

# Klejnot w dobrej cenie

Rośnie poziom zamożności społeczeństwa – Polacy będą skłonni coraz więcej wydawać na dobra luksusowe, w tym również na biżuterię.

## Ada plus

► Dystrybutor srebrnej biżuterii zapowiada rozwój sieci w dużych miastach.

**Nowy projekt handlowy sieci będzie miał premierę na targach Franczyza 2011.**

Srebrna biżuteria z firmy Ada Plus jest obecna na naszym rynku od 1996 roku. Sieć sprzedaży liczy ponad tysiąc niewielkich punktów prowadzonych przez odbiorców, którzy sprzedają biżuterię firmy w ramach prowadzonej

wcześniej działalności oraz 40 większych stoisk partnerskich, które skupiają się wyłącznie na sprzedaży srebrnych wyrobów Ada Plus. Dotychczas stoiska Ada Plus pojawiały się w mniejszych miejscowościach,

teraz firma rozpoczyna ekspansję do większych miast.

– W tym roku nasze ministoiska partnerskie zostały otwarte w sieciach Drogerii Polskich oraz Drogerii Koliber. Przygotowujemy też nowy projekt handlowy i chcielibyśmy, żeby miał swoją premierę na październikowych Targach Franczyza 2011 – zapowiada Marzena Łyszcz, dyrektor handlowy firmy Ada Plus. – Naszą ofertę będziemy kierować do większych partnerów handlowych. Prawdopodobnie na Targach pokazemy naszą nową wizualizację stoisk Premium.

Stoisko Ada Plus można otworzyć dysponując kwotą nawet 5 tys. zł. Oczywiście z oferty firmy mogą skorzystać osoby, które chcą zainwestować we własny biznes 50 tys. zł, czy 200 tys. zł. Kwota inwestycji zależy od wielkości tworzonego stoiska. Ada Plus bezpłatnie oferuje swoim partnerom lady i gabloty oraz materiały reklamowe. Firma nie pobiera

również opłat wstępnych ani cencyjnych. Lokal, w którym czone będą stoiska Ada Plus, powość się w okolicy atrakcyjnej pod względem handlowym.

– Stoiska z biżuterią podnoszą prestiż prowadzonego biznesu i pozwalają uzyskać wysoki dochód z niewielkiej powierzchni handlowej. Poza tym złoto i srebro to atrak-

l i -  
umiesz-  
winien znaj-



## ZŁOTA INWESTYCJA

**MARZENA ŁYSZCZ**  
DYREKTOR HANDLOWY  
FIRMY ADA PLUS

Stoiska z biżuterią podnoszą prestiż prowadzonego biznesu i pozwalają uzyskać wysoki dochód z niewielkiej powierzchni handlowej. Poza tym złoto i srebro to atrakcyjna forma lokowania pieniędzy zarówno dla przedsiębiorców, jak i klientów detalicznych.

c y j n a  
forma lo-  
kowania pie-  
niędzy zarówno dla  
przedsiębiorców, jak i klien-  
tów detalicznych – wyjaśnia Marzena Łyszcz.

Franczyzobiorca otrzymuje od firmy materiały reklamowe, opakowania na biżuterię z logo firmy oraz kompletne stoisko wraz z wyposażeniem, a jego pracownicy przechodzą szkolenie sprzedażowe.

## Kate&Kate

**Pierwszy franczyzowy sklep z biżuterią Kate&Kate został otwarty w Sopocie.**

W butikach Kate&Kate można znaleźć biżuterię modową sprowadzaną z całego świata. Produkty dostępne w salonach to pojedyncze egzemplarze wykonywane ręcznie i tworzone przez znanych projektantów.

– Chcemy przede wszystkim budować markę, która będzie rozpoznawana przez klientów i kojarzona z piękną, ekskluzywną i unikalną biżuterią. Nie chcemy sprzedawać błyskotek w masowych ilościach. Tworzymy kameralne butikiki, w których można znaleźć biżuterię z całego świata – mówi Katarzyna Rychlewska, właścicielka Kate&Kate.

