

FRANCZYZA



ZESTAWIENIE
NAJLEPSZYCH
OFERT
FRANCZYZY
2017

Struktura branżowa na rynku franczyzy

Od 2002 roku główne miejsce na rynku franczyzy pod względem liczby systemów zajmuje gastronomia. Według „Raportu o rynku franczyzy” portalu Franchising.pl i firmy PROFIT system, w 2016 roku gastronomia po raz kolejny pobiła rekord pod względem liczby nowych sieci franczyzowych w Polsce. W ubiegłym roku branża wzbogaciła się o 30 konceptów gastronomicznych. To o 9,7 proc. więcej niż w 2015 roku.



Magdalena Kurda

menedżer ds.
PR portalu Franchising.pl

Obecnie na rynku franczyzy działa 204 konceptów gastronomicznych ponad 3705 punktów (wzrost o blisko 500 w porówna-

niu z 2015 r.). Wśród gastronomicznych nowości warto wymienić Red Hot Chicken, Kebab King, Tel Aviv Food & Wine, House of donuts oraz Kiełbaskowo. Pozytywnym elementem w branży jest spadek średniej kwoty inwestycji w placówkę licencyjną. Aktualnie inwestycja w biznes franczyzowy w gastronomii wynosi ok. 243 tys. zł. Dodatkowo niektóre sieci udzielają wsparcia finansowego, by ułatwić partnerom inwestycję w biznes. Należy do nich sieć pizzerii Stopiątka, która z własnych środków daje nieoprocentowany

kredyt. W ubiegłym roku oraz w 2016 roku hitem branży gastronomicznej były lody – rzemieślnicze, z automatu i tajskie, które dopiero przebijają się do świadomości klientów.

Najliczniej

Rynkiem najliczniej reprezentowanym przez franczyzobiorców od lat pozostaje natomiast branża artykułów spożywczych i przemysłowych – 156 handlowych marek skupia aż 37,6 tys. placówek na licencji (wzrost o ponad 1600 punktów w 2016 r.). Najwięksi gracze, rozwijający po kilka marek w tym segmencie to Eurocash i Carrefour. Z kolei Grupa Muszkietierów przekonała się do dużych miast, gdzie zaczęła otwierać supermarkety spożywcze Intermarche. Sklepy francuskiej marki obecne były wcześniej wyłącznie w małych miejscowościach.

Niemal wszędzie

Oprócz dwóch dominujących branż, franczyza obecna jest niemal we wszystkich sektorach polskiego biznesu. W 2016 roku wzrosty odnotowały również koncepty z branży edukacyjnej, punkty z e-papierosami (eSmoking Wolrd), czy apteki. Poza tym franczyza regularnie ulega trendom, które tworzą nowe koncepty z różnych branż. Na modę trzeba jednak uważać. Najczęściej jest kapryśna i szybko przemija. Przykładem są bary sushi, burgerownie czy salony depilacji, które kiedyś powstawały jak grzyby po deszczu. Teraz na rynku działają tylko najsilniejsi, którzy wzniesli się ponad modę i nadal rozwijają sieć. Mimo wszystko nowe koncepty dają wiele korzyści. Warto przyjrzeć się takim, które dopiero budują swoją pozycję na rynku i kto wie, czy nie zapoczątkują nowej mody. Wówczas jest szansa na pozycję lidera.

Z przewagą

Efekt pierwszeństwa daje później przewagę nad naśladowcami. Przykładem jest Ziebart, amerykańska firma związana z pielęgnacją i odnową samochodów. Z mocną pozycją na świecie, teraz podbija serca Polaków. Branża na razie mało znana nad Wisłą, ale jej prognozowana wartość w Polsce wynosi 300 – 400 mln zł. rocznie. To dobra wiadomość dla osób szukających pomysłu na biznes i miłośników motoryzacji. Jest nisza, ale prawdopodobnie już niedługo będzie zagospodarowana. Z biznesem jak z jazdą pociągiem. Lepiej wsiąść na pierwszej stacji, bo później brakuje miejsc siedzących i spada komfort jazdy. Trzeba się łokciami rozpychać, by choć trochę mieć przestrzeni, a i tak czuć oddech innych na karku. Warto więc odważyć się wypłynąć na nieznaną wodę, bo być może odkryjemy wyspę pełną skarbów.

FRANCZYZA

Firma na licencji franczyzowej bezpiecznym rozwiązaniem dla startującego biznesu?

