

MODUŁ 6

Opcje pracy dla konsultanta ślubnego (własna agencja, praca w Agencji lub Franczyza – plusy i minusy)

Marketing i sposoby dotarcia do potencjalnych klientów.

- Identyfikacja wizualna firmy & niezbędne działania: strona www, social media, reklama i inne kanały dystrybucji (Newsletter, Blog, Facebook Fanpage, Instagram)
- Jak zacząć - pomysły.

Własna Agencja

Koszty początkowe:

- strona www, hosting, domena
- opracowanie identyfikacji wizualnej firmy (logo, papier firmowy, dokumenty, materiały do współpracy z klientem)
- materiały reklamowe – wizytówki, foldery, reklama
- koszty miesięczne to: opłata Zus, koszty logistyczne: paliwo, telefony, internet, prawnik, księgowa

5 kroków do założenia Agencji:

- Urząd Miasta i Wpis do Ewidencji działalności gospodarczej (potrzebny jest dowód osobisty oraz określenie wg PKD rodzaju wykonywanej działalności – warto wpisać od razu kilka pokrewnych kodów, gdyż za każdą zmianę lub dodanie pobierana jest opłata.
- GUS, tu otrzymujemy Regon (z wpisem do ewidencji działalności gospodarczej ustala się główny rodzaj działalności i oczekuje na nr regon)
- założenie konta w banku – konto firmowe
- ZUS
- pomoc prawnika/księgowej – pomoże określić najbardziej odpowiednią strukturę firmy (rodzaj działalności gospodarczej)
- rozważ działalność nierejestrowaną do wskazanego aktualnie miesięcznego limitu przychodów (nie musisz opłacać ZUS, a twój przychód z etatu i działalności nierejestrowanej nie sumuje się w przypadku gdy twój przychód z takiej działalności mieści się w wyznaczonym limicie)

Plusy:

- praca według swoich zasad i standardów
- tworzenie własnego modelu biznesowego
- budowanie własnej marki
- stosunkowo niski koszt inwestycji początkowej
- samodzielne planowanie działań
- samodzielne organizowanie czasu i systemu pracy

Minusy:

- budowanie marki i modelu biznesowego od zera
- samodzielne przygotowywanie oferty, materiałów marketingowych, reklamy, procedur, tworzenie know-how
- dłuższy proces rozwijania firmy
- dłuższy czas budowania wiarygodności marki i renomy firmy

Czym jest Franczyza?

Franczyza jest sposobem prowadzenia biznesu, gdzie franczyzodawca (osoba, która założyła firmę, rozwinęła ją i sprzedając licencję chce, dalej rozwijać swoją markę, tylko nie samodzielnie)

Kupując licencję (licencje kosztują od kilku tysięcy do nawet kilku milionów złotych, wszystko zależy od marki, której franczyzę chce się prowadzić). Dzięki wykupionej licencji można skorzystać z gotowego pomysłu. Nie trzeba wszystkiego wymyślać, planować i organizować samodzielnie, a co ważniejsze pomysł ten jest wstępnie sprawdzony.

Franczyzobiorca (osoba, która licencję kupuje) dostaje od franczyzodawcy prawo ale też obowiązki prowadzenia biznesu na ustalonych przez franczyzodawcę zasadach.

W zamian za prawo do korzystania z nazwy, znaku towarowego, całego systemu (know-how) prowadzenia biznesu, z reguły także materiały promocyjne oraz wsparcie franczyzodawcy w postaci szkoleń czy promocji, franczyzobiorca zobowiązuje się do współpracy na określony czas i na z góry określonych warunkach współpracy.

Jest to dobra opcja dla osób, które nie mają doświadczenia w prowadzeniu biznesu ze względu na zapewnienie im gotowego do wdrożenia modelu wraz z całą wiedzą i wsparciem. Należy pamiętać, że franczyza nie jest gwarancją sukcesu (biznes franczyzowy to biznes jak każdy inny)

