

Podcast *Finanse bardzo osobiste*, odcinek 24

Data publikacji: 2016-05-30

link do opisu na blogu: <http://marciniwuc.com/fbo-024/>

FBO 024: Jak krok po kroku otworzyć własną restaurację Telepizza?

Cześć! Witam Was bardzo serdecznie w dwudziestym czwartym odcinku podcastu *Finanse bardzo osobiste*. Dzisiaj mam dla Was bardzo ciekawą rozmowę na temat otwierania własnego biznesu. Mnie zawsze chodziła po głowie myśl, żeby swój własny biznes otworzyć – zrobiłem to po 11 latach pracy w korporacji, ale bardzo wiele osób też być może się nad tym zastanawia i nie wie, od czego zacząć – stąd pomysł na to, żeby od czasu do czasu podsunąć Wam jakiś konkretny plan.

Dzisiaj porozmawiamy o jednym z takich pomysłów. Porozmawiamy o tym, jak krok po kroku otworzyć restaurację Telepizy.

Moim gościem jest dzisiaj Leszek Nowak. Cześć, Leszku.

Cześć.

Dziękuję ci bardzo serdecznie za to, że przyjąłeś zaproszenie do naszej audycji. Leszek pomaga osobom, które myślą o otwarciu placówki Telepizy, w przeprowadzeniu tego procesu od etapu pomysłu do etapu, w którym ich restauracja już funkcjonuje. Leszku, opowiedz, proszę, trochę więcej, czym się zajmujesz.

Witam wszystkich, Leszek Nowak z tej strony. Kilka słów o mnie: jestem menedżerem do spraw rozwoju Telepizy Poland na rynku polskim. Pracuję w firmie od 17 lat, tak że to jest bardzo długi okres – bardzo długa styczność z tą firmą.

To jak długo Telepizza już jest w Polsce? Bo nawet 17 lat brzmi bardzo poważnie.

Telepizza w Polsce jest od 24 lat.

Aha, i ty jesteś już z nią od 17. No to super.

Zaczynałem prawie, gdy firma debiutowała, można powiedzieć. To było siedmioletnie rozwinięcie na rynku polskim – był otwierany 23. lokal w firmie, w Krakowie. Trafiłem

do niego jako dostawca pizzy, tak że zacząłem pracę od stanowiska bardzo, bardzo podstawowego. Szybko jako dostawca podczas moich studiów zostałem doceniony przez kierownictwo lokalu i awansowany na szefa zmiany. Ten awans też bardzo szybko wykorzystałem – zostałem kierownikiem lokalu i dostałem w obowiązках prowadzenie lokalu w Krakowie.

Następnie migrowałem po Polsce – nie bałem się zmian przede wszystkim. Wiem, że duża część z Was, słuchaczy, boi się zmian, aczkolwiek trzeba być otwartym na nie. Ja pracowałem w kilku miastach w Polsce, można powiedzieć, że w całej Polsce. Najpierw był to Kraków, później Bielsko-Biała, następnie Sosnowiec, potem trafiłem do Wrocławia i we Wrocławiu troszkę dłużej pracowałem. Tam też zostałem superwizorem.

Bycie superwizorem we Wrocławiu to była dla mnie duża szkoła przetrwania w firmie, bo już musiałem zarządzać kierownikami lokali. Współpraca z kierownikami – może wiecie, może nie wiecie – jest bardzo trudna. Każdy z kierowników jest inny, każdy ma inne cechy, ale udało mi się dopasować: firma mnie doceniła, zostałem awansowany na kierownika operacyjnego. Już jako kierownik operacyjny miałem styczność z pierwszymi franczyzobiorcami, jak i z pierwszymi otwarciem lokali. Od 2015 roku zajmuję stanowisko menedżera do spraw rozwoju sieci. Tak jak to Marcin wcześniej powiedział, pomagam otwierać lokale od samego początku do momentu otwarcia.

Czyli przeszedłeś bardzo, bardzo daleką drogę przez tych 17 lat i faktycznie zaczynałeś od najbardziej podstawowego stanowiska. I tak jak mówisz: odwaga, otwartość na zmiany – przeszedłeś przez bardzo wiele różnych miejsc, restauracji i placówek, więc znasz ten biznes od kuchni, myślę, jak mało kto w waszej firmie.

Leszku, gdy słyszymy słowo „Telepizza”, od razu przychodzi nam na myśl restauracja albo ulotka pozwalająca zamówić pizzę do domu. Ale dzisiaj nie chciałbym, żebyśmy rozmawiali o samej pizzy, tylko o koncepcie biznesowym, jakim jest prowadzenie tego typu restauracji. Zanim zaczniemy mówić, jak to wygląda od strony pojedynczego lokalu, powiedz trochę więcej o samej firmie. Co to jest za firma, skąd się wzięła?

Firma Telepizza pochodzi z Hiszpanii i stamtąd też się wywodzimy. Tam został otwarty pierwszy lokal w 1987 roku w Madrycie. Pierwszy lokal w Polsce powstał, jak wcześniej rozmawialiśmy, 24 lata temu. Od 2001 roku w Polsce funkcjonują też jednostki franczyzowe. Na rynku całego świata jest 1311 lokali. Jesteśmy obecni na tę chwilę w 15 krajach, tj.: Hiszpania, Portugalia, Chile, Kolumbia, Rosja czy Emiraty Arabskie.

To jest tak naprawdę duży, międzynarodowy koncern.

Tak, to duży, międzynarodowy koncern. Obecnie mamy 461 placówek własnych – placówki własne są własnością Telepizy – i 850 placówek franczyzowych.