Ambitne osoby, które mają dalekosiężne marzenia i od życia oczekują czegoś więcej niż bezpieczeństwo jakie umożliwia praca na etacie, chcąc się usamodzielnic rozważają możliwość założenia własnej firmy. Jednak na tym bardzo wielu poprzestaje. Indywidualna działalność gospodarcza to ogromne wyzwanie, ponieważ poza aspektami czysto biznesowymi trzeba znać się również na księgowości, marketingu i zawiłościach prawnych. Potencjalni przedsiębiorcy niejednokrotnie nie mają odwagi, by wystartować z własnymi pomysłami, bo obawiają się fiaska i utraty włożonego kapitału.



Marcin Szworak

twórca marki
Makarun Spaghetti & Salad



Przemysław Tymczyszyn

twórca marki
Makarun Spaghetti & Salad

Decydując się na samodzielne prowadzenie biznesu, zawsze trzeba brać pod uwagę rozmaite zagrożenia, warianty i scenariusze. W przeciwieństwie do pracy etatowej, tu nie ma pewnego i stałego wynagrodzenia. Własna firma na ogół generuje koszty, które ponosimy niezależnie od osiąganego dochodu. Czy można ograniczyć to ryzyko? Niewątpliwie korzystnym rozwiązaniem, zwłaszcza dla osób, które stawiają swoje pierwsze kroki w sferze przedsiębiorczości, jest franczyza. To gotowa i sprawdzona oferta, która daje możliwość prowadzenia własnej firmy pod rozpoznawalną marką.

Mieć pewność

Oczywiście trzeba mieć plany, marzenia i zdobywać doświadczenie, ale bezpieczniej jest zacząć zarabiać pieniądze w oparciu o sprawdzony

i powielony pomysł. W dobrych sieciach franczyzowych, franczyzobiorca otrzymuje pełne know-how dotyczące funkcjonowania konceptu. Jednak sam pomysł na sprawdzony w wielu innych miejscach franczyzowy biznes, to tylko połowa sukcesu. W przypadku tak specyficznego segmentu rynku, jak gastronomia, czy usługi dla klientów indywidualnych, niemniej ważna jest lokalizacja. Przyszły franczyzobiorca – nie mający doświadczenia – może nie posiadać pełnej wiedzy, czy wybrany przez niego lokal będzie optymalnym miejscem do prowadzenia działalności. Może się mu wydawać, że znalazł idealną lokalizację, ale tak wcale być nie musi, bo wpływa na to wiele czynników. Dlatego warto słuchać rad franczyzodawcy, który pomoże ocenić wybór miejsca pod przyszły punkt.

Kapitał to za mało

Uruchomienie własnego interesu wiąże się z określoną inwestycją, a do tego niezbędne są fundusze. Jednak sam fakt posiadania kapitału na start nie wystarcza, aby firma rozwinęła się w sposób automatyczny i bez najmniejszego wysiłku po stronie jej właściciela. Niezwykle ważne są kreatywność, pomysłowość i determinacja franczyzobiorcy w odniesieniu sukcesu. To on musi aktywnie zaangażować się w prowadzenie i rozwój firmy. Franczyza to taki sam biznes, jak każdy inny – trzeba o niego dbać. Wielu się wydaje, że franczyza to kura znosząca złote jaja. Nic nie musimy robić, a i tak biznes będzie się kręcił w najlepsze, bo przecież kupiliśmy sprawdzony koncept i rozpoznawalny szyld. To oczywiście uproszczenie, ale warto o tym pamiętać, że choć faktycznie system franczyzowy daje większą gwarancję bezpieczeństwa dla nowo powstałej firmy, bo nie trzeba latami budować zaufania i rozpoznawalności marki, to nie zwalnia franczyzobiorcy z obowiązku odpowiedniego zajęcia się swoją firmą.

Twarzą w twarz z trudnościami

Trzeba liczyć się również z tym, że prowadzenie własnej działalności to nieuniknione, codzienne problemy w dziedzinach takich jak prawo, księgowość czy marketing. Co ciekawe, franczyza zapewnia fachową pomoc przy rozwiązywaniu tych wszystkich i wielu innych trudności, na które natyka przedsiębiorca. Nie jest więc sam i nie musi już poszukiwać rozwiązań w Internecie czy u zaprzyjaźnionych przedsiębiorców. Może liczyć na pomoc. Wsparcie tego rodzaju jest, szczególnie dla początkujących przedsiębiorców, niezwykle ważne. Możliwość skonsultowania różnych decyzji zwłaszcza, że zwykle dotyczą podobnych sytuacji, z jakimi zmagali się już być może franczyzodawcy, albo inni franczyzobiorcy, jest o tyle ważne, że uzyskana porada będzie poparta nie tylko doświadczeniem, ale dodatkowo będzie się odnosiła do konkretnych uwarunkowań biznesowych.

