pierwszych dniach działalności kolejka nie miała końca! W głównej mierze jest to wynik rozpoznawalności marki. Drugim aspektem może być fakt, że wybrałem atrakcyjną lokalizację swojego punktu. Warto więc starannie dobrać zarówno franczyzodawcę, jak i miejsce, w którym chcemy działać.

2. Znajdź złoty środek w kwestii zatowarowania

Zatowarowanie to kolejny problem, z którym mierzą się młodzi przedsiębiorcy. Musimy pamiętać nie dość że o odpowiedniej ilości na bieżący dzień, ale i o wystarczającym zapasie. Jeśli zamówimy za dużo – poniesiemy straty, jeśli za mało – nie wystarczy wszystkim klientom, którzy mogą poczuć się zawiedzeni. Po kilku tygodniach działalności bez trudu będziemy w stanie oszacować, jaka ilość towaru będzie w sam raz. Na początku zaś możemy skorzystać z porady swojego franczyzodawcy.

3. Wykorzystaj czas poza sezonem

Lodziarnie to biznes sezonowy, co wbrew pozorom ma swoje dobre strony. Okres zimowy jest chwilą, kiedy możemy odetchnąć. W tym czasie powinniśmy skupić się na marketingu, a także podtrzymywaniu relacji z klientami. Mam na myśli prowadzenie strony internetowej, Facebooka czy Instagrama. Dzisiejszy świat, zwłaszcza młodych ludzi, jest oparty na social mediach i tu najłatwiej trafić do odpowiednich odbiorców. Mimo to, tak samo ważna jest reklama lokalna, np. banery czy plakaty. Późną jesienią i zimą mamy czas uporządkować zaległe sprawy – nie zmarnujmy go.

4. Dbaj o jakość i każdy detal

Jakość produktów oraz obsługi klienta przez pracowników powinna być priorytetem. Zatrudniane przez nas osoby muszą przechodzić szkolenia – nie wystarczy miła aparycja i uprzejmość. To nam powinno zależeć, żeby obsługujący w szczegółach wiedzieli, jak podejść do klienta, również tego trudnego. Dobrze jest, aby pracownik dbał o każdy detal – poczynając od uśmiechu, a kończąc na odpowiednim ubraniu. To wszystko połączone w jedną, spójną całość, przełoży się na zysk.

5. Nie bój się nowości

Nietypowe smaki lodów to standard w Wytwórni Lodów Polskich „u Lodziarzy”. Jednak warto pamiętać, aby nie zatrzymywać się wyłącznie na jednym typie produktów. W tym sezonie wprowadziliśmy kawy (również mrożone), które cieszą się ogromną popularnością. To samo dotyczy kolorowych granit. Dzięki szerszemu asortymentowi jesteśmy w stanie docierać do większej liczby klientów i lepiej odpowiadać na ich potrzeby. Zawsze warto być o krok do przodu i szukać nowych produktów, które trafią w gusta różnych grup odbiorców.

W biznesie ważne jest, aby dać sobie czas na rozwój oraz zaakceptować fakt, że trudności będą nieodłączną częścią naszego życia. Prowadzenie firmy w modelu franczyzowym ułatwia jednak zadanie – dobra marka już na starcie pozycjonuje nas na nieco wyższym poziomie wobec innych nowo otwartych lokali. Za jej sukcesem stoją zazwyczaj lata doświadczeń setek osób, od których można nauczyć się wielu przydatnych umiejętności. Czerpanie z wiedzy innych to naturalna praktyka, którą warto wdrażać nawet na etapie wyboru franczyzy.