

Jak osiągnąć sukces we franczyzie?

Franczyza może być ciekawą formą aktywności zawodowej w czasach kryzysu. Aby osiągnąć w niej sukces, warto podążać śladem tych, którzy z powodzeniem prowadzą biznes od lat. Przedsiębiorczość, otwartość, dbałość o ofertę punktu sprzedaży i ekspozycję towaru – to główne cechy wyróżniające Francyzobiorcę Roku sieci EURO – SALON Prasowy.

Prowadzenie salonu prasowego nie jest łatwe. Zgromadzenie kapitału, wybór optymalnej lokalizacji i rozpoczęcie działalności to dopiero początek. Efektywne wykorzystanie know-how francyzodawcy wzbogacone własnymi pomysłami na biznes pozwala jednak wyróżnić się na wymagającym rynku.

- W tej branży liczy się przede wszystkim otwartość i umiejętność prowadzenia własnej firmy – mówi Wioletta Pasturczak, która otrzymała tytuł „Francyzobiorca Roku 2012”. Od 3 lat prowadzi EURO – SALON Prasowy w Murowanej Goślinie w Wielkopolsce. Z powodzeniem łączy obowiązki zawodowe z życiem rodzinnym.

Jak przyznaje, we franczyzie ważne jest znalezienie sposobu na dotarcie do potencjalnych klientów punktu sprzedaży i utrzymywanie z nimi dobrych relacji. Ze względu na specyfikę działalności istotna staje się w niej także umiejętność połączenia dwóch różnych funkcji – właściciela firmy oraz jej pracownika. Przydatne w tym wypadku mogą okazać się dotychczasowe umiejętności zawodowe.

- Z franczyzą miałam kontakt już wcześniej jako pracownik salonu prasowego. Pomysł na biznes wydawał mi się ciekawy, dlatego też zdecydowałam się wykorzystać zdobyte doświadczenie i otworzyć własny punkt sprzedaży – dodaje Wioletta Pasturczak. - Potrzebowałam czasu, aby wdrożyć się we wszystkie kwestie związane z prowadzeniem własnej działalności. Z perspektywy czasu oceniam pozytywnie ten wybór.

Tytuł „Francyzobiorca Roku” przyznawany jest przez spółkę EUROKIOSK od 5 lat. Przy wyborze oceniane są poszczególne aspekty związane z prowadzeniem biznesu. Zalicza się do nich odpowiednie zaopatrzenie punktu sprzedaży, ekspozycję towaru, skuteczność w dotarciu do klientów, estetykę obiektu i zgodność ze standardami sieci. Wyniki ogłaszane są podczas corocznego spotkania z francyzobiorcami. Dotychczas wyróżnienie otrzymało 18 przedsiębiorców.

- Jest to forma nagrody i podziękowania za dotychczasową współpracę – mówi Piotr Szpiganowicz, dyrektor marketingu spółki EUROKIOSK zarządzającej siecią salonów prasowych. - Konkurs motywuje naszych francyzobiorców do coraz efektywniejszego zarządzania punktem sprzedaży i podejmowania działań, które przyczyniają się do osiągnięcia sukcesu na rynku.

Choć część z ocenianych kryteriów dotyczy wyłącznie franczyzy, wiele z nich może okazać się przydatnych także w innych dziedzinach biznesu.

EURO - SALON prasowy

Informacje dodatkowe:

EUROKIOSK Sp. z o.o. zarządza siecią, franczyzową, która obecna jest na rynku od 1997 r. Firma rozpoczęła działalność w Poznaniu, jednak dzięki konsekwentnie prowadzonej ekspansji zarządza obecnie ponad 150 punktami sprzedaży detalicznej na terenie zachodniej Polski. Wiodącą marką sieci jest EURO-SALON Prasowy, w port folio znajdują się także Eurokioski, kawiarnie Eurocafe oraz punkty gastronomiczne EURO-SNACK. Więcej informacji na stronie www.eurokiosk.pl.

Dodatkowych informacji udzielają:

Beata Grześkowiak

Prelite Public Relations

tel.: 601 065 576

tel.: 61 855 14 55

email: b.grzeskowiak@prelite.pl

Piotr Szpiganowicz

Dyrektor Marketingu

EUROKIOSK Sp. z o.o.

tel.: 608 667 961

tel.: 61 662 60 32 w. 26

email: marketing@eurokiosk.pl



Eurokiosk Sp. z o.o. ul. Gen. T. Kutrzeby 16 G/ 130, 61 - 719 Poznań
Sąd Rejonowy Poznań Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego KRS 0000090755
NIP 779 - 19 - 12 - 421 Regon 631010056 Kapitał zakładowy: 190 000 zł
Konto: BNP Paribas Bank Polska S.A. Oddział Poznań 89 1600 1084 0004 0503 6211 6001
Tel ; (61) 869 91 50 , fax 061 865 65 59,

www.eurokiosk.pl