Jak wybrać odpowiednią propozycję franczyzową?

Zasób ofert w katalogach jest ogromny. Usługi dla ludzi, biznesu,

sklepy, gastronomia.. Przy wyborze franczyzy powinny być spełnione dwa podstawowe warunki. Po pierwsze musi to być koncept, który się rozwija i jest atrakcyjny ekonomicznie. Po drugie powinien on być powiązany z pasjami i zainteresowaniem franczyzobiorcy. Jeśli ktoś interesuje się rowerami, najlepszym dla niego rozwiązaniem będzie sklep franczyzowy z jednośladaami. Oczywiście, mając odpowiednie zabezpieczenie finansowe, zaangażowanych pracowników specjalizacja wydaje się mało istotna. Ale takich franczyzobiorców jest niewielu. Zazwyczaj wkład własny stanowią oszczędności całej rodziny, kredyty... W takim przypadku należy bardzo poważnie zastanowić się nad wyborem kategorii, bo ona musi przystawać do naszych zainteresowań. Franczyza jest dedykowana tym, którzy mają kapitał, ale nie mają pomysłu, jak rozkręcić własny, dochodowy biznes. Dodatkowo wybór wiarygodnej marki zwiększa szansę na sukces, bo nie trzeba tracić wielu lat na budowanie brandu gdyż jest on już stworzony i rozpoznawalny.



Poczuć się bezpiecznie

Rosnąca zamożność społeczeństwa i dobre nastroje konsumentów sprawiają, że handel dynamicznie się rozwija. Ponad 1/3 Polaków uważa, że to branża, w której warto rozpocząć własny biznes – wynika z badania TNS dla Grupy Muszkietierów. 40 proc. osób myślących o założeniu własnej firmy obawia się jednak walki z konkurencją. Rozwiązaniem dla nich staje się franczyza, czyli prowadzenie własnego biznesu, ale pod szyldem dużej, rozpoznawalnej marki. Z raportu przeprowadzonego na zlecenie Grupy Muszkietierów przez TNS wynika, że aż 80 proc. Polaków albo nie zna słowa „franczyza”, albo nie potrafi wyjaśnić, co ono oznacza. Zdaniem Mirosława Szawerdo, odpowiedzialnego w Grupie Muszkietierów za rekrutację i szkolenia franczyzobiorców, konieczna

jest zatem edukacja społeczeństwa w tym zakresie, bo franczyza istotnie obniża ryzyko prowadzenia własnej firmy. – Wśród zalet takiego modelu biznesowego można wymienić przede wszystkim znany szyld, który jest rozpoznawalny przez klientów, wspólne działania, które pozwalają na skuteczną walkę z konkurencją, ale co najważniejsze – know-how, podstawę prawną, szkolenia i pomoc w pozyskaniu kredytu. Te wszystkie aspekty współpracy gwarantowane przez Grupę Muszkietierów ułatwiają start i funkcjonowanie w przyszłości – podkreśla w rozmowie z agencją informacyjną Newseria Biznes Mirosław Szawerdo, właściciel sklepów Intermarché w Dębnie i Myśliborzu, odpowiedzialny w Grupie Muszkietierów za rekrutację i szkolenia franczyzobiorców.

Rozwodowa franczyza

Rokrocznie w Polsce 60-70 tysięcy małżeństw kończy się rozwodem. Wraz z rosnącą liczbą spraw rozwodowych rodzi się zapotrzebowanie na różne usługi: sędziego, prawnika, detektywa czy psychologa. Krystyna Rek, założycielka sieci Kobieta i rozwód, postanowiła w jednym miejscu

skupia wszystkich specjalistów od rozwodu. – W większości przypadków rozwód to skutek zdrady – stwierdza Krystyna Rek w rozmowie z portalem franchising.pl. Osobiste przykre doświadczenia w tej kwestii zdecydowała przekuć w dobrze prosperujący biznes. Dziś doradza kobietom,

które znalazły się w podobnej co ona sytuacji życiowej. W 2013 roku otworzyła Pierwsze biuro marki Kobieta i rozwód otworzyła w Warszawie w 2013 r. Dziś aktywnie działa na rzecz rozwoju swojej marki poprzez sieć franczyzową. Z jej usług mogą korzystać tylko kobiety.

