

Żabka ceni przedsiębiorcze kobiety

Większość franczyzobiorców w sieci Żabka to kobiety, które świetnie radzą sobie w tym biznesie

Prawie 200 tys. pracodawców w Polsce to kobiety¹. Stanowią one również ważną siłę w sieci Żabka – ponad 60 proc. wszystkich franczyzobiorców prowadzących sklepy pod szyldem sieci to kobiety. Przedsiębiorczynie w Żabce sprawdzają się też dobrze w roli trenerów szkolących nowych franczyzobiorców przystępujących do sieci. Żabka jest otwartą organizacją, wspierającą kobiety i jako jedna z niewielu sieci handlowych może pochwalić się parytetem w zarządzie.

W Polsce kobiety stanowią niemal 30 proc. osób pracujących na własny rachunek. 62 proc. spośród wszystkich franczyzobiorców sieci Żabka to także kobiety. Panie przeważają najmocniej w grupie wiekowej 28-37 lat, co czwarta franczyzobiorczyni ma od 38 do 47 lat.

Wśród osób, które zgłaszają się do sieci i chciałyby poprowadzić z nią swój sklep Żabka, są zarówno kobiety posiadające doświadczenie w handlu – pracowały m.in. jako sprzedawczynie w sklepach innych sieci handlowych, ale także panie, które z branżą nie miały nigdy nic wspólnego. Są też i panie jeszcze w trakcie czy tuż po studiach. Co ważne, charakteryzują je jednak pewne predyspozycje, które są niezwykle cenne w prowadzeniu firmy w handlu w ramach franczyzy. – *Niezwykle istotna jest przedsiębiorcza postawa, pracowitość i motywacja do bycia na swoim. Należy mieć jednocześnie świadomość, że w początkowym okresie konieczny jest wzmożony wysiłek i zaangażowanie – tak jak w przypadku zakładania każdej innej działalności gospodarczej* – zaznacza Przemysław Kijewski, dyrektor ds. operacyjnych w Żabka Polska.

To jednak nie wszystkie mocne strony pań prowadzących placówki w sieci Żabka. – *Kobiety posiadają wiele cech, dzięki którym bardzo dobrze odnajdują się w roli franczyzobiorczyń. Często z natury są bardziej kontaktowe i nawiązują bliższe relacje międzyludzkie, co jest istotne w kontekście budowania grona stałych klientów czy zgranego zespołu. Co do zasady kobiety mają także niezwykle dobre wyczucie co do ludzi, łatwiej układają sobie relacje z pracownikami. Są także dobrze zorganizowane* – dodaje Przemysław Kijewski.

Z sukcesem w biznesie, rozwijają się na wielu polach

Wiele kobiet franczyzobiorczyń, poza prowadzeniem biznesu, pielęgnuje swoje pasje i zainteresowania. – *Kiedy rozpoczynałam współpracę z siecią, zarówno córka jak i syn mieszkali ze mną. Zawsze znajdowałam dla nich chwilę na rozmowę czy wspólne aktywności. Mam też czas na zajmowanie się domem. Obecnie spełniam się dodatkowo jako trener franczyzobiorców, przygotowując nowo przystępujących do sieci przedsiębiorców do prowadzenia własnego sklepu Żabka. Jednocześnie niedawno zapisałam się na studia z obszaru mentoringu i coachingu, co od zawsze mocno mnie interesowało* – podkreśla Blanka Skotarczak-Zys, która współpracuje z Żabką od 13 lat i obecnie prowadzi sklep w Suchym Lesie pod Poznaniem. Inne franczyzobiorczynie w sieci, poza tym zajęciem, w czasie wolnym realizują swoje pasje: tańczą czy sprawdzają się w roli wizażystek. Własny biznes pozwala na samorealizację w obszarze zawodowym, a właściwa organizacja czasu swojego i pracowników daje możliwość szczęśliwie łączyć to z innymi aktywnościami.

Sieć Żabka liczy obecnie w całej Polsce ponad 5600 franczyzobiorców. W 2020 r. przystąpiło do niej więcej kobiet niż mężczyzn. Nowo przystępującym przedsiębiorcom sieć gwarantuje przychód podstawowy w wysokości 16 tys. zł miesięcznie przez pierwszy rok działalności. Przy tym wkład własny wynosi jedynie 5 tys.

¹ Opracowanie Fundacji im. Julii Woykowskiej na podst. danych GUS z roku xxx oraz książki „Przedsiębiorczość kobiet w Polsce i jej wpływ na rozwój gospodarczy kraju” Sabiny Klimek



zł i przeznaczany jest m.in. na zakup kasy fiskalnej czy opłacenie koncesji. Dodatkowo zapewnia franczyzobiorcom w pełni wyposażony i zatowarowany sklep, liczne szkolenia przygotowujące do prowadzenia własnego biznesu i wsparcie niemal w każdym obszarze funkcjonowania. Dzięki dostępowi do platformy e-learningowej podczas całego okresu trwania współpracy sieć umożliwi prowadzącym sklepy dostęp do szkoleń zwiększających ich kompetencje, m.in. z zakresu podatków, IT, rekrutacji pracowników. Z kolei dzięki nowoczesnej aplikacji *Cyberstor* przedsiębiorcy, z poziomu smartfona, mogą na bieżąco kontrolować wyniki swojego sklepu, sprawdzać obroty z danego dnia, średnią wartość koszyka oraz zarządzać wszystkimi obszarami pracy. Dodatkowo są na bieżąco informowani o godzinie dostawy do sklepu.

– Jeśli kobieta myśli o własnym biznesie, a przy tym nie ma na niego pomysłu, albo brakuje jej środków na start, powinna rozważyć otwarcie sklepu pod szyldem Żabka. Nie powinna się przy tym bać, że nie da rady. Czasem oczywiście trzeba zakasać rękawy, ale przy wsparciu sieci oraz pomocy zaufanych pracowników, wszystko jest możliwe. Żabka jest w moim życiu już od 13 lat, a fakt, że współpracuję z siecią od tak długiego czasu tylko potwierdza, że warto – puentuje Blanka Skotarczak-Zys.

Firma Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów typu convenience liczącej ponad 7000 placówek prowadzonych przez ponad 5600 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 miliona 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.