

MARZEC 2020 • forbes.pl

Forbes

03/2020 cena 19,90 zł
(w tym 8% VAT)



SZUKAJ
FORBESA
Z KSIĄŻKA
POLSKA PREMIERA!

7

LISTA

1.
MICHAŁ
SOŁOWOW

NAJBOGATSZYCH
POLAKÓW
2020



IDZIE NOWA JAKOŚĆ

OKOŁO 70% NOWOROCZNYCH POSTANOWIEŃ DOTYCZY STYLU ŻYCIA. WIĘKSZOŚĆ Z NAS CHCE JEŚĆ ZDROWIEJ I WIĘCEJ SIĘ RUSZAĆ – TO ŻNIWA DLA CAŁEJ BRANŻY STAWIAJĄCEJ NA BIZNES ZWIĄZANY Z RUCHEM I ODŻYWIANIEM. OD KILKU LAT CATERINGI DIETETYCZNE ROSNĄ JAK GRZYBY PO DESZCZU.

Niestety, większość z nich nie spełnia wymagań smakowych, jakościowych ani prozdrowotnych. Walczą ceną, promocjami i widocznością w social mediach. Coraz niższe ceny to coraz tańszy produkt w środku. Efekt? Cateringi zaczęły kojarzyć się z niesmacznym i niekoniecznie świeżym posiłkiem. Ale co zrobić, gdy klient nie ma czasu na gotowanie?

W chwili gdy walka ceną na rynku przegrywa z jakością, dwie przyjaciółki i wspólniczki stworzyły produkt, który odpowiadałby ich własnym potrzebom i wymaganiom. Postanowiły zrobić rewolucję na rynku diet pudełkowych. Jakość, która będzie referencją dla innych. Postawiły na najlepsze produkty, głównie bio, od lokalnych dostawców. W kilka miesięcy udowodniły, że jedzenie pudełkowe może być lepsze od menu niejednej restauracji. Bistrobox, bo o nim mowa, wprowadziło nową jakość na polskim rynku, do której konkurencji trudno będzie się zbliżyć. Ich strategia? Uczciwość wobec klienta, za którą owszem, będzie musiał zapłacić więcej, ale już po pięciu dniach poczuje różnicę i zrozumie, dlaczego warto zainwestować w swoje zdrowie.

Na co dzień karmią znane osoby, między innymi Martynę Wojciechowską, Mateusza Borka, Agnieszkę Dygant czy Dorotę Szelągowską, i znanych polskich przedsiębiorców, którzy zdają sobie sprawę z tego, jak ważną rolę w osiągnięciu sukcesu w biznesie odgrywa odżywianie.

ICH PRZEPIS NA SUKCES?

Spełnić potrzeby świadomego klienta, dać mu najlepszy produkt, jakość, świeżość i różnorodność dań w dobrze zbilansowanej diecie. Podróżujący klient może jednego dnia

Bistrobox wprowadziło nową jakość na polskim rynku, do której konkurencji trudno będzie się zbliżyć.

Agnieszka Mielczarek i Natalia Szczygieł postanowiły zrobić rewolucję na rynku diet pudełkowych

zjeść Bistrobox w Gdańsku, drugiego w Krakowie – dieta podąży za nim. Sam produkt to niejedyna składowa sukcesu, jak same mówią, połączyły dwa światy kompetencji. Wiedza o odżywianiu to domena Agnieszki. Pasja odmładzania jedzeniem, odpowiednia dieta dla lepszego samopoczucia, wieloletnia praca z klientem pozwoliły jej zbudować unikalną dietę. Jako członek Koalicji na rzecz Żywności Bio dba o synergię wartości i współpracy między dostawcą, odbiorcą i klientem. Kiszonki z Eko Farmy czy biopstrąg – te produkty serwuje w menu Bistrobox. Za strategię sprzedaży i marketingową Bistrobox odpowiada Natalia. Marketingowiec z wieloletnim doświadczeniem, kreowała kampanie reklamowe i zarządzała markami: Vistula, Soho Factory, Lotto, Gino Rossi. Obie podkreślają, że dobre jedzenie lubi dobrą energię na kuchni. – Nigdy nie zrezygnujemy z naszych wartości, pracownik i klient są tak samo ważni, jedni zależą od drugich.

Dziewczyny zawsze myślą potrzebą klienta, on jest najważniejszy. Ułatwienie życia pracownikom i wymagającym klientom to ich specjalność. Chcą, by Bistrobox kojarzyło się z najlepszą jakością, pasją i ludzkim aspektem biznesu. Biznes oparty na szczęściu? Tak, ale uczciwie na to zapracowały. ●

www.bistrobox.pl

