

100 tys. zł dla 28 łódzkich firm, które straciły w czasie epidemii koronawirusa

Agnieszka Urazińska 20 maja 2020 | 17:36



18.05.2020, Łódź. Pierwszy dzień III etapu odmrażania gospodarki w czasie epidemii koronawirusa. Otwarcie restauracji, zakładów fryzjerskich i kosmetycznych (Fot. Tomasz Stańczak / Agencja Gazeta)

Bluerank, łódzka agencja marketingu internetowego, pomoże 28 łódzkim firmom, które przez koronawirusa poniosły straty. Zakupi od nich vouchery na produkty i usługi. - Ale to nie koniec wsparcia - zapewnia Maciej Gałecki, prezes Bluerank.

Pomoc trafi na przykład do łódzkich kawiarni, salonów urody, fryzjerów, fotografów, lodziarni i szkoły jogi. Tych, którym Bluerank pomaga, wybierali pracownicy agencji w wewnętrznym głosowaniu. To oni wykorzystają bony i vouchery.

Pomóc firmom osłabionym przez koronawirusa

Pomysł na akcję, która ma wspierać lokalne biznesy, narodził się wiele tygodni temu, gdy wiadomo już było, że koronawirus może szkodzić nie tylko zdrowiu, ale także gospodarce. Wtedy agencja Bluerank zainicjowała projekt [#RatujemyLokalneBiznesy](#). – Dowiadaliśmy się, że kolejne lokalne firmy muszą na czas pandemii wstrzymać sprzedaż swoich usług. Domyślam się, jak trudny był to dla nich moment. Mimo chęci i zaangażowania właścicieli, wielu biznesom groziło zamknięcie – wspomina Maciej Gałecki.



Bluerank zdecydował, że przeznaczy 100 tysięcy złotych na zakup voucherów na produkty i usługi lokalnych biznesów. Potrzebujący mogli zgłaszać się poprzez utworzoną na potrzeby akcji stronę www.ratujemybiznesy.pl. Zrobiło to aż 157 firm!

O tym, które firmy otrzymają wsparcie, zdecydowali wspólnie wszyscy pracownicy Bluerank. Swoje głosy oddało ponad 100 osób, bo to właśnie do nich trafią zakupione vouchery.

Wsparcie uzyska 28 łódzkich firm. Są to kawiarnie, puby i restauracje kosmetyczki, fryzjerzy i salony urody, fotografowie. Wśród beneficjentów jest szkoła jogi, lodziarnia, a także zakład oferujący naprawę obuwia. Część firm to jednoosobowe działalności, bardzo zaangażowane w to, co robią. Inne, to znane już łódzkie marki, takie jak Tubajka, Niebostan czy Fundacja Kamila Maćkowiaka.

Inspiracją była akcja Tubajki

– Żyjemy w czasach, gdy bardzo ważne jest uważne słuchanie i empatyczne reagowanie – mówi Maciej Gałęcki.

! opowiada, że do uruchomienia akcji zainspirowała go inicjatywa łódzkiej kawiarni Tubajka. Na początku epidemii, kiedy popularna kawiarnia musiała zostać zamknięta, jej właściciele zdecydowali się zwrócić się do stałych klientów. Na Facebooku, poprosili o zakup voucherów na „przyszły czas”. Oferowali przy tym zniżki i atrakcyjne promocje. A wszystko po to, aby przetrwać czas pandemii, a kiedy kawiarnie znów się otworzą – mieć wielu klientów.



Katarzyna Kapela, właścicielka Tubajki, podkreślała że oprócz realnego wsparcia finansowego, bardzo ważne było też wsparcie emocjonalne. – Świadomość, że nie jesteśmy sami. To dla nas bardzo dużo znaczy! – mówiła.

#RatujemyLokalneBiznesy to nie tylko kupowanie voucherów. Kancelaria Radców Prawnych Lubasz&Wspólnicy zaoferowała na przykład lokalnym przedsiębiorcom bezpłatną pomoc prawną, z której nadal można z niej korzystać, a Polski Instytut Ericksonowski zaproponuje wybranym do pomocy bezpłatne warsztaty i szkolenia – takie, które wzmocnią i pomogą w dalszym działaniu.

A pracownicy Bluerank wymyślili, że podzielą się z właścicielami małych lokalnych firm swoją wiedzą i doświadczeniem z zakresu marketingu online, organizując bezpłatne webinary. Dotyczą one np. prowadzenia stron internetowych, czy blogów czy szukania klientów w sieci.

Na konsultacje można zapisać się poprzez stronę <https://webinary.bluerank.pl>