

Białystok, 6 marca 2020

**INFORMACJA PRASOWA**  
Redakcje: wszystkie/ lokalne/branżowe  
*można publikować bez podawania źródła*

**5 powodów, dla których warto zainwestować w lodziarnię franczyzową „u Lodziarzy”**

**Wytwórnia Lodów Polskich „u Lodziarzy” jest jedną z prężniej rozwijających się rodzimych franczyz lodowych. Obecnie na mapie naszego kraju znajdziemy ponad sto punktów – lokali stacjonarnych, lodziarnio-kawiarni, ice-trucków, wysp lodowych, riksz czy wózków sprzedażowych. Dlaczego warto dołączyć do grona partnerów WLP? Poniżej 5 ważnych powodów.**

Wytwórnia Lodów Polskich „u Lodziarzy” działa na rynku od 2015 roku. W Polsce była jednym z twórców trendu na lody rzemieślnicze, wytwarzane z naturalnych składników, podawanych w formie pacek, a nie gałek.

Obecnie marka specjalizuje się w serwowaniu nietypowych połączeń smakowych, które nawiązują do regionalnych tradycji, np. kuchni podlaskiej. W ofercie WLP, obok klasycznej śmietanki czy truskawki, znajdziemy bowiem lody o smaku żubrówki, sękacza, a nawet sera korycińskiego. Masterzy „u Lodziarzy” co roku przygotowują nowe kombinacje, które każdy franczyzobiorca może wprowadzić do swojego lokalu. Ale doskonałe lody to nie jedyny powód, dla którego opłaca się zainwestować we własną lodziarnię pod szyldem Wytwórni Lodów Polskich.

1. **Silne wsparcie ze strony sieci**

Od początku współpracy każdy franczyzobiorca może liczyć na pomoc dedykowanego opiekuna. Jego zadaniem jest wspieranie właściciela lodziarni na każdym etapie inwestycji – od wyboru lokalizacji, przez adaptację lokalu, aż po szkolenie pracowników.

– *Nasi doświadczeni opiekunowie służą radą, podpowiadają korzystne rozwiązania i są otwarci na dialog. Często wystarczy jeden telefon, aby rozwiązać jakiś bieżący problem. To dla franczyzobiorców duże ułatwienie. Zawsze wiedzą, do kogo mogą się zgłosić, gdy napotkają na barierę* – tłumaczy Paulina Daniłowicz, manager rozwoju sieci WLP „u Lodziarzy” i dodaje:  – *Warto zaznaczyć, że obejmujemy opieką nie tylko nowych, ale także wieloletnich partnerów. Każdą sprawę rozpatrujemy indywidualnie i staramy się wspólnie znaleźć najlepsze wyjście z sytuacji.*

1. **Warsztaty szkoleniowe**

Wytwórnia Lodów Polskich nieustannie się rozwija i do tego samego zachęca swoich partnerów. Sieć regularnie organizuje więc warsztaty szkoleniowe z prowadzenia lodziarni, bieżącej obsługi klientów, technik sprzedaży, z zakresu przygotowywania deserów, obsługi urządzeń czy  prowadzenia dokumentacji sanitarnej.

Wyżej wymienione szkolenia dedykowane są franczyzobiorcom prowadzącym lodziarnie z samą sprzedażą. Osobom decydującym się na produkcję lodów dla siebie i zaopatrywanie w nie innych lodziarni, sieć oferuje także szkolenia z produkcji lodów rzemieślniczych dla tzw. masterów. Podczas tych spotkań franczyzobiorcy zapoznają się z tajnikami wytwarzania lodów od podstaw, poczynając od doboru surowców, bilansowaniu, dojrzewaniu mieszanek, frezowaniu oraz konserwacji. Dowiadują się, jakie są najnowsze światowe trendy w dziedzinie produkcji lodów, ich dekorowania i ekspozycji. Uczestnikom szkolenia przedstawiane są również zasady higieny oraz sposoby przechowywania gotowych deserów.

