**Ile czasu zajmuje otwarcie lodziarni?**

**Zastanawiasz się nad założeniem własnej lodziarni? Musisz pamiętać, że lodowego biznesu nie otworzysz z dnia na dzień. Sezon rusza już w kwietniu, dlatego to właśnie zima jest najlepszym czasem na przygotowania.**

Sezonowość w sprzedaży lodów oznacza pół roku intensywnej pracy – zwykle od kwietnia do września. Jeśli planujemy otwarcie swojej pierwszej lodziarni, okres ten obejmie także zimę oraz wczesną wiosnę. Tych kilka miesięcy zapasu jest niezbędnych, aby wybrać odpowiednią lokalizację, zaadaptować pomieszczenie oraz przeszkolić przyszłych pracowników. Dlatego jeśli zależy nam na czasie i sprawdzonych rozwiązaniach, warto rozważyć przyłączenie się do rozpoznawalnej sieci.Początek sezonu

Początek lodowego sezonu w pewnym stopniu uzależniony jest od pogody. Przy sprzyjającej aurze lodziarnie mogą otworzyć się już z początkiem kwietnia. Zwykle do tego czasu właściciele starają się być gotowi do sprzedaży i w pełni prosperować podczas weekendu majowego, który sprzyja rodzinnym spacerom i jedzeniu lodów na świeżym powietrzu.

To ważne, aby jak najwcześniej przygotować lokal i zaopatrzyć się w towar. W tym biznesie każdy dzień jest na wagę złota i przekłada się na konkretny zarobek. Warto zadbać, żeby pierwsze lody w sezonie klienci kupili właśnie w naszej lodziarni. Budujemy w ten sposób przyjemne skojarzenia oraz zwiększamy świadomość marki.

Franczyza oszczędza czas

Lodziarnia franczyzowa to dobry pomysł na biznes dla osób, które nie chcą od podstaw tworzyć własnego produktu – zajmować się kreowaniem koncepcji, planowaniem identyfikacji wizualnej i strategii marketingowej oraz opracowywaniem autorskich receptur lodów.

Przyłączenie się do sieci LodyBonano pozwala na przykład na korzystanie z gotowych konceptów, a także jasnego modelu biznesowego. Przyszli franczyzobiorcy mają do wyboru: lodziarnię stacjonarną, wariant mobilny, czyli Lodobus, kontener gastronomiczny do sprzedaży w miejscowościach turystycznych – Bonano Holiday oraz wyspę lodową do ustawienia w galeriach handlowych.

Rozpoznawalność marki będzie dla nowo otwartego lokalu ogromnym atutem, który zwiększy szanse na odniesienie sukcesu i zbudowanie bazy własnych, stałych klientów. Model franczyzowy to także sprawdzone zasady działania, wsparcie merytoryczne i marketingowe.

– Sieć LodyBonano oferuje na przykład udział w ogólnopolskich akcjach promocyjnych, które pomagają budować przewagę konkurencyjną oraz nawiązywać pozytywne relacje z klientami. Udzielamy także wsparcia w zorganizowaniu hucznego pierwszego otwarcia. Dzięki temu nasi franczyzobiorcy nie zaczynają od zera, a wchodzą w wielokrotnie przetestowaną strukturę, cieszącą się w Polsce dużą popularnością – mówi Monika Zalewska, manager rozwoju sieci.

Od podpisania umowy po sprzedaż pierwszych lodów

Czas potrzebny na otwarcie własnej lodziarni różni się w zależności od konceptu, jaki wybierze właściciel. Najmniej nakładu pracy wymaga lodobus, nieco więcej może nam zająć przystosowanie lokalu pod lodziarnię stacjonarną. Drugie rozwiązanie pozwala jednak na zbudowanie silniejszej więzi z klientem.

– Wszelkie prace adaptacyjne muszą być prowadzone zgodnie z wytycznymi sieci oraz według przygotowanego przez nią projektu. Zmiany dotyczą zazwyczaj montażu okienka sprzedażowego, założenia niezbędnych przyłączy elektrycznych czy reklamy zewnętrznej – zwraca uwagę Monika Zalewska.

Remont może okazać się najbardziej czasochłonnym zajęciem. W grę wchodzą bowiem ekipy zewnętrzne, ich terminy, a także ewentualne poprawki. Kilka tygodni zapasu pozwala nam zminimalizować wpływ czynnika ludzkiego czy wypadków losowych.

Wielkie otwarcie też wymaga pracy

Należy pamiętać, że otwarcie własnej lodziarni wiąże się nie tylko z pracami remontowymi. To także instalacja maszyn, zatowarowanie i odbycie szkolenia z zakresu receptur, obsługi klienta oraz prowadzenia lokalu.

Przed pierwszą transakcją poświęcamy także czas, aby zatrudnić odpowiedniego pracownika oraz wdrożyć go w obowiązki. Musimy także zadbać o właściwą oprawę otwarcia. Warto, aby ten dzień był wyjątkowy i wiązał się z konkretnymi promocjami. To wymaga wcześniejszego przygotowania i prowadzenia działań jeszcze przed oficjalnym startem funkcjonowania lokalu.

Jeśli zdecydujemy się na franczyzę, podczas planowania można skorzystać z doświadczeń innych lodziarzy z sieci. Ich sprawdzone pomysły pozwolą nam wybrać odpowiedni kierunek oraz nie marnować czasu na aktywności, które nie przyniosą oczekiwanych rezultatów. Chociaż już sama popularność marki powinna pozytywnie zadziałać na klientów i zachęcić ich do odwiedzenia naszego nowego lokalu.