**Dobra lodziarnia dla dzieci to… lodziarnia dla całej rodziny!**

**Lodziarnie ukierunkowane na dzieci wyróżniają się z tłumu innych lokali serwujących zimne desery. Wyjście naprzeciw oczekiwaniom najmłodszych klientów wymaga nie tylko specjalnego menu, ale także zupełnie odrębnej strategii promocyjnej. Gdzie tkwi sekret ich sukcesu?**

Nie bez przyczyny mówi się o tym, że dzieci są jednymi z najbardziej wymagających konsumentów. W przypadku najmłodszych lody muszą posiadać nie tylko wyjątkowe walory smakowe, ale powinny być także atrakcyjnie podane. Sposób serwowania dotyczy również wielkości porcji. Zwykłe lodziarnie rzadko przewidują mniejsze wafelki, gałki czy packi. Maluchy jednak bez trudu zauważają, czy dany produkt jest przeznaczony specjalnie dla nich. Chętniej wybierają lody, które nie przytłaczają ich swoją wielkością, mają ciekawą formę (np. świderków) oraz są pełne kolorowych dodatków (posypek, groszków czy kawałków owoców).

Niebagatelną rolę w budowaniu marki lodowej dla dzieci odgrywa wygląd lodziarni. Co ciekawe, aby zostać zauważoną przez maluchy, wcale nie musi charakteryzować się krzykliwą feerią barw. Dobrze jest ponadto postawić na obrazkowe menu. Dzieci wybierają oczami – do ich wyobraźni bardziej przemawia zdjęcie czy rysunek deseru niż napis, nawet gdy potrafią już czytać.

– Nasze lodziarnie dodatkowo wyróżnia dwoje głównych bohaterów marki, Fruzia i Bonanek – mówi Monika Zalewska, manager rozwoju LodyBonano, jednej z największych sieci lodziarni franczyzowych w Polsce, która swoją ofertę kieruje przede wszystkim do rodzin z dziećmi. – To rysunkowe postacie przebojowych kilkulatków, których przygody zostały opisane w specjalnej książce dla maluchów. Ich uśmiechnięte buzie można spotkać na wszystkich naszych lokalach.

Brand hero, bo tak w terminologii marketingowej nazywa się bohatera marki, pomaga odbiorcom zapamiętać firmę, a także wzbudza w nich pozytywne emocje. Nie bez znaczenia jest również fakt, że Fruzia i Bonanek są dziećmi – maluchy bez trudu mogą się utożsamić z uśmiechniętymi postaciami, trzymającymi w dłoniach ich ulubione, zimne desery.

Ta strategia zwiększa rozpoznawalność brandu, co przekłada się na wzrost popularności nie tylko poszczególnych lokali, ale całej sieci. W ten sposób konsumenci w każdym napotkanym punkcie działającym pod szyldem LodyBonano spodziewają się tych samych produktów, które zamawiają w osiedlowej lodziarni, podczas niedzielnych spacerów. Wizerunki Fruzi i Bonanka od razu wywołują skojarzenia ze smakiem pysznych deserów i przyjemności rodzinnego wypadu na lody.

Aby zachęcić najmłodszych klientów do odwiedzenia lodziarni, sieć LodyBonano stawia także na akcje promocyjne, skierowane wyłącznie do najmłodszych. Są to m.in. rabaty z okazji Dnia Dziecka, Pierwszej Komunii Świętej czy zakończenia roku szkolnego.

– Towarzyszenie dzieciom w ważnych wydarzeniach w ich życiu to nieodłączny element funkcjonowania naszych lokali. Tego typu akcje zacieśniają więzi i pozwalają tworzyć długotrwałe relacje z małymi klientami oraz ich rodzicami – przekonuje Monika Zalewska. – Do tego dochodzą imprezy organizowane z inicjatywy samych franczyzobiorców. Malowanie twarzy, formowanie zwierzątek z balonów czy wspólne czytanie książek. Te działania sprawiają, że lodziarnia staje się miejscem, w którym można nie tylko zjeść lody, ale także miło spędzić wolny czas.

Jednak wszystkie te strategie nie miałyby sensu, gdyby lodziarnie nie zdobyły wcześniej zaufania rodziców. Bo to właśnie oni mają decydujący głos w kwestii wyboru lokalu, do którego zajdą z dziećmi na lody. A warto wiedzieć, że ich przychylność zyskuje się w zupełnie inny sposób.

– Rodzice przywiązują dużą wagę do jakości produktów oraz obsługi. Muszą mieć pewność, że ich dzieci zawsze zjedzą świeży deser i zostaną obsłużone w uprzejmy sposób. To dla nich ważniejsze od samej ceny – mówi Monika Zalewska i dodaje: – Należy także pamiętać, że dobra lodziarnia dla dzieci, to w zasadzie lodziarnia dla całej rodziny. Dorośli przecież także przepadają za zimnymi deserami! Nie można więc pomijać ich w swojej ofercie. Rodzice chętniej wybiorą miejsce, w których znajdą coś także dla siebie. Większe porcje, inne dodatki czy kawa z pewnością zachęcą ich do wspólnego wypadu na lody.