Co trzeba wiedzieć o biznesie na zasadach franczyzy

- Sprawdź koszty (nie tylko koszt licencji czy pakietu franczyzowego ale też koszty dodatkowe: które ponosisz żeby franczyzę uruchomić – mogą być to koszty pomieszczeń, w których będziesz prowadzić biznes, koszty reklamy, koszty szkoleń do których będziesz zobligowany umową)
- Sprawdź jaki jest szacunkowy czas zwrotu z inwestycji (jak szybko odzyskasz pieniądze, które zainwestowałaś w biznes franczyzowy)
- Sprawdź jakie masz zobowiązania wobec franczyzodawcy (swoje prawa i obowiązki oraz na jaki czas podpisujesz umowę i do czego Cię ona zobowiązuje oraz jakie są konsekwencje niedopełniania warunków umowy)
- Sprawdź czego możesz oczekiwać od franczyzodawcy (w jakim zakresie zapewnia Ci wsparcie, czy pomoże w planowaniu, prowadzeniu biznesu, co jeśli pojawią się nieprzewidziane problemy itd)

Plusy:

- Gotowy model biznesowy (nazwa, znak towarowy, system (know-how), materiały promocyjne, wsparcie franczyzodawcy)
- Uczysz się z gotowego pomysłu i modelu biznesowego
- Prawo do prowadzenia biznesu na opracowanych przez franczyzodawcę zasadach
- Wsparcie i pomoc franczyzodawcy
- Dobra opcja dla osób bez doświadczenia w prowadzeniu biznesu

Minusy:

- Wysoki koszt inwestycji początkowej (kupno licencji)
- obowiązek prowadzenia biznesu na ustalonych przez franczyzodawcę zasadach
- konieczność podpisania umowy na określony przez franczyzodawcę czas
- działanie pod czyjąś marką

Praca w Agencji ślubnej:

- zanim rozpoczniemy własną działalność gospodarczą warto sprawdzić możliwość odbycia praktyki w Agencji ślubnej
- można zaoferować bezpłatną pomoc w zamian za możliwość uczestniczenia w procesie przygotowań i organizacji ślubu i wesela oraz w koordynacji dnia ślubu
- można pracować dla wybranej Agencji jako pracownik zatrudniony na zasadach prowadzenia własnej jednoosobowej działalności gospodarczej
- praca w obiekcie weselnym czy zabytkowym pałacu jako specjalista do obsługi i planowania wesel oraz przyjęć
- uczenie się prowadzenia firmy podczas pracy u kogoś jest dobrą opcją na początek – w wielu obiektach gastronomicznych, restauracjach hotelowych, koordynacja eventów umożliwia zdobycie cennej praktyki. Możliwość kontaktu z wieloma dostawcami z branży weselnej (od zespołów muzycznych po cukiernie), możliwość koordynowania wielu rodzajów wesel czy eventów.

Marketing i sposoby dotarcia do potencjalnych klientów.

- Identyfikacja wizualna firmy & niezbędne działania: strona www, social media, reklama i inne kanały dystrybucji (Newsletter, Blog, Facebook Fanpage, Instagram)
- Jak zacząć - pomysły.

Metody dotarcia do Klienta & sposoby zainteresowania potencjalnych Klientów:

Potencjalni klienci Agencji ślubnej nie mają czasu, szukają informacji w internecie.

Internet: fora, portale ślubne, Facebook, Instagram

Media: magazyny ślubne, czasopisma

Targi ślubne, imprezy okolicznościowe

W przyszłości – polecenia od zadowolonych Klientów

Strona www

Wyłącznie na pewne produkty

Identyfikacja wizualna firmy & niezbędne działania: strona www, social media, reklama i inne kanały dystrybucji (Newsletter, Blog, Facebook Fanpage, Instagram)

- nie zaczynaj od budowania strony www i logo ani wizytówek
- nie inwestuj w płatną reklamę w magazynach drukowanych
- przemyśl jaki problem potencjalnego klienta chcesz i możesz rozwiązać i na tej podstawie stwórz ofertę np jeden element organizacyjny ślubu
- zlecenie stworzenia strony np. w WordPress to inwestycja zaczynająca się od 2500 zł i jeśli na początku swojej drogi nie dysponujesz dużymi zasobami finansowymi to wybierz na początek jeden kanał dystrybucji i buduj swoją społeczność np Fanpage na Facebook lub Instagram, a na późniejszym etapie zainwestuj we współpracę z fachowcem który stworzy dla Ciebie www
- nie porównuj się do innych z branży (mogą być na rynku od lat), każdy uczył się kiedyś prowadzić auto, każdy był w tym miejscu co Ty teraz. Ja też.

Newsletter/lista mailingowa

Możesz zacząć tworzyć i pisać teksty z przeznaczeniem na ślubny newsletter, który stopniowo będzie zdobywał odbiorców. Musisz pamiętać o budowaniu listy mailingowej (lista odbiorców, którzy mogą stać się twoimi potencjalnymi klientami).