Dzięki tym działaniom franczyzobiorca dokładnie poznają swój produkt oraz składniki, z których jest on wytwarzany. Ta wiedza przydaje się w codziennej pracy, a także w trakcie wdrażania pracowników w standardy obsługi klienta.

1. **Elastyczność**

Sieć „u Lodziarzy” oferuje cztery podstawowe modele współpracy – lodziarnię stacjonarną, mobilną, wyspę lodową, a także lodziarnię z wytwórnią. W ich ramach franczyzobiorca może zdecydować się ponadto np. na rikszę lub wózek, lodziarnię z częścią kawiarnianą, a nawet sprzedaż całoroczną czy doraźną, np. podczas wesel lub eventów.

*– Mnogość konceptów sprawia, że każdy przyszły franczyzobiorca znajdzie u nas coś dla siebie. Wszystko zależy od kwoty, jaką chce przeznaczyć na inwestycję, a także lokalizacji. Obecnie stawiamy na elastyczność również w kwestii menu. Wprowadzamy do oferty zimowe desery, np. minigofry czy minipączki, ale jesteśmy otwarci na propozycje i inwencję partnerów, szczególnie w kwestii tworzenia własnych deserów czy wypieków* – mówi Paulina Daniłowicz.

1. **Różne formy finansowania urządzeń**

Elastyczność WLP dotyczy także form finansowania urządzeń. Franczyzobiorcy mają do wyboru m.in. leasing, najem czy finansowanie fabryczne. Dzięki temu nie muszą na start posiadać pełnej kwoty, a mogą skorzystać z płatności rozłożonej w czasie.

Decydując się na leasing, mamy gwarancję oferty „szytej na miarę”, dostosowanej do tego, jakim wkładem własnym dysponujemy oraz jaki okres spłaty nas interesuje. Możemy ponadto skorzystać z usług doradców finansowych, współpracujących z siecią lub zgłosić się z własnym leasingodawcą.

Przy dzierżawie franczyzobiorcy mogą wybrać między trzy- a sześciomiesięcznym okresem najmu – w zależności od wybranego modelu współpracy. Po zakończeniu okresu dzierżawy istnieje opcja wykupienia maszyny na własność lub nie. Jeśli zdecydujemy się na wykup, wszystkie wpłacone czynsze wliczone są na jego poczet.

Finansowanie fabryczne to także dogodna forma rozłożenia płatności na raty. Wszystkie te formy pozwalają na łatwe i bezpieczne planowanie oraz budżetowanie biznesu, a przede wszystkim, na szybki rozwój przy minimalnym zaangażowaniu środków własnych.

1. **Program motywacyjny dla pracowników**

Sieć „u Lodziarzy” jest jedyną franczyzą w Polsce, która wprowadza programy motywacyjne dla pracowników lodziarni. W 2020 roku będzie to nagroda pieniężna dla załogi lokalu, którego pracownicy aktywnie promują działania marketingowe sieci i pojedyncze akcje promocyjne oraz zachęcają klientów do wzięcia w nich udziału – polecają aplikację i korzystanie z kuponów.

– *Wychodzimy z założenia, że sukces każdej pojedynczej lodziarni to sukces całej sieci. Wierzymy też, że to właśnie pracownicy mają na to ogromny wpływ. Posiadają bowiem bezpośredni kontakt z końcowym klientem, poznają jego potrzeby, oczekiwania, nastroje. Jeśli wkładają serducho i całych siebie w obsługę gości i prowadzenie lokalu, to chcemy ich docenić* – podsumowuje przedstawicielka „u Lodziarzy”.

\*\*\*

Inwestycja we franczyzę Wytwórni Lodów Polskich „u Lodziarzy” waha się w zależności od wybranego modelu współpracy od sześciu do około stu tysięcy złotych.