Wspominałeś też w naszej rozmowie przed nagraniem audycji, że niedawno odbył się nawet debiut Telepizy na giełdzie w Madrycie.

Tak, odbył się 27 kwietnia debiut pod nazwą Telepizza Group. Debiut giełdowy dla każdej firmy, która wchodzi na giełdę, to niesamowicie ważne wydarzenie.

Restauracje Telepizy są tzw. placówkami franczyzowymi. Wyjaśnij trochę, na czym to w praktyce polega.

Franczyza to kupienie przez franczyzobiorcę gotowego know-how. W tym momencie nie trzeba budować relacji z klientem – może nie relacji z klientem, ale pomysłu na biznes. Ten pomysł kupuje się od franczyzodawcy. My jako firma sprzedajemy taki pomysł, koncept, możliwości – gotowe rozwiązania, jak taki biznes poprowadzić. Dodatkowo sprzedajemy bardzo, bardzo postrzegalne logo Telepizy – postrzegalne zarówno na rynku polskim, jak i na całym świecie.

Czyli nie musimy się zastanawiać, od czego zacząć otwarcie naszego biznesu, tylko mamy już jakąś koncepcję, która działa, która jest sprawdzona – tak jak mówiłeś, ponad 1000 lokali na całym świecie funkcjonuje, więc już wiemy, że z tego da się żyć i na tym da się zarobić.

Mam jeszcze taką kwestię dyskusji – bardzo ważną zaletę naszej franczyzy. Zaleta naszej franczyzy jest przeogromna, bo sprzedajemy franczyzę od 2001 roku, ale przez dziewięć lat budowaliśmy markę na lokalach własnych. Dziewięć lat budowaliśmy doświadczenie, projekt, koncept, całe know-how – dopiero wtedy zaczęliśmy sprzedawać franczyzę. To nie jest franczyza budowana na bazie jednego czy dwóch lokali, gdzie ktoś wpadł na superdobry biznes, bo mu idzie i od razu sprzedaje franczyzę. To jest bardzo, bardzo sprawdzony koncept.

Czyli faktycznie przetestowaliście to w praktyce, zanim zaprosiliście do udziału kolejne osoby już w formie franczyzobiorców. No dobrze. Załóżmy, że dysponuję wystarczającym kapitałem na start. Jaki to jest kapitał i ile pieniędzy na to potrzeba? O tym też dokładnie porozmawiamy, ale chciałbym, żebyś przybliżył nam krok po kroku, jak wygląda proces otwarcia takiej restauracji. Przychodzę do ciebie, mówię: „Mam pieniądze, chciałbym otworzyć taki biznes, pomóż mi”. Jak to krok po kroku wygląda?

Rozmawiam z każdym, z kim będzie mi miło ewentualnie się spotkać, jak ktoś odezwie się, zainteresuję kogoś prezentacją czy rozmową. Ważne, żeby ta osoba, zgłaszając się do mnie, sprawdziła lokal od wewnątrz, sprawdziła w danym lokalu, jak my pracujemy, i podjęła decyzję, czy to jest to, co chce robić, czy to coś, co jest odskocznią dla tej osoby, i nie zmierzy się z tym.

Czyli zaczynasz od takiej wycieczki po lokalu, odwiedzenia konkretnego lokalu, żeby pokazać takiej osobie, na czym ten biznes polega?

Jak najbardziej. Każde spotkanie z nową osobą czy z osobą zainteresowaną dla mnie jest na tyle ważne, że pokazuję lokal od wewnątrz. Pokazuję zasady naszej pracy, zasady pracy sieci. Ważne, żeby każde spotkanie, które się odbędzie w przyszłości, było zorganizowane na gruncie Telepizzy, w lokalu, który już działa. I w tym lokalu omawiamy cały zakres naszej działalności od A do Z.

Czyli tłumaczysz, pokazujesz, jak ten biznes funkcjonuje, tak żeby osoba, która do was się zgłasza, miała okazję w jakiś sposób skonfrontować swoje wyobrażenie o tym biznesie z rzeczywistością?

Jak najbardziej. Nie da się ocenić biznesu, stojąc przed lokalem. Trzeba być w tym lokalu, trzeba wejść na zaplecze, zobaczyć całą technologię produkcji, czasem nawet porozmawiać z pracownikami, żeby wiedzieć, z czym będziemy mieli do czynienia w przyszłości.

Czyli pierwszy punkt: Zaczynamy od tego, żeby dobrze poznać, jak ten biznes funkcjonuje. Co dzieje się dalej? Załóżmy, że przekonałeś mnie i mówię: „No fajnie, dobrze, podoba mi się, to jest w jakiś sposób spójne z tym, co chciałbym robić”. Co robimy dalej?

Następnie ważne, żeby posiadać odpowiedni lokal.

Odpowiedni, czyli...?

W odpowiednim trafficu, z odpowiednią komunikacją klientów. Ważne, żeby umiejscowienie, w którym będziemy chcieli wybudować lokal, było widoczne z każdej strony w mieście i dobrze się kojarzyło – tak żeby wszyscy mieli łatwość trafienia do lokalu, ale też żeby mieli w głowach, że Telepizza istnieje w danym mieście.

No dobrze, ale ja jestem człowiekiem z korporacji i nie prowadziłem wcześniej takiego biznesu. To dopiero mój pomysł, nie wiem tak naprawdę, który lokal może być dobry.

