

OJOO

Samoobsługowa kawiarnia nowej generacji

NOTATKA DLA PRACOWNIKA

Wyszukiwanie lokalizacji o wysokim ruchu i ROI

Warszawa i małe miasta w Polsce

1. Co tak naprawdę sprzedajemy

Nie sprzedajemy ekspresu do kawy. Sprzedajemy franczyzę firmy IT i dochód pasywny. Twoim zadaniem nie jest „wcisnąć żelazne pudło”, lecz sprzedać gotowy biznes pod klucz, w którym kluczowymi aktywami są Lokalizacja i Technologia utrzymania klienta.

Dobra lokalizacja = 70% sukcesu. Zła lokalizacja zabija nawet najlepszy sprzęt.

2. Nasze główne przewagi

Tych osiem punktów to Twój główny argument. Używaj ich w rozmowie i z inwestorem, i z wynajmującym.

2.1. Własny ekosystem w stałym rozwoju

OJOO to nie pojedynczy punkt sprzedaży. To sieć, aplikacja mobilna, system lojalnościowy i infrastruktura płatnicza. Co miesiąc wprowadzamy aktualizacje, które zwiększają dochód inwestora.

2.2. Własne oprogramowanie i rozwój

Nie jesteśmy zależni od cudzych producentów ani platform zewnętrznych. Cała infrastruktura IT — od firmware'u w terminalu po serwer i aplikację — jest nasza. Oznacza to, że każdy błąd usuwamy bezpośrednio, bez pośredników.

2.3. Sprzęt, który rozwijamy my, a nie producent

Kupujemy „żelazo” jak platformę i dostosowujemy je pod własną logikę: obudowę, ekran, moduł płatniczy, telemetrię. Konkurenci stawiają to, co wypuścił chiński zakład. My budujemy sprzęt, który działa dokładnie tak, jak potrzeba naszemu ekosystemowi.

2.4. Własna aplikacja klienta

Aplikacja OJOO to nie zwykłe menu. To sieć społecznościowa dla kupujących kawę: bonusy, prezenty, funkcja „wyślij kawę znajomemu”, kampanie promocyjne. Narzędzie, które sprawia, że klient wraca. Tanie vendingi tego nie mają.

2.5. Całometalowa, spawana obudowa

Obudowa stalowa, spawana, bez taniego plastiku. To odporność na wandalizm, trwałość i poważny wygląd. Szczególnie ważne dla lokalizacji ulicznych, galerii handlowych i zakładów — wszędzie tam, gdzie kierownictwo obiektu musi „zaufać” ekspresowi.

2.6. Zdalne zarządzanie i serwis wideo

Widzimy zużycie składników online, kontrolujemy temperaturę, zdalnie aktualizujemy menu i ceny. Wbudowany serwis wideo pozwala reagować na incydenty w czasie rzeczywistym. Inwestor nie musi jeździć i sprawdzać — system sam wszystko widzi.

2.7. Smak „jak w kawiarni”

100% arabika z Brazylii, niemiecki premium-topping (nie kwaśniej, smakowo identyczny z mlekiem), receptura ustawiona przez baristę. To automatyczny barista, a nie vending.

2.8. Niemiecki status sieci

OJOO — „Kette deutscher Selbstbedienungskaffeetheken”, nagroda „Najlepszy startup technologiczny 2025 roku” w Niemczech. W Polsce wywołuje natychmiastowe zaufanie.

3. Jakiej lokalizacji szukamy

Wymagania techniczne są minimalne: 1 metr kwadratowy powierzchni i jedno gniazdko 220 V. To wystarczy, aby zainstalować punkt OJOO. Ale nie każde „wolne gniazdko” to dobra lokalizacja. Poniżej — kryteria oceny.

3.1. Wzór ruchu

Minimalny cel — 20–30 filiżanek dziennie. Lokalizacja premium — 60+ filiżanek. Aby na miejscu oszacować potencjał punktu, licz wg prostego wzoru:

Liczba osób dziennie × 3–5% konwersji = oczekiwana liczba filiżanek

Przykład: brama zakładu z 1 200 pracownikami → 36–60 filiżanek/dzień. Uczelnia z 5 000 studentów i ruchem w korytarzu → 100+ filiżanek/dzień w lokalizacji premium.

