

ZDRAVO, CELOSTNO, SREČNO

Franšiza za celostno preobrazbo človeka Aktivita širi mrežo doma in čez mejo.

- Nives Pahor -

Milena Omerzu je ljubljanska podjetnica, ki se je leta 2005 podala v posel »zdravega načina življenja«.

Ob rojstvu danes že triinpolletne hčerke je sprejela odločitev, da želi svoje izkušnje in znanje deliti s širšo množico ljudi. Kot aktivna športnica in ljubiteljica zdravega načina življenja je



Milena Omerzu: »Ko boste verjeli sami vase, boste uspešni na vseh ravneh. Največja težava v podjetjih je ponavadi ta, da v svoje delo ne vložijo dovolj pozitivne energije, ne delajo z dušo in s srcem oziroma delajo posel le zato, da jim prinaša zaslužek, ki je kratkoročne narave.

iskala center za celostno preobrazbo človeka.

»V skladu s tem, kako razmišljamo o odnosu do zdravja, do človeka, do posla ..., ustvarjamo hkrati tudi svoje telesno zdravje, pa tudi svoje okolje,« pravi naša sogovornica. Tako se je odločila, da ljudem ponudi možnost preizkusiti koncept celostnega pristopa k zdravemu načinu življenja, kljub svojemu zavedanju, da bo prodreti na trg vse prej kot enostavno.

Leta 2005 je tako odprl vrata prvi Studio Aktivita na Viču, ki ponuja celosten pristop k boljšemu in bolj zdravemu počutju ter vitalnosti. Studio je morda malenkost bolj pisan na žensko kožo, saj opravijo tudi z nadležnim celulitom, ki je predvsem »ženska nadloga«. Kot pravi sogovornica: »Ženske potrebujemo poseben pristop, da se zares lahko počutimo ženske.«

Investicija v marketing

Milena Omerzu je veliko finančnih sredstev vložila v promocijske namene z razlogom, da bi lahko ljudem prikazala pravi način, kako naj se lotevajo »diet« in hkrati ostanejo zdravi. Aktivitini koncept je želela ločiti od druge široke ponudbe na trgu. Kar pa ni bilo lahko glede na veliko različnih ponudnikov podobnih storitev in produktov na trgu. Z veliko mero vztrajnosti je preko različnih promocijskih akcij in člankov začela poučevati ljudi, kako do zdravega načina življenja.

Naložba v marketing in vztrajnost sta se izplačala. S časom se je povpraševanje povečalo, ljudje so začeli prihajati s področja vse Slovenije. Danes Aktivita sprejema tudi stranke iz tujine.

Iz skepse v zadovoljstvo

V prvem letu poslovanja so imeli med svojimi strankami kar nekaj skeptikov, češ: »Še eden, ki ponuja oblikovanje telesa in odpravo celulita ter maščobnih blazinic.« Vendar so stranke, prej polne skepse, studio zapuščale v glavnem zadovoljne. In prav te stranke so postale največja promocija ponudbe studia Ak-

tivita.

»Ljudje iščejo razumevanje in nekoga, ki jim bo znal prisluhniti.« Skozi to perspektivo je naša sogovornica prejela le potrditev, da je njen celostni koncept, ki je bil na začetku zelo trd oreh, tisti, ki njene stranke opogumi.

Po treh letih delovanja Omerzu ocenjuje, da vse več ljudi verjame v njihov koncept. Morda zato, ker ne obljublja čudežev, pač pa strankam odkrito povedo, da se morajo pred začetkom terapije soočiti same s seboj, če želijo doseči rezultate. To je tudi bistvo koncepta Aktivita.

Hitro o franšizingu

V Aktiviti so že po dveh letih poslovanja začeli razmišljati o širitvi in o franšizingu, kar je za slovenske razmere razmeroma zgodaj. Pobuda za razvoj franšizne verige je sicer prišla s strani strank, ki so začele povpraševati po njihovih storitvah in so bile razpršene po vsej Sloveniji. Da bi ustregla povpraševanju, je Omerzu začela razmišljati tudi o odpiranju lastnih studiev, vendar je kmalu ugotovila, da sama vsega ne bi zmogla optimalno voditi. »Pomembno je, da vsak studio ponuja celostno kakovost, kajti le tako lahko stranki optimiraš njeno preobrazbo,« se zaveda naša sogovornica. Zato se je odločila za strategijo širjenja franšize. Letos januarja je to tudi javno objavila.

Omerzu želi z Aktivitininim konceptom ljudem dopovedati, da hitra izguba telesne teže, pa spet hitra pridobitev še več kilogramov ni zdrav način življenja. Ljudje morajo za zdrav način življenja narediti bistveno več.

Zanimanja je veliko

Po besedah lastnice studia je v Sloveniji precej zanimanja za franšizo. Zaenkrat so sklenili dve franšizni predpogodbi, in sicer za studio v Ljubljani in studio v Celju.