Robimy to zazwyczaj w ten sposób, że to ty jako, przykładowo, przyszły franczyzobiorca wskazujesz nam kilka lokalizacji w danym mieście, bo my też nie możemy wiedzieć wszystkiego o tym mieście. Ty jako mieszkaniec miasta, w którym jesteś, wiesz, w których miejscach ten biznes może funkcjonować dobrze. Wskazujesz nam kilka takich lokalizacji, my z nich postaramy się wybrać jak najbardziej odpowiednią zarówno pod kątem przyszłej sprzedaży, inwestycji, jak i pod kątem ekonomicznym.

OK, czyli pomagacie mi wybrać lokal – mamy wybrany lokal, wiemy, że to ten. Co dzieje się w kolejnym kroku?

Mamy już przygotowany lokal pod działalność z nami, następnie przygotowujemy się do kwestii umów. Musimy być powiązani umową franczyzową.

Jasne.

Umowa franczyzowa jest 5- bądź 10-letnia. Następnie, jeżeli mamy już przygotowaną umowę franczyzową i umowę najmu lokalu, wysyłamy z naszej strony osobę z działu inwestycji. To osoba, która przygotowuje projekt lokalu. Przygotowujemy projekt technologiczny – piszemy technologię. Dodatkowo ty jako franczyzobiorca musisz sobie przygotować projekty branżowe, tzn. energetykę, wod.-kan. etc. Tak że mając już wszystkie projekty, głównie technologię i projekt technologiczny, można przystąpić do budowy lokalu.

Czyli krok po kroku przez cały ten proces prowadzicie mnie za rękę, tak?

Tak, prowadzimy za rękę. Jeżeli nawet pojawią się jakiegokolwiek problemy operacyjne pod kątem funkcjonowania z urzędami – bo możesz nie wiedzieć, do którego urzędu w odpowiednim momencie trafić – też pomożemy.

Mówisz, że później następuje budowa lokalu. Budowa lokalu, czyli...?

Budowa lokalu oznacza, że wybierasz firmę z lokalnego rynku, budujesz pod projekt lokal, my z naszej strony wspomagamy poprzez dział inwestycji osobą, która kontroluje i nadzoruje twoją budowę. To jest również etap, na którym możemy optymalizować koszty, ale też uciec od błędów, które ewentualnie możesz popełnić, jeżeli będziesz miał niewiedzę o tym, jak wybudować lokal gastronomiczny.

Czyli cel jest taki, żeby postawić w pełni funkcjonującą od strony technicznej restaurację, spełniającą wszystkie wymogi, wszystkie normy, jeżeli chodzi o przepisy chociażby sanitarne, ale z drugiej strony wyglądającą tak, żeby klient, który zna tę sieć, czuł się po prostu jak u siebie i wiedział, że to placówka Telepizy, a nie jakaś przypadkowa pizzeria.

Tak, jak najbardziej. Ważne, żeby wizualizacja była zbieżna ze strategią sieci.

No dobrze. Mija trochę czasu... Właśnie: ile mniej więcej to trwa? Z twojego doświadczenia, bo ileś tych placówek już otworzyłeś.

W poprzednim roku otworzyłem siedem lokali. Każdy lokal otwiera się inaczej – można otworzyć lokal w dwa miesiące, ale trzeba mieć niesamowitą determinację do jego otwarcia.

OK, czyli to bardzo ambitny termin. A tak standardowo jak długo to trwa?

Standardowo: 3-4 miesiące.

Mamy lokal, patrzymy, wchodzimy do niego – wygląda to jak Telepizza – jesteście gotowi do rozpoczęcia działalności. I co wtedy?

Zaczynamy sprzedawać. Kiedy już mamy gotowy lokal, jeszcze...

Tylko musimy mieć pewnie jeszcze ludzi, jakichś kucharzy i inne osoby. Czy tutaj też w jakiś sposób wspieracie takiego franczyzobiorcę w procesie doboru kadry?

Zanim lokal zostanie otwarty, ty jako franczyzobiorca musisz przejść pełny etap szkoleniowy.

OK, jak to wygląda?

Trwa to około pięciu tygodni. Szkolisz się z poziomu kierownika lokalu, musisz potrafić zarządzać całością lokalu jak nasz lokal własny. Następnie w trakcie etapu szkoleniowego – myślę, że gdzieś w jego połowie – dostajesz wsparcie z działu HR Telepizy, który pomaga ci rekrutować osoby do lokalu. Jeżeli już mamy wyrekrutowane osoby do twojego lokalu, szkolimy ciebie plus twoje osoby.

Czyli pracowników, których ja będę później nadzorował, również pomagacie mi przeszkolić?

Tak, muszą być wyszkoleni. Ty kończysz szkolenie egzaminem. Kiedy zdasz egzamin, możesz otworzyć lokal. Jeżeli nie zdasz egzaminu przed superwizorem, automatycznie nie zezwalamy na otwarciu lokalu.

A jak długo trwa ten cały proces szkoleniowy?

Okolo pięciu tygodni.

Rozumiem, że to dość intensywny proces.

Szkolenie franczyzobiorcy – ok. pięciu tygodni. Szkolenie szefów zmiany – także ok. pięciu tygodni. Szkolenie pracowników podstawowych – dostawców, pizzerów – to jest ok. 3-4 dni.

Żeby otworzyć taką przykładową restaurację, ile osób musi w niej pracować?

To też jest skomplikowane pytanie. Ważne: otwierając lokal, musimy mieć określony poziom sprzedaży przede wszystkim. My wymagamy od franczyzobiorcy dwóch osób w zespole szefowskim. To dwie osoby, które muszą być zatrudnione.