Coraz więcej rzetelnych

W 2016 roku liczba sieci wzrosła łącznie o 51, przy czym na rynku pojawiło się 113 nowych konceptów, a 62 zakończyły działalność. Zarówno liczba debiutantów, jak i marek schodzących z rynku była niższa niż rok wcześniej. Zdaniem autorów, wyniki badań potwierdzają, że rynek franczyzy w Polsce jest coraz bardziej dojrzały. – Nie ma na nim miejsca na koncepty nie-

przygotowane, których właściciele nie mają zbyt wiele do zaoferowania, a jedynie liczą na szybki rozwój kosztem franczyzobiorców. Kandydaci na franczyzobiorców potrafią odróżnić rzetelnego franczyzodawcę od naciągacza. Rosnące oczekiwania franczyzobiorców powodują, że jakość franczyzy w Polsce się poprawia. Franczyzodawcy dysponują co-

raz lepszymi narzędziami, dzięki którym mogą wspierać swoich partnerów – mówi Michał Wiśniewski, dyrektor działu doradztwa PROFIT system. Autorzy badania spodziewają się, że na koniec roku liczba sieci franczyzowych sięgnie 1 220. Eksperti firmy doradczej PROFIT system naliczyli 71,4 tys. jednostek działających w ramach sieci franczyzowych.



daje przykład
**JAK DOBRZE
ZACZAĆ
W BIZNESIE**

- 6500 ZŁ* GWARANTOWANEGO PRZYCHODU!
- TYLKO OK. 5000 ZŁ WKŁADU WŁASNEGO NA START
- FINANSOWY PARASOL OCHRONNY W CIĄGU 3 PIERWSZYCH MIESIĘCY PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI • ZAPEWNIONE: LOKAL, WYPOSAŻENIE I ZAOPATRZENIE W TOWAR

* W przypadku prawidłowego wykonywania umowy franczyzowej.

Otwórz sklep Zabka!
Zadzwoń: 800 207 208
Napisz: franczyza@zabka.pl

*Zgodram się!
Dariusz*

Franczyzobiorca z Bydgoszczy,
od 8 lat z Zabką.



FRANCZYZA

ZESTAWIENIE NAJLEPSZYCH OFERT FRANCZYZY 2017 pojawia się na naszych łamach po raz kolejny. Dlaczego tak często poświęcamy miejsce temu zagadnieniu? Bo franczyza to jedna z najbardziej popularnych form rozpoczynania i rozwijania działalności gospodarczej. Dzięki niej niejednego początkującego przedsiębiorcę, który bez poczucia bezpieczeństwa, jakie daje franczyza, w ogóle

zdecydował się na samodzielną drogę na trudnym rynku biznesowym. Jak wybrać najbardziej odpowiedni dla siebie koncept? Warto poznać ich jak najwięcej i zastanowić się nad swoimi preferencjami jeśli chodzi o branżę, w której chcemy działać. Mamy nadzieję, że nasze zestawienie i opinie ekspertów ułatwią niejednej osobie podjęcie właściwej decyzji.



Sieć sklepów abc to największa sieć niezależnych sklepów spożywczych w Polsce. Na dzień dzisiejszy zrzesza 8500 sklepów. Popularność konceptu wśród franczyzobiorców wynika z partnerskiej współpracy opartej na założeniu, że to właściciel najlepiej zna potrzeby lokalnego rynku, dlatego sam jest w stanie decydować o doborze asortymentu i poziomie cen. Będąc w sieci, właściciel otrzymuje atrakcyjne rabaty na zakupy w hurtowniach Eurocash Cash&Carry. Oprócz tego, zyskuje atrakcyjną wizualizację zewnętrzną sklepu, wsparcie marketingowe (ulotki promocyjne, plakaty, konkursy konsumenckie oraz dla właścicieli sklepów), szkolenia i specjalnie wynegocjowaną ofertę na usługi dodatkowe: energię elektryczną, gaz, opał, deratyzację, muzykę w sklepie, samochody dostawcze i osobowe, oraz moduły convenience: piec do wypieku pieczywa, moduł hot-dog, zupomat, kawomat, regał na warzywa i owoce. Grupa Eurocash, właściciel sieci sklepów abc, nieustannie szuka sposobów, by wzmocnić pozycję swoich partnerów w rywalizacji z wielkopowierzchniową konkurencją.