3.2. Kategorie lokalizacji

Kategoria A — Wysoki priorytet

Stabilny ruch, „uwiązani” klienci, którzy spędzają na miejscu dużo czasu. Niska konkurencja wewnątrz obiektu. To Twój główny cel.

- **Centra logistyczne i magazyny.** Ogromny przepływ pracowników, zmiany 24/7. Kawa to ich paliwo. Konkurencji wewnątrz zwykle nie ma.
- **Bramy dużych zakładów.** Poranny i obiadowy szczyt sprzedaży. Jeden ekspres na 800–1500 osób — stabilnie 40–80 filiżanek/dzień.
- **Uczelnie i szkoły wyższe.** Studenci to nasza grupa docelowa. Żyją w telefonie (pobiorą aplikację) i piją kawę. Sezonowość istnieje (wakacje), ale jesienią/wiosną lokalizacja daje 100+ filiżanek.

- **Szpitala i przychodnie.** Lekarze (nocne dyżury) i odwiedzający (oczekiwanie). Stres = potrzeba kawy. Działa 24/7.
- **Biurowce klasy A i B.** Pracownicy biurowi, poranny szczyt, lunch. Bardzo dobra grupa docelowa dla aplikacji.

Kategoria B — Średni/wysoki priorytet

Miejsca rozrywki. Klient przebywa tu długo, nudzi się, jest gotów wydać pieniądze.

- **Baseny i lodowiska.** Rodzice czekają na dzieci z treningu po 45–60 minut. Nudzą się i piją kawę. Bardzo przewidywalny ruch.
- **Zoo i muzea.** Strumień turystów. Ważna jest szybkość obsługi — nasz ekspres to potrafi.
- **Kluby sportowe i fitness.** Przed i po treningu. Świetne pod sprzedaż napojów białkowych na niemieckim toppingu.
- **Węzły transportowe (dworce PKP, PKS).** Wysoki ruch, pośpiech, mała konkurencja z kawiarniami wczesnym rankiem.

Kategoria C — Trudne cele (ostrożnie)

Wysoki ruch, ale trudne wejście i/lub silna konkurencja. Idziemy tam tylko przy adekwatnych warunkach.

- **Galerie handlowe.** Plus — ogromny ruch, lokalizacje premium 60+ filiżanek. Minus — bardzo drogi czynsz, trudne wejście przez przetargi, wysoka konkurencja z sieciowymi kawiarniami. Wchodzimy tylko przy adekwatnym czynszu.
- **Ulice handlowe.** Wymagają uzgodnień z miastem, odporności na wandalizm, są sezonowe. Pasują tylko w przypadku spawanej metalowej obudowy (nasz atut).
- **Stacje benzynowe.** Dobry ruch, ale często mają własny kącik kawowy sieci. Wchodzimy tylko w przypadku małych niezależnych stacji.

4. Priorytety według typu miasta

4.1. Warszawa

Duże miasto — więcej kategorii, ale i wyższa konkurencja. Logika jest następująca:

Pierwszy szczebel — obiekty docelowe

- Parki logistyczne pod miastem (Pruszków, Janki, Nadarzyn, Stryków — koło Łodzi).
- Strefy przemysłowe Włochy, Targówek, Białołęka — zakłady i duże magazyny.
- Duże uczelnie: Politechnika Warszawska, SGGW, SGH, Uniwersytet Warszawski (akademiki i wydziały — osobne punkty).
- Szpitale: państwowe szpitale na Mokotowie, Woli, Bielanych.
- Parki biurowe: Mokotów (Galileo, Empark), Wola (wieżowce koło Ronda Daszyńskiego).

Drugi szczebel — mniej oczywiste

- Aquaparki i lodowiska: Park Wodny Warszawianka, Torwar, Lodowisko Stegny.
- Węzły transportowe: Dworzec Zachodni, terminale autobusowe przy metrze.

- Urzędy: Urzędy Dzielnicy, Urzędy Skarbowe (strumień patentów w kolejkach).

W Warszawie konkurencja w galeriach handlowych jest największa. Nie trać tam czasu — idź do obiektów B2B.