Czyli to są ci kierownicy zmiany, o których wspomniałeś wcześniej – dwie osoby, które mają kierować lokalem.

Dokładnie. A pozostałe osoby kształtują się w lokalu jako koszt zmienny, tak że tutaj liczba osób jest zależna od poziomu sprzedaży.

Czyli potrzebujemy, oprócz kierowników zmiany, jakiegoś kucharza – nie wiem, czy to się mówi w branży kucharz, czy inaczej...?

W branży Telepizza mówi się o osobach pracujących w lokalu jako pizzero – to są osoby, które produkują pizzę. Osoby, które dostarczają – jako dostawcy – i dodatkowo osoby marketingowe, które pracują w terenie, to kuponieści, a osoba, która nadzoruje kuponistów, to menedżer ds. sprzedaży.

Czyli dwie osoby do tego, żeby kierować placówką. Tych pizzero – ile to osób powinno być?

Myszę, że 3-4 osoby.

I następnie osoby rozwozące pizzę – ile to może być osób?

Są lokale, które mają tych osób ponad 10. Ale są też lokale, które mają tych osób cztery. Tutaj wszystko zależy od lokalizacji, od miejsca, w którym wybudujemy lokal, od perspektyw i ewentualnie planu sprzedażowego: jaki udział będzie miała dostawa, jaki udział będzie miał lokal sprzedażowy.

Przykładowo: w Wałbrzychu funkcjonujemy na dzień dzisiejszy tylko na lokalu – lokal jest w galerii handlowej i sprzedajemy tylko tam. W Nowym Targu lokal też jest w galerii handlowej, ale dodatkowo uruchomiliśmy kwestię dostawy, tak że tutaj musimy mieć 3-4 dostawców, którzy muszą pracować. Przy takiej rozmowie naprawdę trudno wskazać liczby pracowników – mogę to jak najbardziej przedstawić na konkretnym przykładzie, w konkretnym lokalu, gdzie serdecznie zapraszam.

Jasne. Ale na pewno widać, że będziemy zarządzać solidnym, sporym zespołem ludzi, więc umiejętności efektywnego kierowania zespołem są bardzo potrzebne. Właśnie: co jeszcze? Jakie cechy i doświadczenia powinien mieć wasz potencjalny franczyzobiorca?

Mamy bardzo różnych franczyzobiorców w firmie. Są to osoby nierzadko niepowiązane w żaden sposób z biznesem gastronomicznym. Dla przykładu: obecnie osoba, która pracuje w lokalu czy prowadzi biznes Telepizza, to może być osoba, która jednocześnie prowadzi przedszkole, to może być osoba, która jednocześnie prowadzi firmę budowlaną...

Rozumiem, że to konkretne przykłady osób, które już takie lokale dla was prowadzą?

Tak, tak. Nie będę wskazywał dokładnie, które to są lokale, bo nie wiem, czy te osoby życzą sobie tego, że powiem, czym jednocześnie się zajmują, aczkolwiek mam doświadczenie z bardzo różnymi osobami. Część osób wywodzi się *stricte* z Telepizy – to są osoby, które zaczynały tak jak ja i też nadal prowadzą, może po etapie pracy w korporacji, własne lokale. Duża część takich osób prowadzi Telepizę wywodząca się z sieci – i to osób z różnych stanowisk, wyżej położonych, jak i stanowisk nawet szefów zmiany. Duża część osób zarządzających lokalami w Warszawie to osoby kontraktowe, które zarządzają lokalami na zasadzie kontraktów menedżerskich.

Wracając jeszcze do pytania, jakie to mogą być osoby: bardzo różne. Osoba, która będzie chciała prowadzić taki lokal – działalność gastronomiczną pod nazwą Telepizizza – to musi być osoba, która przede wszystkim będzie chciała to robić – będzie wiedziała, co chce w życiu robić, a gastronomia będzie dla niej ważnym tematem. My przygotowujemy szkoleniowo tę osobę od podstaw.

I ważne: żeby pamiętać, że to jednak biznes. Biznes, którego trzeba pilnować – nie jest to pasywna inwestycja, że kupię sobie placówkę.

Jak najbardziej. Ten biznes jest jak każdy inny: trzeba nim zarządzać, trzeba go prowadzić, być blisko niego. Otwierając lokal i budując, już nawet kupując know-how, logo, ważne jest pierwsze wrażenie, które buduje się tylko raz. Najważniejsze są pierwsze trzy miesiące pracy lokalu: jeżeli przez te trzy miesiące zbudujemy pozytywne wrażenie i pierwsze wrażenie klienta będzie dobre – później będzie łatwiej. Jeżeli na samym początku coś z tym wrażeniem zepsujemy – może być gorzej.

Leszku, a kto twoim zdaniem nie nadaje się do tego, żeby prowadzić taki biznes?

Do prowadzenia takiej działalności przede wszystkim nie będą nadawały się osoby leniwe. To osoby, które myślą, że wezmą franczyzę, nie będą musiały pracować, że franczyza – brzydko mówiąc – załatwi za nich wszystko. Franczyza jest inwestycją pieniędzy, ale nie lokatą. Tak że tutaj trzeba pracować, trzeba włożyć 100% swojego zaangażowania w prowadzenie biznesu.

A po jakim czasie można liczyć na pojawienie się pozytywnych przepływów pieniężnych? Jak długo przeciętnie, z twojego doświadczenia, od momentu uruchomienia lokalu czeka się na to, żeby on już zaczął dla nas zarabiać?

