**Pierwszy biznes – a może franczyza?**

**Osoby, które zakładają pierwszą firmę zmagają się z wieloma wątpliwościami. Jak zbudować markę i zyskać zaufanie klientów? Jak rozwijać swój produkt? Jak przebrnąć przez ocean formalności? Odpowiedzi na nie można tygodniami poszukiwać samemu albo... wybrać drogę na skróty. Tą drogą jest franczyza.**

W biznesie „droga na skróty” oznacza łatwiejszy sposób na dojście do postawionego celu. W żadnym wypadku nie jest to omijanie ważnych etapów czy nieuczciwa konkurencja. Świetnymi przykładami są tutaj biznesy przejmowane z pokolenia na pokolenie oraz system franczyzowy.

Dlaczego rodzinna firma i franczyza są podobne?

Jeszcze nie tak dawno temu naturalną koleją rzeczy było, że dorosłe dzieci dziedziczyły firmy po swoich rodzicach i startowały z innego pułapu niż jakby miały budować sklep, restaurację czy zakład usługowy zupełnie od podstaw. Oferując produkt, który od lat zdobywał zaufanie klientów, a także czerpiąc z doświadczenia starszych stażem przedsiębiorców, łatwiej było im dalej się rozwijać.

Dzisiaj funkcję takich rodzinnych firm może pełnić franczyza. Analogii do ich funkcjonowania jest naprawdę wiele – od ugruntowanej pozycji na rynku, przez sympatię stałych klientów, aż po skuteczne sposoby reklamy do pozyskiwania nowych. To właśnie dlatego przystąpienie do sieci jest dobrą opcją dla osób, które dopiero stawiają swoje pierwsze kroki w biznesie.

– Punkt franczyzowy to taki gotowy przepis na biznes wraz z „instrukcją obsługi”, na którą składają się setki doświadczeń innych przedsiębiorców – mówi Monika Zalewska, manager rozwoju LodyBonano, jednej z największych sieci franczyzy lodowej w Polsce. – Działalność pod szyldem znanej marki przynosi mnóstwo korzyści. W pakiecie otrzymujemy bowiem produkt, strategię marketingową, wsparcie merytoryczne, a także coś, czego nie da się policzyć czy zmierzyć – zaufanie klientów, które jest bezcenne, szczególnie na początkowych etapach działalności firmy. Franczyzodawca posiada ogromną wiedzę na temat tego, co się w danej branży sprawdza, a co nie. To pozwala uniknąć wielu błędów i od razu celować w rozwiązania, które dają szansę na rozwój.

Minusy?

Sceptycy systemu franczyzowego zwracają uwagę na koszty, jakie należy ponosić względem franczyzodawcy czy skomplikowane umowy, obwarowane wieloma obostrzeniami.

– Miesięczna opłata franczyzowa jest standardem, ale to nie znaczy, że musi być ona wysoka. W naszej sieci to od 400 do 600 zł, w zależności od wybranego konceptu, do tego dochodzi 150 zł opłaty marketingowej. Tyle. To mit, że franczyzodawcy zawsze pobierają procent od obrotów – przekonuje Monika Zalewska. – A co do umów. Zawsze warto jest dokładnie je przeanalizować. W każdej branży zdarzają się nieuczciwi przedsiębiorcy. Jeśli mamy jakiekolwiek wątpliwości, możemy je skonsultować z prawnikiem lub porównać oferty innych franczyzodawców.

Wsparcie i know-how

Franczyzodawca krok po kroku przeprowadza swoich partnerów przez każdy etap rozwoju firmy. Daje konkretne wytyczne dotyczące wyglądu lokalu, organizuje szkolenia, pomaga określić najlepszą lokalizację oraz oszacować kwotę inwestycji. To wszystko sprawia, że rozpoczynanie własnej działalności staje się o wiele prostsze i mniej czasochłonne.

– W biznesie, szczególnie lodowym, czas to pieniądz. Dlatego im szybciej rozpoczniemy działalność, tym mamy większą szansę na zysk. Do tego w każdym momencie możemy zwrócić się do franczyzodawcy lub innych partnerów o radę, jak postąpić w problematycznej sytuacji. Im także zależy przecież na rozwoju marki i dobrych wynikach sprzedaży. To ważna wartość dodana, jakiej nie zagwarantuje nam żaden inny model – przekonuje Monika Zalewska.

Od czego zacząć?

Jeśli na poważnie zastanawiamy się nad otworzeniem firmy w ramach franczyzy, warto zacząć od… zastanowienia się, co lubimy robić i czym chcielibyśmy się zajmować. Kierowanie się wyłącznie obiecywanymi zyskami nie jest dobrym rozwiązaniem.

Drugim krokiem może być określenie kwoty, jaką jesteśmy w stanie wnieść w ramach inwestycji.

– Początkujący przedsiębiorcy zwykle nie posiadają dużego kapitału na start. Istnieją jednak franczyzy, w ramach których własny biznes można otworzyć już od kilkunastu tysięcy złotych. Dobrym przykładem jest nasza marka. Lodziarnia wiąże się z wydatkiem od 14 tys. zł, a zwrotów kosztów można oczekiwać już po pierwszym sezonie – podkreśla Monika Zalewska.

Ostatnim etapem jest wybór sieci. Podczas podejmowania decyzji warto zwrócić uwagę na liczbę punktów własnych i partnerskich, dokładnie przestudiować warunki umowy i prześledzić pozycję danych firm na rynku. Im więcej informacji zbierzemy na ich temat, tym mamy większą szansę na wyłowienie tych naprawdę godnych zaufania. A stąd już prosta droga do biznesu, który w szybkim czasie zacznie przynosić nam zyski.