Pamiętaj o budowaniu listy mailingowej od razu, każdy pozyskany adres mailowy zapisuj. Stopniowo stworzysz bazę odbiorców, do której będziesz kierować swoje treści (co tydzień, lub co dwa tygodnie), a baza ta będzie sukcesywnie się powiększać.

Do budowania listy mailingowej możesz wybrać narzędzie do obsługi newslettera (systemów do wysyłki Newslettera jest dużo, a te najbardziej popularne to: Mailchimp, MailerLite, Active Campaign) i stwórz swoje szablony (ze zdjęciami) dla swoich przyszłych tekstów. Posiadanie takiej bazy kontaktowej da Ci w przyszłości możliwość wysyłania swoich ofert i propozycji, które przygotowujesz.

Blog

Podobnie jak z Newsletterem, możesz zacząć pisać teksty na swój blog, który może funkcjonować samodzielnie lub być częścią twojej strony www. Postaw na edukowanie swoich odbiorców, publikując wartościowe treści.

Facebook Fanpage/Instagram

Załącz swój FB lub Instagram pod kątem swojej działalności ślubnej i regularnie publikuj treści. Stwórz harmonogram działań dla wybranej platformy social media i regularnie publikuj treści, inspiracje, zdjęcia. Możesz np wybrać ten aspekt ślubny, który interesuje Cię najbardziej, pisz o nim, publikuj pomysły i inspiracje. Możesz posiłkować się zdjęciami z

banków zdjęć. Ważne żeby publikować treści regularnie – przyzwyczaj swoich odbiorców do cykliczności i stawiaj na zaangażowanie: zadawaj pytania, odpowiadaj na komentarze i angażuj.

Jak zacząć - pomysły

- Ślubny concierge – osobisty asystent, który pomaga w doborze pojedynczych usług ślubnych i około ślubnych (np organizacja i zamówienie papeterii ślubnej czy upominków dla gości)
- Pogotowie ślubne – zapewnienie serwisu, który pomaga rozwiązywać pilne i nagłe ślubne potrzeby na tzw 'ostatni moment' (np poszukiwanie usługodawcy na ostatnią chwilę)
- agencja połączona z wypożyczalnią akcesoriów dekoracji & atrakcji (np fotobudka) lub z usługami towarzyszącymi (np animacje weselne dla dzieci)
- współpraca afiliacyjna z istniejącą Agencją ślubną (współpraca polegająca na przekazywaniu prowizji od wykonanego zlecenia, które przekazała nam Agencja np Ty działasz w Małopolsce, a umowę afiliacyjną zawierasz z Agencją z północy kraju, która nie obsługuje Par w twoim regionie, a może otrzymywać zapytania od Par z regionu w którym działasz Ty
- pozyskanie zlecenia na pojedynczą usługę ślubną (np zorganizowanie florysty, muzyka, fotografa dla Pary)
- pozyskanie zlecenia wśród rodziny czy znajomych (zaprzyjaźniona Para, rodzina, znajomi) w zamian za rekomendacje i możliwość publikacji zdjęć
- proponujesz nawiązanie współpracy np Fotografowi i wspólnie tworzycie np konkurs czy losowanie prezentów w postaci: darmowej organizacji wybranych elementów ślubu i zniżki na pakiet ślubnego fotoreportażu
- ogłoś na FB Grupach, że w zamian za rekomendacje i możliwość zorganizowania przyjęcia, pomożesz bezpłatnie podczas koordynacji dnia ślubu i wesela
- zrób badanie rynku! Zapytaj swoich potencjalnych klientów czego potrzebują, ile chcą za to zapłacić, w czym potrzebują twojej pomocy itd. Stwórz ankietę (google docs) z pytaniami i udostępniaj na FB Grupach (zgodnie z regulaminem danej grupy)

Dla zachęty możesz dać jakiś prezent za wypełnienie ankiety np zniżkę lub atrakcyjny rabat na usługę ślubną dla osób, które zgłoszą się do Ciebie na konsultacje.

O tym musisz pamiętać:

buduj listę mailingową/listę kontaktów od początku swojej działalności
proś o rekomendacje i zgodę na publikację wizerunku

Banki zdjęć:

<https://www.shutterstock.com/pl/>

<https://pl.fotolia.com/>

<http://skuawk.com/>

Materiały do pobrania:

Przykład mojej Ankiety <https://goo.gl/forms/1M6YsJDLbDFIYBam2>