4.2. Małe miasta (10 000 – 100 000 mieszkańców)

Tu logika jest odwrotna: mniejsza konkurencja, niższe stawki czynszu, bardziej lojalna administracja. Cel — punkty, w których alternatywy dla kawy w ogóle nie ma lub jest tylko droga kawiarnia.

Gdzie szukać w pierwszej kolejności

- Zakłady i fabryki — główny pracodawca w mieście (kombinaty meblowe, mięsne, tekstylne). Często mają tylko stary ekspres albo nic.
- Lokalne szpitale i przychodnie (Szpital Powiatowy, Przychodnia).
- Kolegia i szkoły średnie zawodowe (Zespół Szkół, Technikum).
- Baseny i kompleksy sportowe przy mieście — prawie zawsze miejskie, często bez kawiarni.
- Lokalne węzły transportowe (stacje PKP/PKS).
- Duże sklepy formatu DIY (Castorama, Leroy Merlin, OBI — szczególnie punkty regionalne).

Przewagi pracy w małym mieście

- Czynsz 2–4 razy niższy niż w Warszawie przy porównywalnym ruchu (na jednym punkcie).
- Łatwiej dogadać się — jeden dyrektor, jedna decyzja, bez przetargów.
- Mniejsza konkurencja sieciowych kawiarni (często ich po prostu nie ma).
- Nasz „niemiecki status” w prowincji brzmi mocniej niż w stolicy.

5. Orientacyjny ROI według typu lokalizacji

Poniższe wyliczenia są uproszczone i służą orientacji na spotkaniu z inwestorem. Rzeczywiste wskaźniki zależą od konkretnego punktu, ale rząd wielkości jest poprawny.

Typ lokalizacji	Filiżanek/dzień	Przychód/mies.*	Zwrot z inwestycji**	Priorytet
Centrum logistyczne / duży zakład	50–80	12–19 tys. PLN	10–14 mies.	A — najwyższy
Uczelnia / duża szkoła	60–100	14–24 tys. PLN	8–13 mies.	A — najwyższy
Szpital / przychodnia	40–70	10–17 tys. PLN	11–16 mies.	A
Biurowiec klasy A/B	35–60	9–14 tys. PLN	13–18 mies.	A
Basen / lodowisko	25–45	6–11 tys. PLN	16–24 mies.	B
Zoo / muzeum (sezonowo)	30–80 (sezon)	5–15 tys. PLN	14–24 mies.	B

Typ lokalizacji	Filiżanek/dzień	Przychód/mies.*	Zwrot z inwestycji**	Priorytet
Mały zakład (małe miasto)	30–50	7–12 tys. PLN	12–18 mies.	A — dla małych miast
Galeria handlowa (premium)	60–120	14–28 tys. PLN	9–14 mies. przy norm. czynszu	C — ostrożnie
Ulica handlowa	20–60 (sezon)	5–15 tys. PLN	16–28 mies.	C

* Średni paragon ~8 PLN, 22 dni robocze. ** Przy inwestycji ~10 000 EUR (~43 000 PLN) i prowizjach ~10,7% od obrotu + serwis od 800 PLN/mies.

6. Jak wchodzić na obiekt (argumenty dla wynajmującego)

Dyrektor zakładu, rektor uczelni, ordynator szpitala — każdy podejmuje decyzję z własnych powodów. Twoim zadaniem jest dobrać argument pod rozmówcę.

6.1. Argumenty uniwersalne

- **Kompaktowość:** „Potrzebujemy tylko jednego metra kwadratowego i jednego gniazdka. Nie blokujemy przejścia ani nie wymagamy przebudowy pomieszczenia”.
- **Czystość:** „Sami obsługujemy punkt — mycie, napełnianie, naprawy. Państwo nie muszą nic robić”.
- **Jakość i zaufanie:** „To niemiecka sieć, nagrodzona w Niemczech jako najlepszy startup technologiczny 2025 roku. Nie chiński vending”.
- **Zdalna kontrola:** „Widzimy zużycie składników online i mamy serwis wideo w czasie rzeczywistym. Składniki zawsze załadowane na czas, incydenty pod kontrolą”.
- **Spawana metalowa obudowa:** „Obudowa nie jest plastikowa. Antywandalna, wytrzymuje eksploatację uliczną”.