Firma nieustannie wzmacnia swoją pozycję rynkową oraz tworzy solidne podstawy do dynamicznego rozwoju i realizacji ambitnych celów biznesowych. Z korzyścią dla klientów i partnerów wzbogaca ofertę produktową w oparciu o najlepsze rozwiązania rynkowe. Firmę charakteryzują: innowacyjne podejście produktowe i technologiczne, które stanowią o konkurencyjności Alior Banku. Od 2014 r. akcje Alior Banku wchodzi w skład indeksu WIG20 skupiającego największe i najbardziej płynne spółki notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Bank kontynuuje dynamiczny rozwój na rynku usług finansowych. Jego produkty cieszą się popularnością wśród klientów, a bank i jego oferta są bardzo wysoko oceniane przez aktualnych partnerów, a przede wszystkim przez klientów. Chcąc dotrzeć do jeszcze większego grona klientów, bank rozwija sieć placówek partnerskich. Każdy z partnerów Alior Bank może liczyć na to, że otrzyma profesjonalną pomoc na wielu etapach uruchamiania i prowadzenia placówki: pomoc w wyborze lokalizacji, czy kompleksowe szkolenia.

Desigual to hiszpańska marka, która powstała w 1984 roku. Ekspresja barw i wzorów, to najlepiej charakteryzuje ten niesamowity brand, który został doskonale przyjęty przez Polki. Każda kolekcja jest w szczególnym stylu, wyjątkowa, niepowtarzalna. Kreatorzy marki Desigual twierdzą, że ubierają ludzi, nie ciała. Ich ubrania są pełne przekazów, zaproszeń do życia pełnią jego uroków, pokazują dobrą, pozytywną, zabawną stronę. Słyną z patchworkowych wzorów, wykorzystania haftów oraz nietypowych dla marek sieciowych wzorów. Brand wśród kobiet szczególnie ceniony jest za patchworkowe sukienki i multikolorowe płaszcze, które zachwyciły klientki na całym świecie. Franczyzobiorcy na każdym etapie działalności mogą liczyć na silne wsparcie ze strony franczyzodawcy. Firma Desigual zajmuje się m.in. adaptacją obiektu do uzyskania wymaganej wizualizacji, a także zapewnia wyposażenie sklepu w meble. Przewidywana suma inwestycji w wypadku sklepów Desigual to 500 zł/m². Firma stara się w współpracować z franczyzobiorcami z miast z powyżej 100 tys. mieszkańców.

Firma FERAX (właściciel marki GATTA), prowadzi swoją działalność w zakresie produkcji i sprzedaży wyrobów pończosznicy oraz odzieży na Polskim rynku od 1993 roku, systematycznie i w sposób konsekwentny rozwijając zarówno swój park maszynowy, jak i sieć dystrybucyjną. Od ponad 20 lat dostarcza klientom wysokiej jakości produkty dziewiarskie i odzieżowe za pośrednictwem sieci sprzedaży detalicznej, na którą na dzień dzisiejszy składa się ponad 130 punktów na terenie kraju, jak również kilkanaście rozmieszczonych poza granicami naszego państwa, m.in. w Słowacji, Hiszpanii. W związku z dynamicznym rozwojem sieci sprzedaży detalicznej, firma poszukuje przedsiębiorców zainteresowanych prowadzeniem działalności w oparciu o sieciowe systemy franczyzowe. W chwili obecnej 30 salonów sprzedaży detalicznej prowadzonych jest przy wykorzystaniu tej metody współpracy, co świadczy o bardzo dobrej organizacji, jak również renomie placówek prowadzonych przez partnerów, którzy mogą liczyć na wsparcie firmy m.in. w zakresie oceny potencjału, czy szkolenia personelu.

System franczyzowy firmy obejmuje jednocześnie 3 wiodące marki – Open Finance, Home Broker oraz Open Brokers funkcjonujące w ramach jednego oddziału. Jest to innowacyjne rozwiązanie na rynku, łączące świat finansów, nieruchomości i ubezpieczeń. Na płaszczyźnie jednej placówki spółka zapewnia dostęp do oferty aż 19 banków, 700 inwestycji deweloperskich, 35 tys. ofert nieruchomościowych z rynku pierwotnego i wtórnego w 20 największych portalach oraz 23 towarzystw ubezpieczeniowych. Model franczyzowy jest prosty, przejrzysty, efektywny, dochodowy oraz oparty na jasnych warunkach. Jego partnerzy dostają gotową usługę „szytą” pod ich oczekiwania. Franczyzodawca wspiera swoich partnerów m.in. w poszukiwaniu lokalu dopasowanego do preferencji, ekipy wykończeniowej, organizuje wyposażenie placówki i prowadzi wszelkie działania po których partner de facto odbiera oddział gotowy „pod klucz”. Dodatkowo pomaga w rekrutacji, wdrożeniu szkoleniowym i wszystkich aspektach związanych z prowadzeniem oddziału.