Presenetljivo pa je dejstvo, da so prejeli veliko povpraševanja za franšizo iz držav nekdanje Jugoslavije (Hrvaška, Srbija) in sosednje Italije in Avstrije. »Ve-



deli smo, da je slovenski trg lačen tovrstne ponudbe, da pa si tega želijo v tolikšni meri tudi naši sosede in drugi, pa nismo pričakovali,« pravi sogovornica.

Po temeljiti analizi trga in glede na

stopnjo povpraševanja so za Slovenijo predvidevali, da lahko sprejme do 10 Aktivitinskih franšiz. Za takšno število studiev se je podjetnica odločila zlasti zato, ker želi graditi izključno na visoki kakovosti. Milena Omerzu pri tem izhaja iz sebe, saj želi vsakemu od franšizijev ponujati enako kakovostno podporo.

Na tujih trgih števila franšiznih enot še nimajo določenega. Najverjetneje jih bodo širili po sistemu podeljevanja master franšiz.

Franšizij spremeni življenjski slog

Izbira franšizijev ni nikoli enostavna zadeva za podjetnika, ki je razvil posel, saj lahko napačna izbira ogrozi še tako dobro zasnovan poslovni koncept. Tega pa se zelo dobro zaveda tudi lastnica Aktivite, zato si je izbrala inovativen način selekcije svojih franšizijev. Izkušnje pri tem ne igrajo ključne vloge, saj gre do vsi franšiziji pred prevzemom franšize skozi šolanje. Ozko grlo izbora je pripravljenost potencialnega franšizija na spremembo življenjskega sloga, ki ga učijo v Aktiviti, da začnejo zdravo živeti.

Potencialni franšiziji, pravi Omerzu, se morajo najprej soočiti sami s seboj. Kar pomeni, da morajo najprej sami preizkusiti celoten koncept Aktivite oziroma morajo ugotoviti, ali je ta način ra-

zmišljanja in upoštevanja načel zdravega načina življenja zanje sploh sprejemljiv. Šele ko to dokaže, lahko dobi franšizo, saj v nasprotnem primeru nikakor ne more svetovati in pomagati ljudem, ki si želijo koncept usvojiti zaradi svojega zdravja. Pomembno je torej v prvi vrsti verjeti vase in s tem v koncept.

Franšiziji, ki bodo oziroma so izbrani, bodo prejeli vpogled v celovito znanje in koncept poslovanja z vsemi spremljajočimi funkcijami.

Kopiranje priročnika poslovanja se ne obrestuje

Podjetnica je v teh letih veliko časa posvetila tudi pripravi Aktivitinega poslovnega priročnika, ki vključuje praktično vse znanje in izkušnje Aktivite in ga franšiziji prejmejo s pristopom k franšizi. V letih delovanja so pridobili precej koristnih informacij, ki lajšajo delo v studiu in hkrati odpirajo nove poslovne priložnosti. Priročnik, ki ga je sogovornica izdelala v skladu z zahtevami strank in partnerjev, bo pomagal tudi pri razvoju franšizne verige.

Milena Omerzu je prepričana, da si mora vsak podjetnik narediti svoj priročnik, saj se kopiranje ne obrestuje. Tu seveda ne govori o svojih franšizijih, temveč o drugih družbah, ki se lotevajo franšiz. ■

... iz tujine

Klicni centri v franšizingu

Call2Net je ameriška franšizna mreža klicnih centrov. V tujino se širi jo z master ali s klasično franšizno



obliko. Klicni centri pomagajo podjetjem pri povečevanju prodaje in vzpostavljanju tesnejšega stika s strankami. Začetna naložba za franšizo Call2Net je 75.000 evrov.

Več: www.callcenternet.net

Predelava kopalnice v enem dnevu

Pri ameriški franšizni verigi Re-Bath so prepričani, da preureditev in prede-



lava kopalnice nista nujno stresno in dolgotrajno opravilo. S tem v mislih so razvili paket storitev imenovan The Refreshing Remodel, s katerim vam v enem dnevu preuredijo kopalnico ali stranišče. Kot pravijo, je potencial na trgu zelo velik, zlasti če upoštevamo dejstvo, da vse več ljudi prenavlja svoja stanovanja.

Več: www.rebath.com

Notranji dizajn

Pucci Productions je franšizna veriga mladega italijanskega podjetja, ki ponuja bogat izbor inovativnih avtorskih dekoracij in izdelkov za vaš dom. V njihovi ponudbi tako lahko dobite stole, na katere vam natisnejo, recimo, vašo poročno fotografijo, fotografijo vaše ljubljene osebe ... Za pristop k franšizi ni vstopnih provizij.

Več: www.pucciproductions.eu