ADA PLUS

ADA PLUS

Sklepy z logo Kate&Kate działają w Warszawie, Krakowie i Katowicach. W lipcu tego roku w Sopocie został otwarty pierwszy butik, prowadzony przez franczyzobiorcę. Bizuterię Kate&Kate można też nabyć w czterech butikach partnerskich.

– Bizuterii Kate&Kate nie mogło zabraknąć w tak prestiżowym kurorcie, jakim jest Sopot. Nowe otwarcie cieszy mnie tym bardziej, iż jest to pierwszy lokal franczyzowy. Kate&Kate właśnie nad morzem nabiera wiatru w żagle – dodaje Rychlewska.

Na zatowarowanie i urządzenie sklepu trzeba przeznaczyć od 80 do 100 tys. zł. W pierwszym roku działalności firma nie pobiera od swoich partnerów opłaty franczyzowej. Butiki Kate&Kate powstają w kameralnym otoczeniu, a franczyzobiorcy samodzielnie szukają odpowiedniej lokalizacji. Partnerzy mogą liczyć na pakiet materiałów marketingowych – opakowania, ulotki, certyfikaty.

## Yes

**Firma Yes Bizuteria, rozwijająca sieć sklepów jubilerskich Yes, obchodzi swoje 30. urodziny.**

Sklepy Jubilerskie Yes to sieć sprzedaży stworzona i rozwijana przez spółkę Yes Bizuteria. W tym roku firma obchodzi jubileusz 30-lecia istnienia. Sieć sprzedaży Yes liczy blisko sto placówek franczyzowych, które działają w centrach handlowych całego kraju. Do końca roku nowe sklepy mają zostać otwarte w Szczecinie, Kaliszu, Ostrowie Wlkp., Toruniu i Gdyni.



## NIENASYCONY JAK POLAK

**PAWEŁ KOROBACZ**  
DYREKTOR DZIAŁU  
EKSPANSJI  
I ORGANIZACJI SIECI  
DETALICZNEJ YES

Polski rynek dóbr luksusowych jest jeszcze młody; jesteśmy stosunkowo mało „nasyconym” społeczeństwem. Statystyczny Polak wydaje na biżuterię kilkakrotnie mniej niż mieszkańiec Europy Zachodniej. Dlatego jesteśmy bardzo perspektywicznym rynkiem i popyt na wyroby jubilerskie na pewno będzie u nas sukcesywnie wzrastał.

– Od wielu lat z sukcesem stosujemy strategię stabilnego rozwoju, budując sieć naszej sprzedaży detalicznej w oparciu o franczyzę. Podobnie jak w ubiegłych latach, w przyszłym roku planujemy otworzyć 12 nowych sklepów Yes. Chcemy, aby nasze placówki pojawiły się m.in. w Chełmie, Krakowie, Opolu, Wrocławiu i Kielcach – wylicza Paweł Korobacz, dyrektor działu ekspansji i organizacji sieci detalicznej Yes.

Bizuterię Yes można znaleźć w galeriach handlowych miast liczących więcej niż 100 tys. mieszkańców. Markowej sieci sprzedaży z dużym doświadczeniem na rynku łatwiej jest pozyskać atrakcyjne miejsce w centrum handlowym i negocjować warunki umowy. Dlatego franczyzobiorca nie musi na własną rękę poszukiwać odpowiedniego lokalu, bo w tej kwestii wyręcza go firma Yes. Franczyzobiorcy Yes oraz ich pracownicy uczestniczą w szkoleniach, które mają pomóc im lepiej poznać dostępne produkty i dobrze obsługiwać klientów.

– Współpracujemy z najlepszymi fachowcami w dziedzinie marketingu i merchandisingu, dlatego Sklepy Jubilerskie Yes mają nie tylko ładne, ale przede wszystkim funkcjonalne wnętrza. Meble, witryny i produkty tworzą spójny wizerunek, który popularyzowany jest w prowadzonych przez sieć akcjach marketingowych – wyjaśnia Paweł Korobacz. Na ofertę Sklepów Jubilerskich Yes składa się bogaty asortyment biżuterii, m.in. z diamentami i innymi kamieniami szlachetnymi, wzory ze złota, kolekcje ze srebra, a także pierścionki zaręczynowe i obrączki ślubne.

Opracowała Magdalena Kroc ■