Koncept polski czy zagraniczny?



Radosław Charubin

twórca sieci lodziarni franczyzowych – LodyBonano

Własny biznes – niezależnie od pomysłu, czasu czy branży, w której planujemy rozpocząć działalność – zawsze wiąże się z mniejszym lub większym ryzykiem. Nic więc dziwnego, że wielu przedsiębiorców próbując zminimalizować to ryzyko wybiera franczyzę. Działanie pod znaną i powszechnie rozpoznawalną marką zwiększa bowiem szanse powodzenia danego przedsięwzięcia. Wybierając partnera do współpracy już na początku należy jednak odpowiedzieć sobie na pytanie: postawić na koncept z Polski czy z zagranicy? Który z nich zwiększy nasze prawdopodobieństwo sukcesu? Wbrew pozorom, odpowiedź na to pytanie nie jest jednoznaczna, gdyż

da się znaleźć argumenty przemawiające za każdym z tych rozwiązań.

Liczy się rozpoznawalność

Niezależnie jednak od wszelkich rozważań warto wyjść od tego, że państwo, z którego pochodzi marka, pod którą planujemy rozpocząć prowadzenie działalności tak naprawdę... nie ma najmniejszego znaczenia. Liczy się bowiem wyłącznie rozpoznawalność danego brandu w naszym kraju. Działalność w ramach nawet najlepszego, najbardziej znanego i największego zagranicznego konceptu, święcącego tryumfy w swojej ojczyźnie, u nas może się nie sprawdzić, właśnie przez brak znajomości marki na lokalnym rynku. Konsument, choć raz na jakiś czas chcą spróbować nowości, w większości wypadków sięgają jednak po znane i sprawdzone rozwiązania.

Postawić na jakość

Na co więc należy zwrócić uwagę wybierając franczyzę? Przede wszystkim trzeba w tym względzie postawić na jakość konceptu. Oprócz samego pomysłu na biznes ważne dla nas powinny być również warunki i zasady

współpracy oraz wynikające z nich prawa i obowiązki, wiarygodność i doświadczenie naszego partnera czy klarowne, dopasowane do rodzimych realiów zapisy w umowach. A w tym względzie zwykle przewagę mają krajowe przedsięwzięcia. Do tego dochodzi weryfikacja danego biznesu w naszej rzeczywistości i otoczeniu. Wybierając polski koncept, mamy niejako pewność, że postawiliśmy na pomysł skrojony na nasz rynek – wielokrotnie przetestowany i sprawdzony „w prawdziwym życiu”. To rzecz jasna argument, który trudno podważyć. Spoglądając jednak na sprawę z drugiej strony, warto zauważyć szanse, jakie pojawiają się przed nami przy wyborze partnera z zagranicy. W tym wypadku będziemy się musieli zmierzyć z niewspółmiernie wyższym ryzykiem niepowodzenia, ale jeśli uda nam się trafić z pomysłem, sukces prawdopodobnie również będzie dużo, dużo większy.

W ten sposób możemy się bowiem wstrześć w określonej niszy i zaoferować klientom coś, czego nikt do tej pory im nie zaoferował. Mamy szansę stać się pionierami w określonej dziedzinie i tym samym już na starcie

zyskać ogromną przewagę nad konkurentami, którą przy odpowiednim tempie naszego dalszego rozwoju trudno im będzie zniwelować. Niezwykle ważne jest przy tym jednak, by przystępując do wyboru partnera do współpracy myśleć nie tylko o samym pomysle, ale także o możliwości jego implementacji w naszych realiach.

Czynniki socjologiczne

Rozpoczynając swoją przygodę z biznesem należy bowiem wziąć pod uwagę również szereg różnych czynników socjologicznych – różnorodne przyzwyczajenia, tradycje, uwarunkowania kulturowe, postawy konsumenckie czy wręcz najwyklesze w świecie możliwości nabywcze społeczeństwa mogą zdecydować przecież o naszym „być albo nie być” na rynku.

Na wszystkie te elementy powinniśmy krytycznie spojrzeć zwłaszcza, gdy stoimy przed dylematem, co wybrać: startujący, krajowy koncept czy też znany i rozpoznawalny partner zagraniczny? Po dogłębnej analizie może się bowiem okazać, że lepszym wyborem będzie

pomysł bardziej dopasowany do rynku, na którym będziemy prowadzić działalność.