A co mam rozumieć poprzez stwierdzenie „przepływ pieniężny”?

Że mamy pozytywne przychody, przewyższające nasze koszty. Czyli kiedy tak naprawdę wychodzimy, przeciętnie, patrząc po tych lokalach, które otwierasz, na plus? Druga część pytania w związku z tym: po jakim czasie można powiedzieć, że zainwestowany kapitał, o którym zaraz porozmawiamy, się zwraca?

To jest tak: w Telepizizy, otwierając lokal, zazwyczaj dzieje się tak, że pierwszy miesiąc jest rentowny – rzadko zdarza się otworzyć lokal, który nie będzie rentowny w pierwszym miesiącu. Następnie ważne jest pierwsze wrażenie. Pierwszy miesiąc to bardzo duże miejsce na błędy, których nie można popełnić. Bardzo duża część osób z danego miasta sprawdza sieć. Oczekiwania od sieci zawsze są wyższe niż oczekiwania od lokalnych biznesów. Osoba X, Y może sobie otworzyć lokalny biznes – oczekiwania konsumenta będą dużo niższe niż przy otwieraniu lokalu Telepizizy w nowym mieście, w którym nas przykładowo nie ma. I tutaj jest badanie klienta. Teraz ważne jest

pozostawienie tego pierwszego wrażenia na jak najwyższym poziomie – tutaj nie ma miejsca na błędy.

Kwestia rentowności, tak jak pytasz: pierwszy miesiąc może być rentowny. Kwestia zwrotu z inwestycji całości: są lokale, które zwracały się nam na przestrzeni 1,5–2 lat, są też lokale, które zwracają się dłużej, aczkolwiek średnio wychodzi to około 3–4 lat.

Czyli po takich 3–4 latach kapitał, który włożyliśmy, już wyciągnęliśmy i pozostajemy z rentownym, działającym biznesem, który generuje dla nas przychody. No właśnie: jaki kapitał należy przygotować na początku, żeby uruchomić taką restaurację, i na co te środki są potrzebne?

Kapitał potrzebny na uruchomienie restauracji to ok. 200 000 zł. Te 200 000 zł wystarczy nam na lokal o powierzchni około 100 m². W tym mieści się całość sprzętu, tj. około 120 000 zł. Całość sprzętu rozumiemy poprzez piec, chłodnię, lamy składnikowe, przygotowanie części produkcyjnej. Pozostała kwota powinna wystarczyć na prace remontowo-budowlane i adaptacyjne lokalu pod kątem wizualnym.

Włożyliśmy kapitał, mamy już funkcjonującą restaurację. No i teraz pytanie – wy oczywiście krok po kroku pomogliście mi do tego szczęśliwego momentu dotrzeć – a jak wygląda wsparcie ze strony Telepizy, kiedy już tę restaurację prowadzę? Co otrzymuję? Za chwilę porozmawiamy o moich obowiązkach, ale pewnie też ponoszę opłaty licencyjne. Co dostaję od was w zamian, żeby ten biznes prowadzić?

Kwestia opłat i co mamy w zamian za opłaty: opłaty licencyjne są dwie. Pierwsza opłata to opłata licencyjna – kanon – opłata za przystąpienie do sieci.

Czyli jednorazowa?

Jednorazowa opłata – to jest koszt 10 000 zł. Ta opłata daje nam wyłączność terytorialną i możliwość posługiwania się logo na okres trwania umowy.

Na czym polega ta wyłączność terytorialna?

Wyłączność terytorialna polega na tym, że otwierając lokal w danym mieście, my jako sieć nie będziemy otwierać następnego lokalu. To ty decydujesz jako franczyzobiorca, czy będziesz chciał otworzyć następny lokal, czy nie. Oczywiście w umowie jest zawarty zapis odnośnie do minimalnego poziomu sprzedaży, który dany lokal powinien generować – wtedy my bądź ty masz obowiązek otworzyć następny lokal – ale to taki poziom sprzedaży, który gwarantuje ci już bardzo dobrą dochodowość biznesu.

Czyli jeżeli działamy na rynku, który jest perspektywiczny, widzimy, że to się rozwija, że jest potencjał na to, żeby kolejną taką restaurację otworzyć, to w pierwszej kolejności ja mogę taki lokal otworzyć, tak?

Tak, ty masz pierwszeństwo.

Mam pierwszeństwo, więc mogę się stać królem swojej dzielnicy [śmiech].

Jak najbardziej. Są franczyzobiorcy w firmie, którzy mają dwa, trzy, cztery lokale – tak że średnia liczba lokali na jednego franczyzobiorcę to półtora lokalu w firmie, ale waha się od jednego do czterech.

A jak wygląda wsparcie z waszej strony przy prowadzeniu tych lokali?

Wsparcie z naszej strony... Jest jeszcze druga opłata. To też kwestia, bo jeżeli pytamy o wsparcie, to to wsparcie musi z czegoś wynikać.

Tak, tak, płacę za coś.

Drugą opłatą są opłaty miesięczne. W pierwszym roku nie pobieramy opłat – tak żeby twój biznes mógł się w jakiś sposób rozwinąć. Po roku działalności opłaty są procentowe powyżej 60 000 zł obrotu miesięcznego netto. Do 60 000 zł opłata jest stała – 200 zł – aczkolwiek średni obrót w firmie jest powyżej 60 000 zł, tak że tych opłat trochę pobieramy od franczyzobiorców – ale w zamian wspieramy marketingowo. To znaczy, że mamy dział marketingu, który zajmuje się szeroko pojętym kanałem wsparcia marketingowego – są to innowacje produktowe. Co dwa miesiące w firmie zmieniana jest pizza, która jest nowością – to zazwyczaj nowość wprowadzana – taka, której nie ma na rynku. Raz w roku wprowadzana jest pizza, która dobrze sprzedaje się w całej sieci.

