

Bizuteria i Upominki

Yes

► **Yes aktualnie szuka franczyzobiorców m.in. w Warszawie, we Wrocławiu, w Lublinie, Toruniu i Trójmieście.**

W sieci Yes działa obecnie 88 salonów, z których 72 to sklepy franczyzowe, a 16 to placówki partnerskie.

– Do końca tego roku chcemy uruchomić jeszcze pięć nowych sklepów Yes. Na przyszły rok zaplanowaliśmy otwarcie 10-12 punktów. Jeśli koniunktura będzie sprzyjająca, może uda nam się uruchomić ich nawet 15 – mówi Paweł Korobacz, dyrektor sieci detalicznej Yes.

Osoba, która chciałaby zostać właścicielem sklepu jubilerskiego Yes, powinna dysponować środkami finansowymi w wysokości od 100 tys. do 350 tys. zł. Koszty remontu to około 170 tys. zł. Przyszły franczyzobiorca musi również wnieść opłatę za przystąpienie do sieci w wysokości 15 tys. zł. Yes zapewnia swoim partnerom atrakcyjny lokal o powierzchni od 45 m² do 65 m² mieszczący się w centrum handlowym. Franczyzobiorca może liczyć na wsparcie marketingowe oraz pakiet szkoleń handlowych i merytorycznych, otrzyma również wytyczne dotyczące wyglądu sklepu, aranżacji wnętrza, sposobów eksponowania biżuterii.

– Przystąpienie do sieci franczyzowej Yes to nie tylko znane logo, które zawisło nad wejściem do mojego sklepu, ale przede wszystkim wsparcie merytoryczne i techniczne ze strony sieci – mówi Elżbieta Langowska, która z branżą jubilerską jest związana od 1988 roku, a od siedmiu lat prowadzi swój sklep pod

nymi, wzory ze złota, kolekcje ze srebra, a także pierścionki zaręczynowe i obrączki ślubne.

Ada plus

W ciągu prawie 15 lat istnienia Ada Plus stworzyła sieć liczącą prawie 1000 stoisk ze srebrną biżuterią.

Firma Ada Plus zajmuje się produkcją i dystrybucją srebrnej biżuterii. Na polskim rynku działa od 1996 roku. Sieć Ada Plus liczy 965 stoisk mieszczących się głównie w zachodniej Polsce. We wrześniu mają do niej dołączyć trzy kolejne stoiska.

Nasz model współpracy skierowany jest głównie do osób, które prowadzą już własny biznes, np. w branży odzieżowej bądź kosmetycznej lub związanej z upominkami, czyli wszędzie tam, gdzie biżuteria może być uzupełnieniem sprzedawanego asortymentu – mówi Marzena Łyszcz, dyrektor handlowy

DOBRE PERSPEKTYWY

PAWEŁ KOROBACZ

DYREKTOR SIECI DETALICZNEJ YES

W Polsce wydatki na biżuterię są wciąż na dużo niższym poziomie niż w innych krajach Unii Europejskiej. Jednak branża ma bardzo dobre perspektywy, bo cały czas rośnie poziom zamożności społeczeństwa i dzięki temu będziemy skłonni coraz więcej wydawać na dobra luksusowe, w tym również na biżuterię.

logo Yes. – Dzięki temu, że działam w sieci wiele spraw, zwłaszcza związanych z promocją i marketingiem, które wcześniej musiałam robić samodzielnie, dziś wykonuje za mnie zespół specjalistów z firmy.

W ofercie sklepów jubilerskich Yes można znaleźć szeroki asortyment biżuterii m.in. z diamentami i innymi kamieniami szlachet-



firmy Ada Plus. – Dotychczas otwieraliśmy nasze stoiska głównie w mniejszych miastach, ale w tym roku postanowiliśmy zmodyfikować nieco strategię rozwoju i wejść z produktami Ada Plus również do dużych miast. Zamierzamy otwierać wyspy z biżuterią w galeriach handlowych i właśnie rozpoczęliśmy poszukiwania nowych partnerów.

Za przystąpienie do sieci firma Ada Plus nie pobiera żadnych opłat. Przyszły partner handlowy musi jednak wnieść wkład finansowy w wysokości 10, 30, 60 lub 100 tys. zł na zakup biżuterii, w zależności od wielkości stoiska, jakie będzie chciał umieścić w swoim sklepie. Ada Plus bezpłatnie udostępnia partnerom laski i gąbki oraz ekspozitory do srebra, materiały reklamowe i opakowania z logo firmy. Lokal, w którym zostanie ustawione stoisko z biżuterią, powinien znajdować się najlepiej przy głównej ulicy miasta lub w centrum handlowym. Partner i jego personel przejdą szkolenie sprzedażowe.



**MIERZA,
ZANIM KUPIĄ**

HANNA ROCHACKA
WŁAŚCIELKA FIRMY
ZIELONY KOT

Klienci wolą biżuterię przed zakupem dokładnie obejrzeć i przymierzyć. Dlatego niestraszne nam sklepy internetowe, które zmuszają kupujących do oceny produktu wyłącznie na podstawie zdjęcia.

Zielony Kot

W sklepach Zielony Kot można kupić m.in. biżuterię wykonaną z naturalnych materiałów, takich jak drewno, szkło czy żywica.

Zielony Kot posiada obecnie trzy sklepy. Przedstawiciele firmy twierdzą, że prowadzą zaawansowane rozmowy z potencjalnymi franczyzobiorcami z Krakowa i Warszawy. Nowe placówki mają powstać również w Trójmieście, Poznaniu i we Wrocławiu.

Lokal, w którym będzie mieścił się sklep Zielony Kot, powinien mieć ok. 30 m² powierzchni. Preferowane lokalizacje to centrum handlowe lub główna ulica miasta. Wymagana kwota inwestycji to mniej więcej 200 tys. zł, z czego ponad 100 tys. trzeba wydać na zaopatrzenie. Opłata za przystąpienie do sieci wynosi 12 tys. zł, opłata bieżąca kształtuje się na poziomie 10 proc. od obrotu, zaś opłata na fundusz marketingowy to 1 proc. od obrotu.

– Biżuteria to nasza pasja, którą z powodzeniem rozwijamy już od 27 lat – mówi Hanna Rochacka, właścicielka firmy ▶



Restauracja to za mało?

Zostań właścicielem Pierogarni!

Pierogarnia Stary Młyn to:

- sprawdzony pomysł na biznes restauracyjny
- ponad przeciętne zyski oraz szybki czas zwrotu z inwestycji
- atmosfera i charakter miejsca, które nie jest zwykłą knajpą
- pełne wsparcie oraz opieka dla partnerów biznesowych

Zgłoszenia przyjmuje

Maciej Podlaszewski
tel. +48 601 595 925
franczyza@pierogarnie.com
www.pierogarnie.com