Jak wynika z praktyki, tych pomysłów na biznes warto szukać przede wszystkim w najbliższym otoczeniu. Marka, która odnosi sukcesy w Polsce zwykle ma bowiem duże szanse powalczyć o serca konsumentów u naszych sąsiadów – jak chociażby w Czechach czy na Słowacji – ale np. w Brazylii czy USA już niekoniecznie.

Podsumowując – z całą pewnością nie da się jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie: który koncept, polski czy zagraniczny, daje większą gwarancję sukcesu. Najważniejsze przy tym są indywidualne potrzeby i możliwości społeczeństwa.

Jeśli więc jesteśmy w pełni przekonani, że zagraniczny pomysł pozwoli nam trafić w niszę i zaoferować to, czego nikt do tej pory nie oferował, wybierzmy to rozwiązanie. Jednak jeśli naszym celem jest zminimalizowanie ryzyka i zwiększenie szansy na powtórzenie czyjegoś sukcesu, postawmy na sprawdzonego, wiarygodnego, rodzimego partnera z branży, która jest nam bliska.

FRANCZYZA

paySera

TOP SECRET
EXPRESS YOURSELF

OSKROBA

żabka

5àSec

Paysera to międzynarodowy transfer pieniędzy, wymiana walut i przetwarzania płatności elektronicznych. Firma działa z powodzeniem od 2004 roku łącząc technologie i płatności, tworząc proste, szybkie, opłacalne i niezawodne rozwiązania e-płatności dla wszystkich klientów, wszędzie i zawsze. Aby zapewnić wygodne usługi płatnicze po przystępnych cenach, firma stara się budować świat, w którym płatności elektroniczne nie mają granic, są proste, szybkie i dostępne każdemu, wszędzie i w każdej chwili. Obecnie «Paysera» to zespół ponad 100 pracowników skupionych na rozwoju i wsparciu produktów. Firma współpracuje z ponad 50 bankami w Unii Europejskiej i obsługuje setki tysięcy klientów na całym świecie. W 2012 r. Paysera otrzymała europejskie licencje na pieniądź elektroniczny i rozpoczęła międzynarodowy rozwój. W 2016 r. założyła centralę w Anglii do rozwoju działalności franczyzowej. Każdy zainteresowany nowoczesnymi formami finansowymi ma szansę wykorzystać potencjał dynamicznie rozwijającego się rynku e-płatności, łącząc się z siecią franczyzową Paysera.

Polska marka obecna na rynku od 1996 roku. Proponuje ubrania i dodatki osobom interesującym się modą, świadomym swoich atutów, które chcą ubierać się w zgodzie z trendami i czuć się atrakcyjnie. Adresaci marki Top Secret realizują się zawodowo i rodzinnie, jednak ubiór ma dla nich znaczenie. Wyglądem chcą podkreślić swoją osobowość i zyskać pewność siebie. Damskie i męskie linie podzielone są na *City* i *Casual*, od stylu bardziej formalnego po luźniejszy i swobodny. *Must Have* jest propozycją dla osób zainteresowanych najnowszymi trendami w modzie. Kolekcje Top Secret odpowiadają na wszystkie potrzeby klientów. Dają im możliwość dobrania stylizacji do pracy, jak również atrakcyjnego ubrania się w czasie wolnym. Marka funkcjonuje w ramach Grupy Kapitałowej Redan. Sieć sprzedaży rozwijana jest poprzez otwarcia sklepów własnych i franczyzowych. Strategia rozwoju zakłada otwieranie sklepów w miastach liczących od 20 tys. mieszkańców. Franczyzobiorca może liczyć na wsparcie w zakresie wyboru lokalizacji sklepu, czy pomoc kadry pracowników Top Secret.

Firma rodzinna założona w 1931 roku. W chwili obecnej dysponuje trzema nowoczesnymi zakładami produkcyjnymi, zlokalizowanymi w Celestynowie koło Otwocka. „Piekarne Oskroba” to sieć specjalistycznych sklepów piekarniczych, w których pieczywo wypiekane jest na miejscu, na oczach klienta. W swoich sklepach firma oferuje klientom szeroki wybór własnego asortymentu piekarniczego i cukierniczego. Jako jedna z nielicznych na rynku prezentuje klientom pełen proces produkcyjny niektórych produktów np. kajzerki. Wszystkie wyroby produkowane są z najwyższej jakości składników, z zachowaniem tradycji piekarskich. Cechą charakterystyczną każdego ze sklepów jest wypiek pieczywa na miejscu, co powoduje, że oferowane produkty pozostają długo świeże oraz mają odpowiednio wysoką jakość. Każdy ze sklepów wyposażony jest wg indywidualnie przygotowanego projektu oraz wg standardów obowiązujących w całej sieci. Firma gwarantuje swoim partnerom m.in. pomoc w weryfikacji lokalu, szkolenia z zakresu znajomości asortymentu, prowadzenia wypieków, czy sprzedaży.

