

MYJNIA SAMOCHODOWA

Rocznie w Polsce powstaje ok. 300 nowych myjni samochodowych. Coraz większy odsetek wśród nich stanowią myjnie mobilne. Dlaczego? Bo w branży motoryzacyjnej jest to jeden z najtańszych i najszybciej zwracających się biznesów.

Z wyliczeń działającej nie tylko w Polsce sieci Ecomyjnia wynika, że jeśli ma się własny samochód, to na zakup profesjonalnych urządzeń myjących i piorących wystarczy 30 tys. złotych. Za tę cenę uzyskamy nie tylko możliwość mycia aut, ale także czyszczenia elewacji, kostki brukowej i usuwania graffiti. Na posesji klienta będziemy mogli przeprowadzić operację mycia parą wnętrza auta, odkurzenia i prania tapicerki suchą parą. Pokrycie miesięcznych kosztów działalności zapewnia doprowadzenie do błysku 22 samochodów.

Na zwrot poniesionych nakładów trzeba jednak poczekać około roku. Firma,



która odnajdzie swoje miejsce na rynku, po pewnym czasie może liczyć na całkiem przyzwoite dochody. Kalkulacje sieci Ecomyjnia wskazują, że może to być nawet ponad 10 tys. zł miesięcznie. Jednak żeby tyle zarabiać, oprócz mycia aut i prania tapicerki u klientów indywidualnych trzeba także oferować usługi prania wykładzin i tapicerowanych mebli.

Opisując kilka różnych przedsięwzięć, chcemy podkreślić, że ludzie ceniący wygodę i komfort domowego zacisza to nadal nie do końca zagospodarowana grupa klientów. A przy okazji zwracamy uwagę, że niektóre inicjatywy warto planować z wyprzedzeniem.

INDYWIDUALNY FITNESS

W klubach fitness ćwiczy 5 mln Polaków. Tak przynajmniej wynika z badania Eurobarometr Komisji Europejskiej. To zaledwie 14 proc. społeczeństwa – w Niemczech i Czechach do tego typu aktywności fizycznej przyznaje się odpowiednio 36 i 26 proc. obywateli. Zdaniem ekspertów w najbliższych latach czeka nas prawdziwy fitnessowy boom.

Już teraz można zauważyć pierwsze symptomy nowych trendów, czego dowodem jest choćby firma Danza Fit z Grodziska Mazowieckiego. Jej właścicielka, Monika Tokaj, w przeciwieństwie do kolegów z branży, zamiast koncentrować się na stacjonarnych zajęciach grupowych, postawiła na fitness w wersji mobilnej. W domach klientów prowadzi zajęcia z aerobiku, zumbi i pilatesu.

– Nie każdy ma odwagę, możliwość albo czas, żeby jeździć na treningi grupowe o wyznaczonej godzinie. Oferowana przeze mnie forma zajęć gwarantuje uczestnikom nie tylko wygodę, ale także sto procent mojej uwagi. To sprawia, że efekty często przechodzą ich najśmielsze oczekiwania – mówi Monika Tokaj.

Ze swoją ofertą właścicielka firmy Danza Fit stara się docierać tam, gdzie nie dotarli inni.

– Prowadzę zajęcia na nowych osiedlach i w małych miejscowościach powiatu grodzkiego. Wszędzie tam, gdzie możliwości uczęszczania do klubu fitness są ograniczone – wyjaśnia instruktorka.

Do prowadzenia aerobiku czy zumbi niezbędne jest ukończenie specjalistycznego kursu. Cena pojedynczego szkolenia to ok. 1,2 tys. złotych. Chcąc otworzyć mobilną firmę fitnessową, trzeba zainwestować także w sprzęt. Komplet mat, piłek, ciężarków oraz sprzęt grający to wydatek rzędu ok. 5 tys. złotych.

Przyjmując, że firma będzie miała na początku pięciu aktywnych klientów, inwestycja powinna zwrócić się w ciągu 3–4 miesięcy.

DOSTAWA WODY

Rynek wody rośnie w zdecydowanie szybszym tempie niż pozostałych napojów bezalkoholowych. Według Państwowego Zakładu Higieny, najczęściej wybieramy wody źródlane (54 proc.) i mineralne (44 proc.), a najrzadziej wody stołowe (2 proc.). Szczególnie dynamicznie rozwija się sprzedaż wody butelkowanej. Z danych firmy badawczej Zenith International wynika, że z rocznym spożyciem 90 litrów na głowę zaczynamy deptać po piętach krajom Europy Zachodniej (średnie spożycie wynosi tam ok. 120 l).

Optymistyczne prognozy sprawiają, że coraz więcej inicjatyw biznesowych



ARTYSTYCZNE ZDOBIENIE ŚCIAN CZY SPRZĄTANIE? WYBIERAJ!