**Czy można zarobić na… wysyłaniu paczek?**

**Zarabiają krocie sprzedając unikalne produkty - mięso przez internet koneserom zdrowej żywności, spraye o zapachu książek użytkownikom ebooków, spragnionym dotyku i czułości - sesje przytulania połączone z drapaniem po plecach czy głaskaniem po głowie. To autentyczne, dobrze zarabiające biznesy. Oczywiście, dziś można dorobić się także w bardziej konwencjonalny sposób, wykorzystując już otwarte furtki.**

Wolność, niezależność, swoboda, duże pieniądze – to dla wielu synonimy własnego biznesu. I rzeczywiście, może tak być, o ile zakładając firmę wykorzysta się dobry pomysł – własny lub „pożyczony”. Tak właśnie działa franczyza.

**Nie ryzykuj, wybierz sprawdzony biznes**

W Polsce funkcjonuje **1048 systemów franczyzowych**, jak wynika z „Raportu o franczyzie w Polsce 2015” przygotowanego przez PROFIT system. Już teraz to ponad **60 tys. placówek**, których liczba nadal systematycznie rośnie. Przybywa osób, które szukając pomysłu na własny biznes, chce spróbować sił prowadząc firmę pod franczyzowym szyldem. Mają dość pracy w korporacjach, są gotowi do działania na własny rachunek, ale bez ryzyka, że coś pójdzie „nie tak”.

Taka myśl przyświecała Łukaszowi Ejsmontowi, który od pół roku prowadzi w dolnośląskim Bolesławcu punkt przesyłek kurierskich: - *Szukałem sprawdzonego biznesu, przetestowanego i wypromowanego wcześniej przez innych przedsiębiorców. Nie chciałem ryzykować utraty posiadanego kapitału, poza tym zależało mi na stosunkowo szybkim zarobku bez konieczności ponoszenia wysokich kosztów własnych na reklamę i promocję. Stąd decyzja o wejściu w sieć franczyzową. Wybrałem branżę kurierską, ponieważ w mojej lokalizacji tego typu usługi były dostępne dla klientów w wysokich cenach*. *Wiedziałem też, że lokalni przedsiębiorcy często narzekali na jakość.*

Zanim Łukasz Ejsmont wybrał konkretnego franczyzodawcę, zrobił solidne rozpoznanie rynku, porównując dostępne oferty. Ostatecznie podpisał umowę z siecią Pakersi.pl, gdzie marże okazały się być wyższe, a ceny usług niższe niż u konkurencji. Jak tłumaczy: - *Na podjęcie ostatecznej decyzji największy wpływ miał przedstawiony plan rozwoju usług międzynarodowych. Rzeczywiście franczyzodawca wywiązał się z obietnicy i od stycznia tego roku mogę oferować na lokalnym rynku tanie wysyłki zagraniczne. Z tej opcji korzystają zarówno firmy, jak też rodziny osób pracujących na co dzień np. w Niemczech. W okolicach Bolesławca takich nie brakuje.*

Obecnie firma Łukasza Ejsmonta nadaje kilkadziesiąt przesyłek dziennie. Jak sam przyznaje, **inwestycja zwróciła się w dwa miesiące** od uruchomienia biznesu. Teraz planuje otwarcie kolejnego punktu kurierskiego w sąsiednim mieście.

**Jaka franczyza w 2016 roku?**

Najbardziej znanym przykładem sieci franczyzowej jest **McDonald’s**, którego restauracje serwują to samo menu, ale każda prowadzona jest przez innego przedsiębiorcę. W Polsce popularność zdobywa także **Telepizza**, która posiada już ponad 80 placówek. Dobrym przykładem może być branża spożywcza, a w szczególności **sieć ABC**, do której należy ok. 7 tys. sklepów spożywczych.

Oczywiście, zarabiać można nie tylko w gastronomii czy branży spożywczej. Rozwiniętą siecią jest **Dbam o Zdrowie** z ponad 300 aptekami czy **Bricomarché**, sklepy oferujące rozwiązania do ogrodu i mieszkania, których jest już ponad 100. Z **Pawo** i **Mon Amie** można sprzedawać odzież, z **Sokółka Okna i Drzwi** - stolarkę drewnianą i okienną, a **Pakersi.pl** umożliwiają świadczenie usług kurierskich w cenach niższych niż te oferowane przez popularne korporacje. Dziś działa już ponad 40 takich punktów w Polsce.

