**U Lodziarzy latem 2018 zero opłat**

**Nowy rok sprzyja wyzwaniom. Jeśli ktoś zastanawia się czym się zająć i brakuje mu wyraźnego pomysłu, a dodatkowo lubi słodkie życie, może to jest rozwiązanie? Franczyzowa sieć „U lodziarzy” Wytwórnia Lodów Polskich rozpoczęła właśnie akcję promocyjną pod hasłem „Franczyza za 0 złotych”.**

Zasada jest bardzo prosta, każdy kto chce otworzyć lodowy biznes w swojej okolicy, w sezonie letnim 2018 zostanie zwolniony z comiesięcznej franczyzowej opłaty. Zazwyczaj jej wysokość uzależniona jest od wybranego modelu sprzedaży, ale teraz można się tym przez kilka miesięcy zupełnie nie martwić. Warto przy tym pamiętać, że „U lodziarzy” nie obowiązuje jednorazowa opłata wstępna, jak to jest w przypadku wielu innych sieci.

*- Warto rozpocząć przygodę w biznesie lodowym jeszcze przed oficjalnym startem sezonu, ponieważ jest szansa, że w jego trakcie uda się zarobić tyle, aby zwróciła się cała lub przynajmniej większa część poniesionych kosztów związanych z inwestycją. Wystarczy popatrzeć na kolejki, które ustawiają się latem przed naszymi lodziarniami - mówi Magdalena Kwiatkowska z Wytwórni Lodów Polskich. - Oczywiście powodzenie zależy od wielu czynników, z których, jak wynika z naszych doświadczeń, jednym z najważniejszych jest lokalizacja punktu.*

Wybranie najlepszego miejsca pod przyszłą lodziarnię to nie jest prosta decyzja. I choć finalnie należy do franczyzobiorcy, to warto aby partner wsłuchiwał się w rady doświadczonych w tej materii przedstawicieli sieci, którzy pomogą ocenić atrakcyjność wybranego lokalu.

*- Nie każde miejsce nadaje się do prowadzenia tego rodzaju działalności. Warto pamiętać, że oferujemy produkt klasy Premium – podkreśla Magdalena Kwiatkowska - Zawsze jednak można wybrać model sprzedaży z rikszy, który jest najmniej kosztowny i też najmniej ryzykowny.*

Elegancki pojazd zawsze można bowiem przestawić w dogodniejsze miejsce, np. latem w okolice, w której przebywa wielu turystów, tuż przy plaży czy parku. Riksza umożliwia również dojazd na okazjonalne wydarzenia takie jak koncerty czy festyny, wszędzie gdzie są potencjalni klienci.

Niezależnie jednak od tych zalet, wiele osób startując w lodowym biznesie, wciąż stawia na tradycyjną lodziarnię. Potencjalni inwestorzy mają przy tym do wyboru dwa modele franczyzowe: pierwszy to typowa lodziarnia, w której prowadzona jest tylko sprzedaż, drugi zaś, bardziej rozwinięty to pracownia, w której nie tylko są sprzedawane ale też wytwarzane lody. Klienci kupują więc to, co powstaje na miejscu, na ich oczach, także z lokalnych, sezonowych składników.

Ten ostatni model to wariant dla bardziej ambitnych przedsiębiorców, którzy mogą też więcej zainwestować (potrzebny jest zarówno większy lokal jak i dodatkowe maszyny do produkcji) i chcą się przy tym więcej nauczyć. Powinni opanować cały proces technologiczny, wykazać się inwencją, umieć stworzyć klimat.

Ale otwarcie lodziarni - pracowni daje zarazem największe możliwości. W takim lokalu można organizować imprezy dla dzieci i eventy dla starszych. Można też eksperymentować z nowymi smakami. A całościowy koszt inwestycji zależy właśnie od wyboru modelu franczyzy.

„U Lodziarzy” to najbardziej dynamicznie rozwijająca się sieć franczyzowych lodziarni tradycyjnych w Polsce. Pod koniec 2017 roku domowe lody sygnowane tą marką można było kupić w 50 lodziarniach rozsianych po całej Polsce.

*- Nasz sekret jest prosty: robimy po prostu dobre, domowe, „nieoszukane” lody, które przypominają smakiem dzieciństwo – zdradza Magdalena Kwiatkowska. - Chcielibyśmy, aby w przeciągu dwóch lat naszych lodów mogli też spróbować mieszkańcy mniejszych miejscowości. Stąd m.in. pomysł na promocję „Franczyza za 0 złotych”.*