Jako właściciel jednej z najbardziej rozpoznawalnych marek handlowych Żabka Polska jest pewnym partnerem biznesowym. Oferuje nowoczesny i wypracowany w oparciu o kilkunastoletnie doświadczenie model prowadzenia sklepu. Żabka szuka przede wszystkim osób przedsiębiorczych i gotowych do prowadzenia własnej działalności. Oferuje im już w pełni wyposażony i zaopatrzonej w towar lokal. Dlatego kwota potrzebna na start to jedynie ok. 5000 zł. Swoim partnerom realizującym umowę franczyzową, Żabka Polska gwarantuje przychód podstawowy w wysokości min. 6500 zł. Trzymiesięczny finansowy parasol ochronny oznacza, że Żabka daje nowym franczyzobiorcom szansę na wdrożenie. Jako franczyzodawca Żabka zapewnia kompleksowe szkolenia przyszłych partnerów biznesowych oraz wsparcie merytoryczne przez cały czas prowadzenia sklepu. Dzięki temu Franczyzobiorcy mogą skupić się na prowadzeniu biznesu, nie przejmując się negocjacjami z hurtowniami i dowożeniem towaru, które zapewniane są przez franczyzodawcę.

Międzynarodowa sieć pralni chemicznych założona w południowej Francji w 1968 r. Profesjonalne zarządzanie pozwoliło stworzyć organizację, która działa na całym świecie. Dzisiaj firma to ponad 1800 pralni otwartych w różnych miejscach świata. 5àsec Polska została założona w 1999 roku. Obecnie liczy ponad 120 placówek na terenie całego kraju. Wysoka jakość, nowoczesna technologia, profesjonalna i miła obsługa sprawiają, że polscy klienci masowo korzystają z usług firmy. Ponadto, 5àsec oferuje szeroką gamę czyszczenia oraz impregnacji tkanin. Każdy franczyzobiorca 5àsec może liczyć m.in. na wsparcie w postaci marketingu przedsprzedażowego, wszechstronne szkolenia pracowników, pomoc w wyborze lokalizacji, wyłączność na określonym terenie, prawo do używania znaku 5àsec, pośrednictwo w kontaktach z deweloperami, dostawy materiałów niezbędnych do prowadzenia pralni, aranżację architektoniczną pralni, doradztwo techniczne w zakresie wyposażenia punktu w urządzenia pralnicze i wsparcie na każdym etapie od osób zarządzających regionem.

REKLAMA

FRANCZYZA – ZBUDUJ Z NAMI SWÓJ START-UP w świecie finansów, nieruchomości oraz ubezpieczeń!

open finance
Finanse dla każdego

Home Broker
Nieruchomości dla każdego

openbrokers
ODKRYWAMY UBEZPIECZENIA

NASZ SYSTEM FRANCYZOWY TO:

- Gotowa placówka z wykończeniem pod klucz
- Silne marki i ugruntowana pozycja na rynku w Polsce
- Wsparcie merytoryczne i sprzedażowe na każdym etapie współpracy
- Atrakcyjnie niska opłata franczyzowa
- Wsparcie szkoleniowe i marketingowe
- Nowoczesne aplikacje oraz narzędzia sprzedażowe
- Atrakcyjne warunki wynagrodzenia
- Gotowe know-how biznesu
- Jasne i przejrzyste warunki umowy

CO ZAPEWNI CI FRANCZYZA:

- dostęp do oferty 19 banków w jednym miejscu
- dostęp do ponad 700 inwestycji deweloperskich
- 35 000 ofert nieruchomościowych z rynku wtórnego i pierwotnego w 20 największych portalach
- współpracę z 23 Towarzystwami Ubezpieczeniowymi

Skontaktuj się z nami i sprawdź co możesz zyskać:

Grzegorz Dul | Dyrektor Zarządzający
☎ +48 695 995 767
✉ kontakt@franczyzaopen.pl
✉ kontakt@franczyzahomebroker.pl
www.rentownafranczyza.pl