**Czy franczyza lodowa to biznes dla mnie?**

**A może by tak otworzyć własną lodziarnię... – kto z nas nie wpadł na ten pomysł, widząc długie kolejki przed budką z zimnymi deserami? Zanim jednak zdecydujemy się na inwestycję, warto poznać nieco bliżej specyfikę tej branży. Po czym poznać, że lodziarnia to biznes dla mnie? Poniżej 5 wskazówek od Anety Nazaruk, managera do spraw rozwoju LodyBonano – jednej z największych sieci franczyzowej w Polsce.**

1. Dysponujesz kapitałem w kwocie od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy złotych

Podstawową zaletą własnej lodziarni z perspektywy początkującego przedsiębiorcy jest stosunkowo niska kwota inwestycji, jaką należy poczynić na starcie. Przystępując do sieci franczyzowej, otrzymujemy do wyboru gotowe koncepty wraz z szacunkowymi wyliczeniami, których wysokość zwykle waha się od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy złotych. Oczywiście, wiele zależy tu od lokalizacji i związanych z nią opłatami (czynsz, dzierżawa, rachunki), jednak w ten sposób jesteśmy w stanie zaplanować większość wydatków i zdecydować, czy stać nas na rozpoczęcie tego typu działalności.

Na korzyść lodziarni po szyldem rozpoznawalnej sieci z pewnością przemawia fakt, że pierwsze zyski można zanotować już po kilku miesiącach działalności. Własny lokal z zimnymi deserami to więc nie tylko niskie koszty otwarcia lokalu, ale także szybki zwrot wszelkich nakładów.

2. Umiesz pracować pod presją czasu i sprawnie reagujesz na zmieniającą się sytuację oraz potrzeby klientów

W Polsce sprzedaż lodów ma charakter sezonowy – lodziarnie prosperują zazwyczaj przez pół roku. Dla właściciela oznacza to kilka miesięcy intensywnej pracy pod presją czasu. W tym biznesie należy wykorzystać dosłownie każdy dzień. Jeśli pogoda sprzyja, nie ma większych trudności z przyciągnięciem uwagi klientów – szczególnie gdy działa się w sieci, która zdobyła już zaufanie i ma renomę na rynku. Jednak kiedy zdarzy nam się chłodniejsze lato, należy umieć dostosować się do tej sytuacji. Pomocne są wszelkie akcje promocyjne proponowane przez franczyzodawcę czy odrobina inwencji w kreowaniu własnych działań.

Obecnie lodziarnie stają się miejscem, w którym ludzie chcą nie tylko kupić lody, ale także miło spędzić czas. Założenie ogródka ze stolikami, akcje dla dzieci, dni tematyczne – to przykłady działań, które są odpowiedzią właśnie na potrzeby klientów.

3. Nie boisz się nowości

Branża lodowa zmienia się z dnia na dzień. Teraz lodziarnie zaskakują nie tylko ciekawymi deserami czy połączeniami smaków, ale także bogatą ofertą różnych dodatków, np. kaw czy owocowych granit. Dlatego tak ważne jest, aby nie zamykać się wyłącznie na jedno rozwiązanie i poszerzać zakres swojej działalności. Warto jednak pamiętać, aby zachować zdrowy rozsądek i nie rozbudowywać menu w nieskończoność. W tym wypadku bardziej sprawdzi się strategia polegająca na podmienianiu pozycji, które cieszą się mniejszą popularnością, na nowe.

Otwartość na nowości dotyczy także próbowania różnych konceptów. Wielu franczyzobiorców już po pierwszym sezonie decyduje się na otworzenie drugiego punktu sprzedaży. Co ciekawe, zwykle wybierają wtedy inną formę, np. prowadząc lodziarnię stacjonarną, zakładają lodobus. Testowanie różnych rozwiązań to zachowanie typowe dla świadomych przedsiębiorców, którzy chcą maksymalizować zyski i nieustannie rozwijać swój biznes.

4. To twoja pierwsza działalność, kolejna firma lub pracujesz na etacie

Prowadzenie własnej lodziarni w sieci franczyzowej to wygodne rozwiązanie dla osób, które dopiero wchodzą na rynek. Przystępując do sieci, otrzymuje się gotowe rozwiązania produktowe i marketingowe, a także pomoc doświadczonego franczyzodawcy, któremu zależy na sukcesie firmy w równym stopniu co jej właścicielowi.

Ale lodziarnia franczyzowa to również dobry pomysł na biznes dodatkowy, kiedy prowadzimy inną działalność lub pracujemy na etacie. Sezonowość sprzedaży stanowi wtedy jej niezaprzeczalny atut. W połączeniu z zaufanymi pracownikami może być prostą w obsłudze firmą dodatkową, która przy umiarkowanych nakładach pracy generuje zadowalające zyski.

5. Jesteś otwarty na kontakty z innymi ludźmi

System franczyzowy zakłada czerpanie wiedzy z doświadczeń innych przedsiębiorców – przez lata wypracowywany model jest fundamentem sukcesu danej marki. Dlatego w tym biznesie łatwość nawiązywania kontaktów oraz korzystanie z porad franczyzodawcy może przełożyć się na większe zainteresowanie naszą lodziarnią.

Dotyczy to także budowanie relacji z pracownikami, partnerami oraz klientami. Umiejętność prowadzenia dialogu, asertywna postawa, przyjazne usposobienie – to wszystko ma znaczenie i ułatwia codzienne funkcjonowanie. Otwartość to najlepszy sposób na zdobycie sympatii ludzi, a co za tym idzie, kreowania pozytywnego wizerunku do naszego lokalu.

\*\*\*

Franczyza lodowa to biznes, w którym nie trzeba spełniać specjalnych wymogów. Wystarczy zarejestrowana działalność gospodarcza, lokal lub wydzierżawiony kawałek działki w atrakcyjnej lokalizacji oraz kapitał początkowy. Cechy osobowościowe czy sytuacja zawodowa mogą pomóc w szybszym rozkręceniu interesu – kluczem jest tu zaangażowanie oraz pasja do tego, co się robi.