Czyli w innych krajach, tak?

W innych krajach. W tym roku była to pizza Vulcano, która była bardzo, bardzo promowana poprzez blogi – tak jak teraz rozmawiamy. Były zdjęcia blogerów, rozmowy, była pizza dostarczana bezpośrednio do blogerów, tak że tutaj twoja działalność jak najbardziej byłaby zasadna, żeby taką pizzę promować.

Właśnie poczułem się trochę głodny [śmiech].

Tak to działało. Wizerunkowo wspieramy, głównie marketingowo, też globalnie – marketing globalny rozumiemy poprzez telewizję, internet, radio. Mamy też własną platformę przyjmowania zamówień internetowych – cały dział marketingu pracuje nad pozyskiwaniem tych zamówień. Zamówień generowanych z internetu obecnie jest już blisko 40% wszystkich zamówień w dostawie. My jako sieć promujemy internet w mediach – to oczywiście bardzo, bardzo rozwojowy kanał, bo w tym kanale jest jednak bardzo duża część młodych ludzi, którzy lubią decydować sami, co chcą zamówić. Czasem nie chcą rozmawiać przez telefon – wolą sami, klikając na klawiaturze, złożyć zamówienie.

Rozumiem, również ten kanał internetowy intensywnie rozwijacie – ale kiedy ktoś zamawia sobie pizzę przez internet, to może ją dostać tylko z mojej restauracji na danym terytorium.

Oczywiście, bo każdy lokal ma spisaną strefę, ulicę, tak że to już jest pełna automatyka wskazania lokalu.

Leszku, a jak wygląda rynek? Czy Polacy w ogóle lubią pizzę? I ile wy tej pizzy w ogóle sprzedajecie?

Czy Polacy lubią pizzę? Myślę, że każdy z nas miał styczność z pizzą, każdy z nas...

Ja na pewno, na pewno moje dzieci.

...każdy z nas przynajmniej raz do roku czy raz w miesiącu gdzieś tę pizzę konsumuje. Czy to w domu, czy na mieście, czy zamawia. Tak że rynek pizzy jest naprawdę bardzo, bardzo duży. My jako sieć sprzedajemy rocznie ok. 6 000 000 sztuk.

OK, myśląc o otwarciu placówki sprzedającej pizzę, mogę wybrać Telepizzę, mogę wybrać też inne marki. Dlaczego twoim zdaniem warto się zdecydować właśnie na was? Dlaczego miałbym wybrać akurat tę sieć franczyzową?

Franczyza Telepizy – dlaczego? Przede wszystkim to sprawdzony koncept, bardzo rozpoznawalne logo – zarówno w Polsce, jak i na całym świecie. Franczyzobiorca otrzymuje też od nas wsparcie w różnej postaci: od pomocy od podstaw w otwarciu, w budowie lokalu do pomocy poprzez powszedni dzień – w każdy dzień franczyzobiorca może kontaktować się z superwizorem, który odpowiada za funkcjonowanie danego lokalu. Superwizor to osoba, która jednocześnie odpowiada za to, co się dzieje w lokalu franczyzowym, ale też osoba obciążona obowiązkiem funkcjonowania – głównie odpowiedzialnością za poziom sprzedaży. Poziom sprzedaży w lokalu franczyzowym dla nas to nie tylko poziom i problem franczyzobiorcy. Superwizor w strukturze komórek sieciowych odpowiada za poziom sprzedaży danego lokalu franczyzowego. Jeżeli w tym lokalu, brzydko mówiąc, nie idzie, to nie jest problem tylko franczyzobiorcy – to tak samo problem superwizora i tak samo problem sieci. My jako sieć w danym momencie szukamy rozwiązań, żeby w lokalu było lepiej.

Wśród waszych franczyzobiorców są na pewno tacy, którzy radzą sobie świetnie, są zadowoleni, ich lokale funkcjonują, ale są też na pewno tacy, którym idzie słabiej. Przypuszczam, że ileś lokali po drodze zamknęliście. Co decyduje o sukcesie, kiedy prowadzimy taki biznes?

O sukcesie tego biznesu decyduje przede wszystkim wybór odpowiedniej lokalizacji i bardzo dobre wyszkolenie franczyzobiorcy. Franczyzobiorca nigdy nie powinien myśleć, że po kupieniu franczyzy ten biznes poprowadzi się sam. Franczyzobiorca

musi być wyszkolony i w tym biznesie pracować, być blisko biznesu, swojego personelu i ludzi, z którymi współpracuje.

A jak wielu franczyzobiorców wypadło z rynku w stosunku do tych, którzy prowadzą swoje placówki z sukcesem?

To jest około 10% – na konkretnych cyfrach: w poprzednim roku otworzyliśmy siedem nowych lokali, dwa lokale się zamknęły.

A co dzieje się teraz w Telepizzy, jakie prowadzicie działania, które mają pomóc franczyzobiorcom w odniesieniu sukcesu? Bo tak naprawdę ich sukces to wasz sukces.

