
Aż 5000 powodów do założenia własnego biznesu

Nowa kampania franczyzowa Żabki z okazji przystąpienia do sieci 5 tys. franczyzobiorcy

Już 5000 przedsiębiorców współpracuje z siecią Żabka i prowadzi ponad 6600 sklepów pod jej szyldem w całej Polsce. Franczyzobiorcy są niewątpliwie siłą sieci i to właśnie oni stali się inspiracją dla nowej kampanii franczyzowej „5000 powodów, dla których warto prowadzić biznes z Żabką”. Projekt realizowany jest z udziałem kilkunastu franczyzobiorców, którzy mówią o swoich powodach przystąpienia do Żabki. Materiały w nowej odsłonie będą wykorzystywane w kanałach ATL i BTL.

- Nasza sieć liczy już 5000 franczyzobiorców, dzięki którym każdego dnia możemy oferować klientom szybkie i bezpieczne zakupy w ponad 6600 sklepach. Nasi franczyzobiorcy prowadzą placówki w niemal każdym zakątku Polski, w małych miastach, jak i aglomeracjach miejskich, niektórzy posiadają doświadczenie handlowe, inni z kolei dopiero w Żabce poznają branżę spożywczą. To grupa zaangażowanych i bardzo przedsiębiorczych osób, które pod parasolem Żabki z powodzeniem prowadzą swój biznes. To oni stali się bohaterami naszej nowej kampanii – podkreśla Sebastian Bielawski, Dyrektor Departamentu Rozwoju i Wsparcia Franczyzobiorców w Żabka Polska.

Sieć w ankiecie wysłanej do wszystkich franczyzobiorców zapytała ich o motywy, dla których zdecydowali się rozpocząć z nią współpracę i uzyskała odpowiedzi od dużej części działających w niej przedsiębiorców. Wśród powodów franczyzobiorcy wymieniali m.in. względy bezpieczeństwa, atrakcyjne warunki współpracy, szansę na rozwój i niezależność. Wielu z nich podkreślało, że zawsze marzyli o własnym sklepie, a do podjęcia decyzji o własnej Żabce przekonali ich członkowie rodziny oraz inni zadowoleni przedsiębiorcy. Bardzo często wymieniano także chęć pracy z ludźmi oraz potrzebę samorealizacji i bycia szefem. W kampanii wizerunkowej zostały wykorzystane najciekawsze i najczęściej pojawiające się opinie dotyczące przystąpienia do franczyzy, a wiele z nich było zbieżnych z wynikami badania „Przedsiębiorczość Polaków”¹, które w 2019 roku na zlecenie Żabka Polska wykonała firma Kantar. W opinii 34 procent ankietowanych biorących w nim udział za największą zaletę franczyzy uznało działalność pod rozpoznawalną marką, a 24 procent start bez konieczności inwestowania dużego kapitału. Te wskazania, jak również opinie obecnych franczyzobiorców Żabki, znalazły odzwierciedlenie w nowej kampanii. Na kilkunastu kreacjach znalazły się te powody, które najliczniej podkreślali franczyzobiorcy w tym: „Dobrze mieć wsparcie dużej solidnej marki”, „Mam 16 000 zł podstawowego przychodu miesięcznie przez cały rok”, „Gdzie indziej dostaniesz w pełni wyposażony sklep?” „Nowe technologie wspierają mój biznes”, a także „Zacząłem swój biznes mając tylko 5 tys. zł”.

W kampanii występują prawdziwi franczyzobiorcy sklepów Żabka, którzy z różnych przyczyn zdecydowali się na współpracę z siecią. Materiały w nowej odsłonie będą dostępne w kanałach online, na terenie placówek Żabka, jak również na nośnikach zewnętrznych, takich jak outdoor czy

¹ 1 Badanie „Przedsiębiorczość Polaków” zrealizowane przez Kantar Polska na zlecenie Żabka Polska w październiku 2019 r.



citylight. Szczegóły nt. kampanii, w tym historie franczyzobiorców oraz film ukazujący sylwetki wybranych przedsiębiorców z sieci, będzie można znaleźć na specjalnie dedykowanej stronie internetowej „5000 powodów, dla których warto prowadzić biznes z Żabką” - www.5000powodow.pl. Film dostępny jest także <https://youtu.be/antSsngae70>

Koncepcję kreatywną kampanii przygotowała Job'n'Joy - agencja kreatywnego employer branding z Warszawy. Twórcami filmu promującego ideę kampanii jest poznańska agencja JUST. Z kolei za wsparcie prowe odpowiada TOUCH.PR z Poznania.

Firma Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów typu *convenience* liczącej ponad 6600 placówek prowadzonych przez 5000 franczyzobiorców pod marką Żabka. Na przestrzeni dwudziestu lat działalności na polskim rynku, Spółka zdobyła pozycję lidera segmentu sprzedaży *convenience*. Nasze sklepy są odwiedzane codziennie przez ponad 2,5 milionów klientów, a 12 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 300 m od najbliższej Żabki. Nasz biznes rozwijamy odpowiedzialnie. Do filarów CSR Spółki należą: dbałość o środowisko naturalne, odpowiedzialna sprzedaż żywności, rozwój osobisty i edukacja, wsparcie lokalnych społeczności, a także dbałość o zdrowie i aktywny styl życia. Więcej informacji o sklepach Żabka na: www.zabka.pl. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509