

Sprzedz tablicy do biznesu

Co robi matka, która po urlopie wychowawczym nie chce wracać na etat w szkole? Zakłada biznes.

Eliza Zielińska-Drozda przepracowała 12 lat w zawodzie nauczycielki. Była polonistką i logopedką. W 2013 roku urodziła dziecko, którym zajmowała się przez kilka lat. Kiedy postanowiła wrócić na rynek pracy, była pewna, że nie chce wracać do szkoły.

– Miałam dylemat, co ze sobą zrobić – wspomina. – Z jednej strony chciałam wrócić do aktywności zawodowej, z drugiej nie uśmiechał mi się powrót na szkolny etat. Zaczęłam rozglądać się po rynku pracy, ale w głowie zaświtała mi również myśl o własnej firmie.

JEŚLI NIE ETAT, TO CO?

Różne pomysły na biznes podsuwał jej mąż, doświadczony franczyzobiorca marki spożywczej, czytelnik miesięcznika „Własny Biznes FRANCHISING”. Jednym z pomysłów, jaki zaproponował mąż przyszłej bizneswoman, był gabinet pod marką DepilConcept. Eliza Zielińska-Drozda trafiła tam najpierw jako klientka. Mówi, że chciała trochę o siebie zadbać, zanim na serio zacznie szukać pracy. Z pierwszego zabiegu wyszła zadowolona.

– Bez bólu, profesjonalnie, w miłej atmosferze i jak się wkrótce okazało, skutecznie – wspomina. – Po wizycie w gabinecie zaczęłam poważnie rozważać ten biznes. Analizowaliśmy z mężem dostępne dane, porównywaliśmy z innymi francyzami z branży beauty i zdecydowaliśmy. Aplikujemy.

Eliza Zielińska-Drozda skontaktowała się z centralą DepilConcept i po pierwszym spotkaniu z franczyzodawcą podjęła jedną z najważniejszych decyzji w swoim życiu – otwieram własny salon.

Franczyzobiorczyni wspomina, że zależało jej na lokalizacji w Ząbkach, ale okazało się, że jest już zarezerwowana dla kogoś innego. Dostępne były atrakcyjne Bielany w Warszawie. Przed startem przeszła kompleksowe szkolenie wstępne oraz menedżerski, aby od

Dojrzały franczyzodawca DepilConcept jest operatorem 62 gabinetów licencyjnych i posiada 2 proc. udział w całym rynku beauty w Polsce.

pierwszego dnia w pełni się zaangażować i osiągnąć rentowność już w pierwszym miesiącu. Początki upłynęły pod znakiem bardzo intensywnej pracy. Codzienna obecność w gabinecie, praca z zespołem i obsługa klientek. Eliza Zielińska-Drozda każdą wolną chwilę wykorzystywała na naukę oraz pozyskiwanie klientek w działaniach lokalnych. Centrala DepilConcept wspierała jej salon pod kątem marketingowym realizując skuteczne kampanie w internecie oraz operacyjnym dla jak najwyższej zyskowności salonu, m.in.: analizy miesięczne. W każdym miesiącu są organizowane przez franczyzodawcę spotkania i szkolenia dla franczyzobiorców, menedżerek oraz kosmetyczek. Doświadczenie marki (know-how), wymiana wiedzy między salonami oraz współpraca w ramach dużej sieci kosmetycznej to klucz przewagi konkurencyjnej na lokalnym rynku.

– Uznałam, że nie zaznam spokoju, póki nie poznam biznesu od podszewki – wspomina. – Przeszłam niezbędne szkolenia i nauczyłam się robić wszystkie zabiegi, zarządzać gabinetem i analizować rentowność biznesu. Dziś jestem właścicielką, która potrafi zrobić wszystko we własnym gabinecie. To bardzo ważne z punktu widzenia działalności firmy i jej sprawnego zarządzania.

WYKORZYSTAĆ SZANSE

Franczyzobiorczyni po pierwszym roku działalności zaczęła wycofywać się z codziennej obsługi klientek, żeby skoncentrować się na zarządzaniu oraz rozwoju biznesu. Decyzja była tym bardziej uzasadniona, że właśnie po roku zwróciła się inwestycja w gabinet DepilConcept. Pojawiły się również pierwsze pomysły uruchomienia drugiego gabinetu w nowej, dostępnej lokalizacji.