Oj, jest ich bardzo wiele. Po pierwsze: co dwa miesiące zmieniamy produkt – jest to innowacja produktowa – co dwa miesiące wprowadzamy nową pizzę, często ta pizza jest dopasowana do pory roku. Po drugie: docieramy do bardzo szerokiej grupy klientów internetowych, pracuje nad tym cały dział marketingu. Obecnie mamy ponad 35% wszystkich zamówień w dostawie – to zamówienia internetowe.

Czyli pomagacie tak naprawdę waszym franczyzobiorcom w pozyskiwaniu klientów?

Dokładnie. Po trzecie: posiadamy cztery food trucki – to naprawdę prężne narzędzie, które buduje bardzo pozytywne relacje klienta z marką. Produkt sprzedawany z food trucków to ten sam, który sprzedajemy w lokalach. Food trucki mamy zagwarantowane na duże imprezy typu Open'er, Woodstock bądź Światowe Dni Młodzieży.

Czyli jesteście tam obecni z tymi food truckami po to, żeby cały czas zwiększać świadomość waszej marki?

Tak, dokładnie. Budujemy też relację z młodszymi. Wybieramy się food truckami pod szkoły – superwizorzy organizują warsztaty szkolne, gdzie dzieci przygotowują sobie same pizzę z food trucka. Jesteśmy chyba jedyną firmą w tym momencie na rynku, która jest w stanie pojawić się pod szkołą i przygotować taką małą imprezę w plenerze.

Czyli dzieci uczą się, jak robić pizzę, tak?

Tak, uczą się, jak robić pizzę, i są bardzo zadowolone z tego powodu – nie ma dzieci niezadowolonych na takich imprezach. Po czwarte: we wszystkich lokalach wymieniliśmy logo zewnętrzne na nowe – tutaj też kwestia postrzegania z zewnątrz. Po piąte: wszystkie lokale, które otwieramy, teraz są lokalami z otwartymi kuchniami. A po szóste: wszystkie lokale, które są lokalami własnymi, do końca roku będą wyremontowane – te lokale też będą z otwartymi kuchniami.

O co chodzi z tymi otwartymi kuchniami?

Tutaj klient widzi cały etap produkcji jego pizzy. Widzi, za co płaci i co kupuje.

Czyli jesteście pewni, że wszystko jest higienicznie, że wszystko się odbywa właściwie, że jakość jest najwyższa.

Dokładnie. I raz w roku wprowadzamy hit międzynarodowy, który bardzo dobrze przyjmuje się na międzynarodowym rynku pizzy. W tym roku była to pizza Vulcano, bardzo, bardzo dobrze przyjęta przez klientów i bardzo szeroko promowana w mediach.

Dobrze. Myślę, że wielu naszych czytelników już niedługo natknie się na jednej z tych dużych imprez na waszego food trucka. Leszek, a jak teraz twoje plany? Otwieracie jakieś nowe lokale właśnie teraz?

Pracy mamy bardzo dużo – zarówno ja, jak i cała firma. Teraz jesteśmy na etapie przygotowania dwóch lokali do otwarcia. Niebawem otworzymy Koszalin, następnym będzie otwarty lokal w Olkuszu. Ja też prowadzę dość dużo rozmów, m.in. Zielona Góra, Łódź, Nowy Dwór Mazowiecki, Nowy Sącz, tak że jestem w każdym miejscu w każdym czasie w Polsce. Jeżeli wzbudziłem zainteresowanie którejkolwiek z osób, proszę o kontakt.

No właśnie: powiedz, gdzie możemy uzyskać więcej informacji na ten temat, w jaki sposób skontaktować się z tobą w celu podjęcia współpracy, gdyby ktoś faktycznie chciał sprawdzić, czy pomysł pod tytułem „otwieram swoją restaurację” to pomysł, w którym chciałby się zrealizować.

Tak jak powiedziałem wcześniej: cały czas podróżuję po Polsce – jestem bardzo mało w domu – bez mała w każdym miejscu w Polsce, w każdym czasie. Jeżeli wzbudziłem zainteresowanie w kimś z Was, kto odsłuchał ten temat bądź jest zainteresowany bliższym spotkaniem lub większą ilością informacji na temat naszego biznesu, zapraszam do kontaktu ze mną. Można się ze mną skontaktować zarówno telefonicznie, jak i mailowo. Podam numer telefonu: 502 456 776.

To chyba pierwszy moment w naszym podcaście, że ktoś podaje swoją komórkę, więc proszę bardzo: 502 456 776.

Lub też przez adres mailowy: leszek.nowak@telepizza.pl.

Ja oczywiście te dane kontaktowe umieszczę też dla Was w notatkach do naszego podcastu.

Zapraszam też do odwiedzenia naszej strony internetowej: www.telepizza.pl, na której znajduje się dużo informacji na temat naszej działalności.

Leszku, dziękuję ci bardzo, bardzo serdecznie za niezwykle ciekawą rozmowę, która, myślę, otwiera oczy na to, jak wygląda prowadzenie takiego biznesu. Moim gościem był Leszek Nowak, menedżer ds. rozwoju sieci firmy Telepizza. Leszku, dziękuję ci bardzo.

I to był mój debiut w takich rozmowach internetowych.

A na zakończenie dzisiejszego odcinka podcastu mam do Was jeszcze pytanie i prośbę o konkretną opinię. Kilka miesięcy temu opublikowałem na blogu artykuł pt. [Jak rzucić etat i przejść na swoje](#). To jest teraz jeden z chętniej czytanych artykułów i on tak naprawdę sprowokował mnie do tego, żeby zrobić eksperyment z podcastem takim, jak ten dzisiejszy, czyli podcastem, w którym opowiadam – czy tak naprawdę mój gość opowiada – o tym, jak działa konkretny biznes.