**Zakładasz biznes? Te pytania zadaj franczyzodawcy**

Na co należy zwrócić uwagę wybierając biznes franczyzowy? Zarówno na samą branżę, jak i zakres oferty. Te najbardziej perspektywiczne to takie, których produkty i usługi trafiają nie tylko do **klienta indywidualnego**, ale także – wpisują się w **potrzeby firm**. Warto, bo przedsiębiorcy są lojalną grupą, rzadko zmieniającą dostawców.

Ważne też, by przed podpisaniem umowy, porównać zaprezentowaną przez franczyzodawcę ofertę, z tą proponowaną przez konkurencję. Nie wolno **dać się zwieść ogólnikom**, typu: „posiadamy najlepszą ofertę na rynku”. Trzeba wymagać rzeczywistych przykładów, potwierdzających te słowa.

Dodatkowo warto sprawdzić, jakie działania podejmuje sieć, by zapewnić odbiorcom nie tylko **zwrot z inwestycji**, ale też **zarobek**: - *Pytania o strategię rozwoju firmy zdarzają się bardzo często. Klienci pytają, jakie kroki planujemy i co robimy, aby zrealizować zakładane cele. Weryfikują, czy i kiedy sieć będzie wprowadzać nowe usługi. Sprawdzają, zresztą słusznie, jakie kroki podejmujemy, by promować usługi wśród ich potencjalnych klientów oraz zwiększać konkurencyjność na rynku. Cenimy zaangażowanych partnerów, bo tacy osiągają sukces* - tłumaczy Maciej Szozda, manager ds. rozwoju sieci Pakersi.pl.

Weryfikując franczyzodawcę, warto pamiętać o tej kwestii - **lokalizacji**. Trzeba wiedzieć, że niektóre sieci franczyzowe skupiają się wyłącznie na największych miastach i dokładnie określają miejsce prowadzenia biznesu. Mogą wymagać np. wynajęcia kilkusetmetrowego lokalu w centrum handlowym lub mieście mającym co najmniej 300 tys. mieszkańców. Oczywiście nie wszystkie sieci nakładają takie wymagania. Lepiej więc skupić się na takich, dzięki którym będzie można działać również w małych miastach, w których sprzedawanych usług często w ogóle nie ma.

Na koniec trzeba dowiedzieć się, czy franczyzodawca gwarantuje **wyłączność na dany obszar**, a jeżeli tak - jakiej wielkości. Nie ma nic gorszego niż drugi punkt świadczący te same usługi, wyrastający po drugiej stronie ulicy. Takie sytuacje zdarzają się, np. w przypadku niektórych kawiarni.

**Ile pieniędzy potrzebujesz i ile zarobisz?**

Najtańszą franczyzę otworzymy, dysponując zaledwie **kilkoma tysiącami złotych**. W takim przypadku trzeba będzie się jednak nastawić się na dość wysokie koszty miesięczne (np. opłaty marketingowe czy za wypożyczenie sprzętu od sieci franczyzowej). Zdecydowanie więcej ciekawych ofert jest, gdy inwestycja sięga kwoty **20–50 tysięcy złotych**. Przy takiej sumie, znaczna część zysku zostaje dla franczyzobiorcy. – *W przypadku usług kurierskich, kwota inwestycji początkowej mieści się w granicach kilkunastu tysięcy złotych. Sfinansować ją można z własnych środków lub korzystając z dotacji – wielu naszych partnerów korzysta właśnie z tej drugiej opcji. Istnieje wiele mechanizmów ułatwiających rozpoczęcie własnego biznesu, a rolą franczyzodawcy jest zapewnienie przedsiębiorcy wiedzy i dostępu do tych narzędzi* – dodaje Maciej Szozda.

Jeśli dysponuje się większym kapitałem, od **kilkuset tysięcy do kilku milionów złotych**, można rozmawiać z największymi sieciami – znanymi restauracjami czy firmami odzieżowymi. Przy tych kwotach należy jednak liczyć się z zamrożeniem dużych pieniędzy w towarze i stosunkowo dużym ryzykiem oraz długim czasie zwrotu.

Na koniec pamiętajmy, we franczyzie gwarantem sukcesu, obok powtarzalności, jest duże zaangażowanie własne. Przedsiębiorcy, mimo że są pod jedną marką, prowadzą własne firmy, którym są gotowi się poświęcać. Wspólnie docierają do szerokiej liczby klientów, stale zwiększając świadomość istnienia marki. Placówek powstaje coraz więcej, bo po pewnym czasie odbiorcy znają brand, chcą korzystać z oferty i tylko czekają aż pojawi się w mieście.

To co, jaki biznes otwierasz?