

Brand New Products, sieć outletów odzieżowych otworzyła w sierpniu cztery sklepy franczyzowe. Nowe placówki działają w Zamościu, Tczewie, Bydgoszczy i we Włocławku.

Firma prowadzi aktywny rozwój sieci w Polsce, w Czechach i na Litwie. – Interesują nas miasta od 5 tys. mieszkańców w Polsce i od 30 tys. mieszkańców w Czechach i na Litwie. Naszym celem są małe i średnie miasta, które mimo rosnącego popytu na ofertę outletów nie stanowią atrakcyjnego rynku dla dużych centrów wyprzedażowych – mówi Paweł Bryniarski prezes sieci Brand New Products.

Przedsiębiorcy, którzy do końca września podejmą współpracę z siecią nie ponoszą kosztów wyposażenia sklepu w meble, które na cały okres współpracy użycza im firma. Dzięki temu oszczędzają oni od 10 do 30 tys. zł.

Obecnie koszt całej inwestycji w sklep Brand New Products zaczyna się od 27 tys. zł, zamiast 39 tys. zł. przed promocją. Kwota zależy od powierzchni sklepów, która wynosi od 20 do 180 m².

Wśród marek, które oferują sklepy BNP znajdują się: Dolce & Gabbana, Versace, Tommy Hilfiger, Tom Tailor, Lee Cooper, Lee, Diesel, Mexx, Adidas, Wrangler, Gin Tonic, Tom Tailor, Fila, Lee Cooper, Mustang, Puma, Lotto, Selected, Playboy, Nike i Reebok. Ceny w sklepach BNP kształtują się na poziomie od 30 do nawet 70 proc. w stosunku do produktów oferowanych w standardowych sklepach.

PROFIT system