



DAGMARA ŁUCZKA,
franczyzodawczyni marki
Cool-Turalny Maluch

Dobre wychowanie w cenie

Zapotrzebowanie na zajęcia
z savoir-vivre'u dla dzieci
okazało się bardzo duże.



KULTURA POPŁACA

Dagmara Łuczka od ośmiu lat zajmuje się prowadzeniem szkoleń i warsztatów z etykiety biznesowej, szkoleniem pracowników firm, sektora administracji i edukacji. – Trzy i pół roku temu koleżanka zapytała mnie, czy nie przygotowałabym warsztatów z zasad dobrego wychowania dla przedszkola, do którego uczęszczała wtedy jej córka – opowiada Dagmara Łuczka, dziś franczyzodawczyni marki Cool-Turalny Maluch. – Na początku odrzuciłam ten pomysł, ale przez kilka miesięcy ta myśl nie dawała mi spokoju i uznałam, że warto spróbować. Sama jestem mamą dwójki dzieci, co bardzo pomogło mi w opracowywaniu materiałów i poszczególnych warsztatów.

Na początek przygotowała program pięciu zajęć. Choć nie udało się nawiązać współpracy z przedszkolem wskazanym przez koleżankę, Dagmara Łuczka postanowiła pokazać swoją propozycję w innych placówkach. Pomysł bardzo się spodobał i tak narodziła się marka Cool-Turalny Maluch.

– Zapotrzebowanie na zajęcia z savoir-vivre’u dla dzieci okazało się bardzo duże – mówi Dagmara Łuczka. – Temat zaciekał dyrektorów przedszkoli, ale także rodziców, którzy dzisiaj sami zgłaszają się do mnie z pytaniem, czy mogłabym poprowadzić zajęcia w przedszkolu ich dziecka. Do tej pory objęłam moim programem około 1 tys. dzieci z terenu Trójmiasta.

W tej chwili Cool-Turalny Maluch proponuje trzy-poziomowy cykl warsztatów, składający się z 30 zajęć rozłożonych na trzy lata, skierowanych do przedszkolaków oraz uczniów zerówek i klas I. – Zajęcia standardowo odbywają się raz w miesiącu. Utrwalają wiedzę o odpowiednim zachowaniu przy stole, podczas rozmowy, na urodzinach, w autobusie, powitań itp. Dzieci bawią się, testują, ćwiczą, a wszystko związane jest z kulturalnym zachowaniem – wylicza Dagmara Łuczka. – Staram się sprawić, aby same dochodziły do wniosku, że kultura jest fajna.

LICENCJA NA WARSZTATY

Z powodu pandemii w państwowych przedszkolach nie mogą odbywać się zajęcia prowadzone przez osoby z zewnątrz. W prywatnych placówkach zależy to od decyzji dyrekcji i rodziców. W związku z tym Dagmara Łuczka musiała nieco przeformatować swoją ofertę. – Od marca dużo przedszkoli zrezygnowała z zajęć stacjonarnych – przyznaje. – Ale też pojawiły się prośby o nagrywanie filmików edukacyjnych, które mogą oglądać dzieci. Od września powstają kilkuminutowe materiały, które są wyświetlane i omawiane w przedszkolach. Przygotowałam też cool-turalne teczki, z materiałami, które pomagają nauczycielom lub rodzicom realizować zajęcia z dziećmi i utrwalają materiał.

Pomimo pandemii, Cool-Turalny Maluch otwiera właśnie swoją pierwszą placówkę franczyzową, w Pile.

– Choć obecna sytuacja daleka jest od normalności, wcale nie jest to zły czas na otwieranie tego rodzaju biznesu – uważa Dagmara Łuczka.

– Pierwsze miesiące i tak są potrzebne na rozkręcenie się, poznanie materiałów, rozmowy z klientami. Mam nadzieję, że po wakacjach sytuacja w oświacie wróci do normy i wówczas biznes ruszy pełną parą.

Aby wesprzeć nowych licencjobiorców, francyzodawca aż do września włącznie nie będzie naliczał miesięcznej opłaty franczyzowej, która wynosi 440 zł netto. Trzeba ją będzie płacić dopiero od października.

Opłata wstępna wynosi 8,9 tys. zł netto. W zamian licencjobiorca otrzymuje pakiet startowy, który zawiera m.in. konspekty 12 warsztatów (czyli cały

Na wstępie

**8,9
tys. zł**

tyle netto wynosi opłata
za przystąpienie
do sieci Cool-Turalny
Maluch.



roczny poziom kształcenia plus dwa w zapasie), ze scenariuszami zajęć i autorskimi pomocami edukacyjnymi. Francyzodawca gwarantuje również szkolenie, na którym omawiane są wszystkie warsztaty, partnerzy poznają różne formy promocji oraz uczą się, jak docierać do klientów. – Zapewniamy też wsparcie w tworzeniu oferty dla klientów, pomoc w pierwszych rozmowach z dyrektorami placówek – dodaje francyzodawczyni.

SZANSA NA SZYBKĄ ZWROT

Francyzobiorca marki Cool-Turalny Maluch nie musi otwierać stacjonarnego biura. Działalność można prowadzić zarówno w dużym, jak i w małym

mieście. – Umowę franczyzową podpisujemy na konkretne miasto, ale jeżeli licencjobiorca chce, może wyjść z działalnością poza jego obszar, jednak pozostając na terenie województwa – podkreśla Dagmara Łuczka. – Na terenie województwa, w zależności od jego wielkości, może pracować kilku francyzobiorców, ale na pewno nie będą wchodzić sobie w drogę. Ideą naszego projektu jest współpraca, a nie konkrowanie ze sobą.

Na początku francyzobiorca powinien sam prowadzić zajęcia. Później, wraz z rozwojem biznesu, może zatrudnić trenerów, którzy muszą jednak przejść odpowiednie szkolenia.

Francyzodawca szacuje, że nawiązując współpracę z 10-12 placówkami średniej wielkości, na zwrot z inwestycji możemy liczyć po dwóch miesiącach. – Jednak ten czas można skrócić i jednocześnie zwiększyć swoje przychody, organizując np. warsztaty indywidualne czy też urodziny tematyczne – podpowiada Dagmara Łuczka.