



Białystok, 5 lipca 2018 r.

## Informacja prasowa

Redakcje: wszystkie

### /MOŻNA PUBLIKOWAĆ BEZ PODAWANIA ŹRÓDŁA/

#### LodyBonano – szturm na małe miejscowości

**Ponad 60 proc. franczyzobiorców sieci LodyBonano już po roku współpracy, decyduje się na otwarcie kolejnej lodziarni. Tak jak Katarzyna Chlabicz z Białegostoku, która uruchomiła ubiegłej wiosny pierwszy punkt i wkrótce otworzy drugi.**

LodyBonano, największa franczyzowa sieć lodziarni w Polsce rozpoczęła tegoroczny sezon nowymi otwarciami. Umacnia swoją pozycję w dużych miastach, rusza też na podbój małych miasteczek. Firma dostrzegła lukę na rynku w miejscowościach, liczących więcej niż 3 tysiące mieszkańców i tam właśnie celuje z nowymi inwestycjami.

W sumie pod szyldem LodyBonano działa obecnie blisko 270 punktów, w tym 9 własnych. Sieć liczy, że w tym sezonie powstanie kilkadziesiąt nowych lodziarni w całej Polsce. Tej wiosny powstały już nowe lokale w m.in. w Sosnowcu, Dąbrowie Górniczej czy Kańczudze, a lada moment zostaną uruchomione kolejne – w Warszawie i Hajnówce.

*- Lody to biznes sezonowy, może się więc wydawać, że jest w nim duża rotacja. Tymczasem jak pokazują prowadzone przez nas statystyki zdecydowana większość punktów utrzymuje się wiele lat. Niektórzy nasi franczyzobiorcy są z nami od początku, czyli od 14 lat. Mają po kilka punktów, zatrudniają do ich prowadzenia koordynatorów, sami mogą zaś poświęcić się innym zajęciom - mówi Dorota Tyborowska, manager rozwoju sieci. - Ciągłe zgłaszają się też nowi chętni. Dla wielu z nich, decydującym argumentem jest opłacalność tego biznesu. To przedsięwzięcie, które zwyczajnie nie może się nie udać jeśli odpowiednio o nie zadbamy, bo przecież lody kochają wszyscy – dzieci, dorośli i seniorzy.*

Katarzyna Chlabicz zainwestowała w punkt LodyBonano w zeszłym roku, ale ten sezon będzie de facto pierwszym, który przepracuje w całości - od początku do końca, bo lokal otworzyła na początku czerwca. Dzięki temu będzie miała możliwość i podstawę do rzetelnej analizy zysków i kosztów. Otworzyła lodziarnię w Dojlidach Górnych, dzielnicy Białegostoku.

*- Inwestycja w kompletnie wyposażoną lodziarnię wraz z ogródkiem i placem zabaw był niemałym wydatkiem. Nie ma więc mowy, aby był to biznes jedynie „na chwilę”, bo sezon na lody trwa przecież nie dłużej niż kilka miesięcy w roku. Jestem jednak dobrej myśli, choć oczywiście trudno precyzyjnie określić kiedy poniesione nakłady się zwrócą, bo wiele w tym względzie zależy od czynników niezależnych od nas – m.in. od pogody. - mówi Katarzyna Chlabicz.*

Zdecydowała się na LodyBonano ze względu na rozpoznawalną markę i dlatego, że miała tu wydeptane ścieżki: sprawdzony koncept, gotowy brand, dobry produkt, pozytywne opinie. Ważną rolę odegrali też bliscy znajomi, którzy pomogli jej wdrożyć się w ten biznes – podpowiadając jak go prowadzić ale też jak zadbać o właściwe zaopatrzenie. Po przeanalizowaniu finansów i ryzyka podpisała umowę franczyzową. Początki - jak wspomina – upłynęły jej na szkoleniach.



*- Z pierwszego wróciłam z głową pełną informacji. Tyle danych, tyle szczegółów... Wydawało mi się, że nie zapamiętam wszystkiego. Tyle dodatków, każdy deser inny. Ale sposób przekazywanej wiedzy był nie tylko profesjonalny ale przede wszystkim czytelny, że bez trudu się w tym odnalazłam - opowiada o pierwszych tygodniach działalności.*

Pod warunkiem, że dopisuje pogoda, nie skarży się na brak klientów. Lokal urządziła na swojej działce. Zorganizowała przy nim ogrodzony plac zabaw. Przychodzą tam dzieci po szkole, albo prosto ze znajdujących się nieopodal plaży. W niedzielę, po mszy w kolejce po lody ustawiają się całe rodziny. Sporo jest też rowerzystów, którzy robią sobie przerwę zatrzymując się na lody.

*- Sprawdzają się akcje marketingowe organizowane przez sieć. Ostatnio bardzo dużo uczniów okolicznych szkół, przyszło po lody za złotówkę, wydawane za czerwony pasek na świadectwie. Wcześniej dobrze wypadła promocja z okazji komunii - mówi właścicielka lokalu - Dlatego sama też organizuję takie lokalne akcje w swojej dzielnicy, żeby przyciągnąć klientów. Chciałabym, by mieli poczucie, że to ich miejsce, lodziarnia rodzinna.*

Po roku Katarzyna Chlabicz zatrudnia już sprzedawców, a biznes idzie na tyle dobrze, że myśli o otwarciu kolejnej lodziarni. Tym razem będzie to Wytwórnia Lodów Polskich „u Lodziarzy”.

Właściciel marki LodyBonano Radosław Charubin niejednokrotnie podkreślał, że o powodzeniu w tym biznesie decyduje jakościowy produkt, lokalizacja i pogoda, ale przede wszystkim zaangażowanie franczyzobiorcy. I na takich partnerów sieć liczy najbardziej, zachęcając do współpracy jeszcze w tym sezonie. Mogą liczyć na preferencyjne warunki w ramach akcji „Franczyza za 0 złotych”, dzięki której zwolnieni zostaną z opłaty franczyzowej.

Chętnie udzielimy dodatkowych informacji:

Janusz Mroczkowski  
Agencja PUBLICUM  
tel. kom. 501 03 58 53