– Jak zwykle w takich sytuacjach człowiek się waha i zadaje sobie aktualnie tysiąc pytań o rynek, wojnę, inflację, ceny energii, albo o to, czy klientki będzie stać

MAŁ PIKASOWE



ELIZA ZIELIŃSKA-DROZDA, franczyzobiorczyni DepilConcept

Biznes oparty na zaufaniu

Prowadzę biznes, który tworzy relacje z klientami na kilka miesięcy, rok i nawet dłużej. Ta lojalność wynika z wysokich standardów, skuteczności zabiegów oraz faktu, że prowadzimy działalność, wymagającą zaufania oraz intymności.

na nasze usługi – mówi Eliza Zielińska-Drozda. – Doszliśmy z mężem do wniosku, że nigdy nie ma idealnie dobrego momentu na start nowego biznesu i łatwo przespać swoją szansę. Postanowiliśmy robić swoje wiedząc, że będziemy mieli pełne wsparcie centrali i sieci co zdecydowanie ułatwia prowadzenie biznesu – dodaje.

Franczyzobiorczyni podkreśla, że z otwarciem gabinetu w Ciechanowie uwinęły się znacznie szybciej – w niespełna cztery miesiące od podpisania umowy na drugą lokalizację. Centrala DepilConcept krok po kroku przeprowadziła ją przez cały proces. Od wybrania najlepszego lokalu, przez projekt i wsparcie w remoncie, wyposażenie gabinetu, rekrutację pracowników, kompleksowe szkolenie wstępne oraz pozyskanie klientek na otwarcie salonu – otrzymaliśmy ponad 300 kontaktów na start – dodaje. Nowy salon ruszył szóstego września 2022 roku. Na otwarciu były również obecne osoby z centrali w celu wsparcia zespołu w pierwszych dwóch dniach otwarcia. Dziś Eliza Zielińska-Drozda większość swojego czasu poświęca nowej lokalizacji. Jak mówi, Ciechanów bardzo pozytywnie ją zaskoczył. Liczba klientek, które zapisały się na pierwszy zabieg,

przerosła jej najsmielsze oczekiwania – jestem dobrej myśli – dodaje.

Zapytana o rentowność biznesu franczyzobiorczyni mówi, że pozyskanie około 300 stałych klientek zapewnia stabilność i dochód, który z powodzeniem wystarcza na utrzymanie rodziny i gromadzenie kapitału na rozwój firmy. 2021 rok był rekordowy – obecny 2022 zapowiada się jeszcze lepiej.

– Prowadzę biznes, który tworzy relacje z klientami na kilka miesięcy, rok i nawet dłużej – wyjaśnia franczyzobiorczyni. – Ta lojalność wynika z wysokich standardów, skuteczności zabiegów oraz faktu, że prowadzimy działalność, wymagającą zaufania oraz intymności. Nasza praca nie polega jedynie na depilacji. Naszą rolą jest wysłuchanie klientek i rozmowa w atmosferze relaksu. Takiego gabinetu nie zmienia się często. Przy jednoczesnym wsparciu franczyzodawcy mamy gotową receptę na sukces biznesu w tak wymagających czasach.

WŁASNY GABINET DEPILACJI

DepilConcept jest operatorem 62 gabinetów licencyjnych i posiada 2 proc. udział w całym rynku beauty w Polsce. W przygotowaniu jest już 10 nowych lokalizacji z nowymi franczyzobiorcami. Grupą docelową gabinetów są głównie kobiety w wieku od 18 do 60 lat, jednak o usługi firmy coraz częściej pytają również mężczyźni. Gabinety DepilConcept powstają zazwyczaj w miastach powyżej 40 tysięcy mieszkańców. Optymalny lokal na gabinet DepilConcept powinien liczyć powyżej 70 m². Według założeń firmy, najlepiej sprawdzają się lokale przy ruchliwych ulicach w pobliżu centrum miasta. Bardzo dobrze radzą sobie również gabinety zlokalizowane w pasażach handlowych lub na dużych osiedlach.

Idealnym kandydatem na franczyzobiorcę DepilConcept jest osoba, która mając doświadczenie w pracy na etacie w korporacji lub innej firmie świadomie podejmuje decyzję o pracy dla siebie. Powinna też być zaangażowana i gotowa do pracy ponad wymiar przewidziany etatem. W DepilConcept odnajdą się również osoby, które prowadziły już własny biznes, ale do sukcesu zabrakło im trochę wiedzy i wsparcia. Według informacji firmy, gabinety depilacji to typ działalności, w której dzięki relacjom i profesjonalnym usługom można zbudować stabilny biznes i lojalność klientek.

Całkowita kwota inwestycji w nowy gabinet o powierzchni 60-70 m² powinna się zamknąć w przedziale 150-200 tys. zł netto (opłata licencyjna, adaptacja lokalu i kompleksowe wyposażenie salonu). Przy podstawowym planie inwestycyjnym (Rental), próg wejścia rozliczany z franczyzodawcą wynosi 79 700 zł netto. ■

MARCIN KALETA
mkaleta@franchising.pl



Eliza Zielińska-Drozda przed swoim salonem DepilConcept w Warszawie.