6.2. Argumenty pod konkretnego rozmówcę

Dyrektor zakładu / kierownik produkcji

- Moduł CORPORATE: „Ustawimy zniżki lub darmową kawę dla Państwa pracowników po identyfikatorach przez aplikację”. To zastępuje drogi catering.
- Wydajność: „Pracownik nie wychodzi po kawę na 20 minut do kiosku po drugiej stronie ulicy. Kawa przy bramie to oszczędność czasu pracy”.
- Ekran info 32": „Dajemy Państwu do 25% czasu antenowego na ekranie — można nadawać ogłoszenia dla pracowników, BHP, komunikaty firmowe”.

Rektor / administracja uczelni

- „Studenci dostają nowoczesny serwis z aplikacją, bonusami i prezentami — działa jako element wizerunku uczelni”.
- „Możemy ustawić specjalne taryfy dla studentów i pracowników na podstawie legitymacji”.

- „Ekran info można używać dla ogłoszeń dziekanatu”.

Ordynator / administracja szpitala

- „Lekarze na nocnych dyżurach dostają dobrą kawę całodobowo”.
- „Odwiedzający w strefie oczekiwania będą zajęci — zmniejsza to napięcie w korytarzach”.
- „Wpływy do lokalnego budżetu szpitala z czynszu lub procentu”.

Zarządca biurowca / galerii

- „Premium-serwis podnoszący klasę obiektu”.
- „Ekran info — dodatkowy nośnik reklamowy”.
- „Żadnych zapachów gotowania, żadnych odpadków”.

7. Lejek pracy nad lokalizacjami

Krok 1. Long list

Stwórz bazę 50+ potencjalnych obiektów w wybranym mieście/dzielnicy. Źródła: mapy Google (filtr według typu), lokalne katalogi firm, bazy GUS, strony urzędów miasta.

Krok 2. Kwalifikacja

Dla każdego obiektu sprawdź: przybliżoną liczbę osób wewnątrz, obecność konkurencji (czy jest już ekspres lub kawiarnia w promieniu 100 m), dostęp do rozmowy z kierownictwem.

Krok 3. Zimny kontakt

Telefon lub wizyta osobista. Cel — umówić 15-minutowe spotkanie z decydemtem. Nie próbuj sprzedać przez telefon.

Krok 4. Spotkanie osobiste

Na spotkaniu: krótka prezentacja, parametry techniczne (1 m², gniazdko), nasze przewagi, argumenty pod rozmówcę. List intencyjny.

Krok 5. Uzgodnienie i podpisanie

Podpisanie umowy najmu/udostępnienia z właścicielem lokalizacji. Równolegle — podpisanie z klientem umowy na wyszukiwanie lokalizacji (250 EUR) i dalej umowy głównej.

Krok 6. Uruchomienie

Instalacja punktu, konfiguracja, przekazanie inwestorowi. Punkt powinien osiągnąć 20+ filiżanek/dzień w ciągu 4–6 tygodni.

Lejek: 50 obiektów → 15 spotkań → 5 uzgodnień → 2–3 uruchomienia

8. Moduł HOTEL — kawa w obiekcie hotelowym

Hotele to wyjątkowa kategoria lokalizacji, która wymaga dedykowanego podejścia. Gość hotelowy oczekuje dobrej kawy o każdej porze dnia i nocy — a właściciel obiektu chce zarządzać tym bez dodatkowych kosztów i komplikacji operacyjnych. Moduł HOTEL powstał dokładnie po to.

8.1. Jak działa Moduł HOTEL

Właściciel hotelu samodzielnie konfiguruje przedziały czasowe, w których gość otrzymuje kawę bezpłatnie — np. w godzinach śniadania (7:00–10:30). Po zakończeniu tego okresu terminal OJOO automatycznie przełącza się w tryb płatny — bez jakiegokolwiek interwencji personelu. Właściciel nie musi wyłączać urządzenia, zamykaniem dostępu ani pilnować, żeby goście nie korzystali poza godzinami śniadaniowymi.

Wynik: smaczna, jakościowa kawa 24 godziny na dobę — w cenie śniadania lub za dopłatą. Zero dodatkowej pracy dla personelu.

