**Mała riksza, duże możliwości**

**Istnieją biznesy, które nie wymagają wielkich nakładów finansowych, a ich prowadzenie przynosi właścicielom firmy nie tylko zyski, ale także mnóstwo frajdy. Przykładem jest riksza – synonim wolności, jaką daje sprzedaż mobilna.**

Riksze i wózki sprzedażowe przechodzą swój prawdziwy renesans. Widzimy je w parkach, na skwerach, w centrach miast, a nawet w galeriach handlowych. Zwykle oferują jeden podstawowy produkt (np. kawę albo lody) i są oblegane przez klientów, którzy akurat mają ochotę chwycić na wynos coś do picia lub do jedzenia.

– Riksza to szybka sprzedaż, prosto z ulicy. Klient nie musi wchodzić do sklepu, wybierać towar, stać w kolejce do kasy. Można powiedzieć, że produkt spotyka go sam, na spacerze czy w drodze do pracy, a jego zakup dokonuje się zwykle pod wpływem impulsu. To taka drobna chwila przyjemności, którą możemy sobie zafundować dla poprawy humoru czy samopoczucia – mówi Paulina Daniłowicz, manager rozwoju sieci Wytwórni Lodów Polskich „u Lodziarzy”, której stylizowane riksze podbiły serca Polaków w wielu miastach naszego kraju. – Riksze zawsze przyciągają wzrok, szczególnie jeśli ustawiają się wokół nich zaciekawieni ludzie. W pewien sposób niosą za sobą także obietnicę niemasowego, rzemieślniczego wyrobu, którego nie można dostać w zwykłych lokalach czy sklepach spożywczych.

Liczy się produkt oraz lokalizacja

Sprzedaż z rikszy opiera się na dwóch podstawowych filarach – pierwszym z nich jest produkt, drugim odpowiednio dobrana lokalizacja. W przypadku idealnego zgrania obu tych elementów, mamy szansę odnieść sukces.

– Oferta rikszy jest siłą rzeczy ograniczona. To właśnie z tej przyczyny trzeba ją dobrze przemyśleć i dobrać do miejsc, w których zamierzamy stać. Jeśli chcemy postawić na lody, dobrze, aby były one rzemieślnicze, wytwarzane z wysokiej jakości składników. Idealnym miejscem do ich sprzedaży będzie park, ponieważ sprzyja on rodzinnym spacerom i zapewnia stały przepływ ludzi. Kojarzy się także z miło spędzonym czasem oraz relaksem, którego zimne desery są dla wielu osób nieodłącznym elementem – zwraca uwagę Paulina Daniłowicz.

Niewątpliwą zaletą sprzedaży mobilnej jest fakt, że możemy zmieniać lokalizację, w zależności od naszych potrzeb. Oczywiście, nie oznacza to, że prawo pozwala nam ustawiać się na wszystkich terenach – w większości przypadków konieczna jest dzierżawa kawałka działki. Jeśli jednak zauważymy, że dane miejsce straciło swój potencjał, zawsze możemy poszukać innego, bardziej atrakcyjnego pod względem liczby potencjalnych klientów. Przy wyborze rikszy warto więc zwrócić uwagę, czy faktycznie jest ona mobilna – to znaczy, czy jej transport nie będzie się wiązał z wysokimi kosztami.

– Ciekawostką w naszych rikszach jest fakt, że można na nich jeździć jak na prawdziwym rowerze. To znacząco ułatwia przemieszczanie stanowiska, szczególnie w miejsca, w których nie można wjechać samochodem – tłumaczy specjalistka z WLP „u Lodziarzy”.

Riksza na weselu? Czemu nie!

Riksze kojarzą się z biznesem czysto sezonowym, który sprawdzi się wyłącznie w cieplejszych miesiącach. Okazuje się jednak, że tkwi w nich spory potencjał eventowy, który przy odrobinie kreatywności właściciela oraz odpowiedniej reklamie, zapewni nam zyski przez większą część roku.

Riksze cieszą się coraz większą popularnością jako atrakcja podczas wesel czy imprez firmowych. Można je spotkać także na festynach, w szkołach i na uczelniach, podczas koncertów, balów karnawałowych czy sylwestrowych. Estetyczny, pięknie zdobiony wózek jest wtedy nie tylko dodatkową opcją do menu, ale także ozdobą, podkreślającą wyjątkowość danej uroczystości. Na podobnej zasadzie działają fotobudki, stoły sushi, mobilni lodziarze czy bariści. Obok takiej atrakcji ciężko gościom przejść obojętnie – zwykle korzysta z nich większość uczestników danej imprezy.

Ile to kosztuje?

Jeśli na poważnie planujemy zakup rikszy, dobrze jest zastanowić się, co chcemy oferować. Rikszarze to zazwyczaj ludzie z pasją, którzy kochają to, co robią i dobrze znają swój produkt. Warto także pamiętać, że sprzedaż mobilna może być uzupełnieniem istniejącego biznesu, np. kawiarni, sklepu czy stoiska.

– W sieci franczyzowej Wytwórni Lodów Polskich punkt mobilny wiąże się z inwestycją już od 6 tys. zł, przy wzięciu urządzenia w dzierżawę. W tej cenie otrzymamy konserwator w solidnej, metalowej, ale jednocześnie lekkiej obudowie i na mocnych kołach. Urządzenie zasilane jest akumulatorem i może pomieścić 8 kuwet – czyli 8 lodowych smaków.

Nie zabrakło też przestrzeni magazynowej na 6 dodatkowych kuwet. Riksza wyposażona jest także w wodoodporny, składany daszek, chroniący przed deszczem i słońcem. Ponadto posiada blat z wysokiej jakości stali nierdzewnej, w który wbudowane są zlewy – mówi Paulina Daniłowicz. – Warto także dodać, że nasze riksze są naprawdę wyjątkowe.

Zaprojektowane z niezwykłą starannością o szczegóły, pełne ludowych zdobień, a przy tym bardzo funkcjonalne. Umożliwiają sprzedaż lodów, których marka jest rozpoznawalna w całym kraju. To ogromna zaleta, szczególnie dla osób, które dopiero rozpoczynają swój biznes albo chcą poszerzyć zakres dotychczasowej działalności o rzemieślnicze lody.

Przy optymalnych warunkach, zakup rikszy powinien nam się zwrócić już po kilku pierwszych miesiącach. Po tym czasie możemy zacząć czerpać zyski i cieszyć się firmą, która jest prosta w obsłudze i tania w utrzymaniu.