
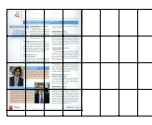


| | | | |
|--|--|---|---|
|  | Tirada: 12.977 Difusión: 5.049 (O.J.D) Audiencia: 17.671 | Sección: - Espacio (Cm_2): 579 Ocupación (%): 98% Valor (€): 2.362,20 Valor Pág. (€): 2.400,00 Página: 76 |  |
| | Nacional Franquicias Mensual | 01/12/2007 | |

Punto de vista

4. ¿Trabajan en el lanzamiento de una nueva enseña o en un reposicionamiento estratégico de la marca?

Una de cada tres centrales prepara una reorientación de su concepto en 2008



Fernando Madrid, retail manager de Il Caffè di Roma

“Estamos en plena fase de estudio para llevar a cabo un *reestilyng* de nuestros establecimientos, lo que nos permitirá mejorar algunos puntos del interior del local, manteniendo la italianidad de nuestro concepto”.

Raúl Igual, director general de Bb Serveis

“En 2007 hemos iniciado un proceso de verticalización, lo que ha comportado un reposicionamiento estratégico de la enseña con el fin de cubrir no solamente la prestación de servicios, sino el asesoramiento integral en la cobertura de necesidades asistenciales de nuestros clientes”.

José M^a Polo, director de Expansión de Hamelin

“Además de los centros de educación infantil, hemos creado los centros de ocio educativo, dirigidos a enseñar inglés a niños de 1 a 12 años, ayudarles con los deberes y ofrecerles un

mundo de actividades extraescolares donde divertirse y aprender”.

Antonio Higuera, director general de Laboratorios Olea

“Nuestra nueva etapa está basada en la creación de nuevos laboratorios con un objetivo claro de autoempleo, para profesionales de química, biología, farmacia, veterinaria o ingenierías, que estarán fortalecidos con los nuevos procesos, analíticos y de gestión, que se están desarrollando en la central”.

Juan José Saavedra, presidente de Multiaventura

“Estamos trabajando en una nueva enseña de escuelas infantiles, Es-Cool, cuyo primer centro se abrió el pasado noviembre. Creemos que era necesario abrir esta nueva línea de negocio, debido a la excesiva demanda de nuestros consumidores”.

Julián Herrera, director general de La Bámbolea

“En 2008 se va a incrementar nuestra presencia en centros comerciales, con locales de menor dimensión, lo que a medio plazo determinará un reposicionamiento de mercado, siempre dentro del *casual dining*”.

Inmaculada Almeida, directora general de Almeida Viajes

“Se han implementado nuevas formas de envíos de ofertas como la tecnología móvil a través de *bluetooth*, y vamos a afrontar una nueva estrategia de alianzas”.

Antonio Martín, director de Expansión de SeniorStore

“En 2007 hemos cambiado de nombre –pasando de La Tienda del Abuelo a SeniorStore– y rediseñado nuestros establecimientos, con el fin de acercarnos más al consumidor y apostar por la internacionalización. En cuanto a las tiendas, el objetivo ha sido que el propio local venda por sí mismo, con la mínima ayuda profesional. Hemos procurado que nuestras tiendas recreen una casa sin barreras”. □



Félix Rabassa, director general de Solmania

“Estamos perfilando un tema de estética dentro de nuestros centros. Se trata de ofrecer servicios complementarios al bronceado, orientados tanto al hombre como a la mujer”.

Carles Fabregà, director de Franquicias de Fotoprix

“Actualmente trabajamos en potenciar nuestros servicios *on line*, ya que las tendencias en otros mercados, como el alemán, nos indican que España tiene todavía mucho por recorrer en este aspecto, el cliente cada vez es menos reacio a comprar mediante este sistema”.