8.2. Główne funkcje modułu

- **Konfigurowalne okna czasowe „bezpłatnie”.** Właściciel sam ustawia godziny, w których terminal wydaje napój bez opłaty (np. śniadanie, happy hour, konferencja). Poza tymi godzinami — tryb płatny uruchamia się automatycznie.
- **Kawa 24/7 bez obsługi personelu.** Gość może zamówić kawę o każdej porze — nawet o 3 w nocy, gdy recepcja jest zamknięta lub pracuje w trybie minimalnym. Urządzenie działa w pełni autonomicznie.
- **Załadowanie na 150 napojów.** Jeden załadunek kompleksu wystarcza na 150 napojów. Dla większości obiektów hotelowych oznacza to od kilku dni pracy bez ingerencji personelu.
- **Ekran reklamowy 32” przed gościem.** Podczas przygotowania napojów gość widzi ekran — hotel może emitować reklamę własnych usług (SPA, restauracja, wyprzedaż pokoi na kolejną noc, lokalne atrakcje turystyczne). Dodatkowy kanał komunikacji z gościem, którego nie ma żaden inny producent kaw.
- **Scentralizowany monitoring składników.** System online w czasie rzeczywistym informuje o poziomie kawy, mleka i pozostałych składników. Nie ma niespodzianki „pusty ekspres” w niedzielny rano podczas śniadania. Usługa OJOO uzupełnia składniki zgodnie z harmonogramem lub na życzenie obiektu.

8.3. Argumenty dla menedżera hotelu

- „Gość dostaje kawę jakościową — jak w kawiarni, a nie jak z vendór. To podnosi oceny hotelu w serwisach rezerwacyjnych i Google.”
- „Nie trzeba zatrudniać baristy ani przydzielać dodatkowych godzin pracy personelu — terminal obsługuje się sam.”
- „Okno śniadaniowe konfigurujemy raz. Potem system sam przełącza tryby — nie trzeba nic wyłączać, zamykać, przestawiać.”
- „Ekran przy ekspresie to dodatkowy kanał sprzedaży dla Państwa SPA, restauracji czy ofert specjalnych — gość patrzy na niego przez cały czas przygotowania napojów.”
- „Składniki monitorujemy zdalnie i uzupełniamy w porę — zero ryzyka pustego ekspresu w czasie szczytu śniadaniowego.”

8.4. Typy obiektów hotelowych

- **Hotele budżetowe i business (2–3’).** Często nie mają własnej kawiarni ani baristy. OJOO zastępuje catering kawowy bez kosztów stałych — najlepsza propozycja dla właściciela.

- **Aparthotele i obiekty apart.** Goście długoterminowi — często pracownicy delegowani lub turysta. Kawa w lobby staje się częścią wygody, którą zapamiętują.
- **Hotele konferencyjne.** Podczas przerw kawowych można aktywować tryb bezpłatny dla uczestników szkolenia. Koszt kawy jest wliczony w cenę konferencji — a terminal OJOO obsługuje wszystkich szybko i równomiernie.
- **Pensjonaty i obiekty sezonowe.** Minimalna obsługa w sezonie i całkowita autonomia poza nim. Jeden operator może jednocześnie obsługiwać kilka obiektów dzięki centralnemu panelowi zdalnemu.

9. Lista kontrolna idealnej lokalizacji

Sprawdź przed tym, jak zawieziesz inwestora:

- Ruch ludzi: minimum 500 osób/dzień obok planowanego miejsca instalacji.
- „Uwiązana” grupa odbiorców: ludzie zostają na miejscu co najmniej 15–20 minut.
- Brak konkurencyjnego ekspresu lub kawiarni w promieniu 50 m.
- Dostępne gniazdko 220 V w odległości do 3 m.
- Lokalizacja chroniona przed słońcem i opadami (lub mamy spawaną obudowę na zewnątrz).
- Widoczność z głównej trasy pieszej.
- Adekwatny czynsz: nie więcej niż 15% oczekiwanego przychodu.
- Kierownictwo obiektu gotowe wydać pisemne zezwolenie lub podpisać umowę.

C e l

Znaleźć lokalizację, w której ekspres robi minimum 20–30 filiżanek dziennie.

Najlepiej — 60+ filiżanek dziennie w lokalizacji premium.