We wpisie „Jak rzucić etat i przejść na swoje” podzieliłem się moimi własnymi doświadczeniami i wrażeniami po pierwszym roku pracy na własny rachunek po tym, jak zostawiłem korporację, żeby całkowicie, bez reszty poświęcić się rozwojowi mojej własnej działalności. I uwierzcie mi, że rezygnacja z naprawdę fajnej pracy w korporacji nie była dla mnie prosta. Moi rodzice zawsze pracowali na etatach i radzili sobie dobrze. Takim zdecydowanym, preferowanym modelem w naszej rodzinie zawsze była droga: „zdobądź jak najlepsze wykształcenie, potem znajdź firmę, najlepiej solidną, w której będziesz pracował, i spokojnie rób karierę” – czyli klasyczny model, który już powoli odchodzi do lamusa.

Pod koniec studiów ekonomicznych zacząłem czytać sporo różnego rodzaju książek, starając się zgłębić trochę, jak działają różne biznesy, jak działa ekonomia. I coraz bardziej jasne stawało się dla mnie, że są ludzie, którzy zdobywali taki majątek, który można było określić mianem finansowej wolności, czyli sytuacji, w której kapitał pracuje za mnie, a ja pracuję, robiąc to, na co mam ochotę, a nie to, co muszę robić – kilka bardzo jasnych rzeczy z tego wynikało. Po pierwsze: poczucie bezpieczeństwa pracy na etacie, które zawsze kojarzyło się moim rodzicom, jest jednak złudne – bo to w praktyce oznacza, że mamy tylko jednego klienta – tym klientem jest nasz pracodawca i ten klient może nas w każdej sytuacji zwolnić, może z nas zrezygnować. Pewnie nie robi tego, gdy mamy lat 30 czy 25 i z zaangażowaniem pracujemy na pełnych obrotach, praca nas ekscytuje, jesteśmy na dorobku i chcemy kolejnych podwyżek, więc dajemy z siebie wszystko – i bardzo dobrze. Ale gdy będziemy mieć lat 50, te podwyżki trochę się skumulują, więc zwyczajnie zaczniemy być drodzy, a jednocześnie, z racji wieku chociażby, efekt naszej pracy może być trochę gorszy – w tym samym czasie będziemy otaczani przez trzydziestolatków, zmotywowanych, pełnych energii i najzwyczajniej w świecie tańszych – nasza sytuacja gdzieś zaczyna się pogarszać.

Druga sprawa: miałem nieodparte wrażenie, że prawdopodobieństwo finansowego sukcesu, osiągnięcia tej finansowej wolności poprzez pracę na etacie, jest jednak niższe. Jeśli weźmiemy liczbę osób, które naprawdę bardzo dużo zarabiają w korporacji – na tyle, żeby ten cel osiągnąć – i porównamy ją z liczbą wszystkich osób, które tam pracują, czy tych, które zaczynają z nadzieją na to, że będą zarabiać bardzo, bardzo

dużo, to jest jednak jakiś tam niewielki procent. A w przypadku biznesów szanse są znacznie większe – wystarczy spojrzeć na listę osób najbogatszych albo po prostu rozejrzeć się dokoła, kto naprawdę ma duże pieniądze. Rzadko kiedy są to ludzie z korporacji – przygniatająca większość to jednak właściciele biznesów.

Te obserwacje i wnioski z lektury sprawiły, że pomimo moich korzeni, tych rodzinnych przekonań, że etat to droga z wyboru, obiecałem sobie, zaczynając pracę, że idę tam na maksymalnie 10 lat, a potem już na pewno zakładam własny biznes. Czyli uczę się, zdobywam doświadczenie, odkładam kapitał, ale potem idę na swoje. Ostatecznie zrobiłem to po 11 latach. Bardzo, bardzo cieszę się z tej decyzji, ponieważ – kiedyś o tym pewnie jeszcze napiszę – dzieją się coraz ciekawsze i niesamowite rzeczy.

Tak właśnie narodził się ten pomysł, czyli artykuł – i to, że spotkał się z Waszym zainteresowaniem plus moje przekonania na temat tego, jak się rozwijać, zrodziły pomysł, żeby od czasu do czasu nagrać podcast przybliżający działanie różnego rodzaju biznesów. Tak aby osobom, którym również gdzieś z tyłu głowy siedzi pomysł, żeby za rok, za pięć, za 10 lat przejść być może na swoje, pokazać, jak różne biznesy działają.

I tutaj pytanie do Was: Czy będziecie zainteresowani takimi podcastami? Jeżeli tak, to o jakich biznesach chcielibyście dowiedzieć się więcej? Być może macie też propozycje np. kolejnej sieci franczyzowej, którą chcielibyście, abym na blogu przedstawił. Dajcie mi, proszę, znać w komentarzach, a ja dotrę do właściwych osób i od czasu do czasu tego typu audycję dla Was opublikuję. Czekam zatem bardzo niecierpliwie na te komentarze.

Przypominam Wam również, że jeżeli chcielibyście dowiedzieć się więcej o samej Telepizy, to kontakt do Leszka Nowaka znajdziecie w notatkach do tego odcinka podcastu. A ja zapraszam Was już bardzo serdecznie na blog.

Dziękuję serdecznie za czas, który poświęciliście na wysłuchanie dzisiejszego odcinka. Życzę Wam bardzo miłego dnia. Trzymajcie się, cześć!