



CoffeDesk nie próżnuje - kolejna inwestycja zrealizowana

W czasie pandemii największy kawowy omnichannel w Polsce nie zwalnia tempa. All Good SA, spółka-matka CoffeDesk, uruchomiła drugi showroom w centrum Warszawy, przy ul. Próżnej 7. - Realizujemy cele, do których zobowiązaliśmy się wobec naszych inwestorów. Jednocześnie jesteśmy elastyczni i dostosowujemy się do nowych, zmiennych warunków - mówi Łukasz Wichłacz, CEO i współwłaściciel CoffeDesk.

Ostatnie miesiące udowodniły, że strategia prowadzenia biznesu wielokanałowo obrana przez zarząd All Good SA wiele lat temu przynosi bardzo dobre rezultaty. W trudnych dla branży gastronomicznej czasach, Coffeedesk notuje wzrosty sprzedaży oraz otwiera kolejny showroom. To już trzeci lokal marki - pierwszy znajduje się w Kołobrzegu, skąd pochodzi firma, drugi w Warszawie przy ul. Wilczej. Stworzenie kolejnego miejsca było możliwe m.in. dzięki pozyskaniu kapitału w ramach akcji crowdfundingowej - na swoje strategiczne cele firma zebrała dwa miliony złotych.

Więcej niż showroom

Strategia budowy butikowej sieci showroomów Coffeedesk koncentruje się na najwyższej jakości obsłudze klienta, kameralnym charakterze miejsca oraz wysokiej klasy designie i wzornictwie. Wszystkie lokalizacje łączy charakterystyczny, nowoczesny wystrój, a także możliwość dokonania zakupów na miejscu - w showroomsach kupimy nie tylko kawę czy akcesoria, ale też większe sprzęty, jak np. ekspresy przelewowe. Każdy z showroomów ma jednak swój niepowtarzalny klimat. To, co wyróżnia przestrzeń przy Próżnej to także nowa, rozszerzona oferta. Showroom będzie dłużej czynny i po zmroku będzie zmieniał się w miejsce kameralnych spotkań przy naturalnym winie i przekąskach przygotowanych z lokalnych, sezonowych składników. Kolejną unikalną cechą nowej kawiarni będzie profesjonalna sala szkoleniowa.



fot. Michał Mutor

[Download image](#)

- Koncept Próżnej nieco różni się od naszych pozostałych przestrzeni - tłumaczy Łukasz Wichłacz. - Zależało nam na stworzeniu miejsca, w którym klienci nie tylko kupią kawę czy akcesoria do jej parzenia, ale będą też mieli możliwość skorzystania z doskonale wyposażonej sali szkoleniowej, by pod okiem naszych najlepszych specjalistów rozwijać kawową wiedzę podczas warsztatów i cuppingów. - dodaje. Dwa ekspresy La Marzocco, jeden z niewielu w Polsce Hardtanków, czyli urządzenie do produkcji cold brew w krótkim czasie, laboratorium cuppingowe, specjalistyczne oświetlenie do treningów sensorycznych czy system filtracji wody z regulacją dozowania minerałów, dzięki któremu woda może mieć dowolnie pożądane przez nas parametry - to tylko część z innowacyjnych sprzętów, w które wyposażona jest przestrzeń warsztatowa.

Wzrost sprzedaży, wzrost zatrudnienia

All Good SA w czasie pandemii realizuje założone plany finansowe, również te związane ze swoimi inwestycjami. - Nasze showroomy pomimo czasowego zamknięcia podczas lockdownu wygenerowały przez trzy kwartały 2020 roku o 5 proc. wyższą sprzedaż w stosunku do analogicznego okresu 2019 roku. - mówi Łukasz Wichłacz.

W samym trzecim kwartale 2020 roku showroomy Coffeedesk zanotowały blisko 30 proc. wzrost przychodu w stosunku do trzeciego kwartału 2019 roku.

Kolejną dobrą wiadomością jest brak konieczności redukcji zatrudnienia. - Nie zwolniliśmy nikogo z obsługi kawiarni. Wręcz przeciwnie, od czerwca tego roku, tylko na potrzeby showroomów zatrudniliśmy 19 nowych pracowników - dodaje CEO Coffeedesk. - W czasie, kiedy działalność kawiarni jest ograniczona lub niemożliwa, ich obsługa również nie musi martwić się o swoją pracę. Rośnie wtedy sprzedaż w innych kanałach naszej działalności i jesteśmy w stanie zapewnić baristom pracę w innych działach firmy.

Omnichannel receptą na kryzys?

Kołobrzaska spółka działa w oparciu o model biznesowy zbudowany na bazie omnichannel, realizując swoje cele poprzez sprzedaż do biznesu oraz klientów indywidualnych, online oraz offline. Ta strategia sprawdza się w dobie pandemii.

W sektorze B2B, poza działaniami w branży HoReCa, All Good SA rozwija współpracę z innymi e-commerce'ami, którym dostarcza kawę, herbatę oraz akcesoria do ich parzenia - pierwsze półrocze 2020 roku przyniosło wzrost sprzedaży w tym sektorze o 109,52 proc. Dzięki przeprowadzonej w pierwszej połowie roku zbiórce crowdfundingowej firma zyskała 523 nowych inwestorów i środki na dalszy dynamiczny rozwój, który sukcesywnie realizuje.

Projekty, które są realizowane przy wsparciu inwestorów to nie tylko otwarcie nowego showroomu przy Próżnej, ale także stworzenie kawowej subskrypcji i budowa nowej platformy internetowej dla klientów B2C. Cykliczna dostawa kawy dopasowanej do swoich upodobań będzie wdrożona do końca 2020 roku. Nowa odsłona sklepu online dla indywidualnych klientów będzie miała premierę w pierwszym kwartale 2021 roku.

Za śmiałymi planami rozwoju w przyszłym roku stoją liczby, które pokazują dobrą sytuację spółki w pełnym wyzwań 2020 roku. Po pierwszym półroczu tego roku firma odnotowała zwiększenie przychodów o 41 proc. rok do roku w stosunku do zeszłego roku. Trzeci kwartał tego roku również przynosi bardzo dobre wyniki - w porównaniu z analogicznym okresem rok do roku, przychody All Good SA zwiększyły się o blisko 48 proc. Aktualne prognozy na 2020 rok zakładają 77 mln złotych przychodu, czyli 40 proc. wzrostu w stosunku do ubiegłego roku. Prognozy zostały już kilkakrotnie zwiększone w stosunku do pierwotnych założeń. W związku z tak dynamicznym rozwojem firma poszukuje lokalizacji dla kolejnych showroomów.



Coffeedesk_Próżna_fot.Michał Mutor_2.jpg

[Download](#)



Łukasz Wichłacz_foto Jakub Jakubicki.jpg

[Download](#)



Coffeedesk_Próżna_fot. Michał Mutor.jpg

[Download](#)