

La compañía estrecha vínculos y les informa de sus planes de expansión

TELEPIZZA REALIZA SU PRIMERA CONVENCION NACIONAL DE FRANQUICIADOS

TelePizza ha realizado hoy su primera convención de franquiciados, en la que la compañía les ha informado de primera mano de sus planes de expansión en España y resto del mundo en el marco de desarrollo de su Plan Estratégico 2001-2003.

A la convención han asistido los propietarios de más del 90 por cien de las franquicias que el Grupo TelePizza tiene en España. En ella, Pedro Ballvé y José Carlos Olcese, presidente y vicepresidente ejecutivo de la compañía respectivamente, han expuesto a sus franquiciados la confianza que TelePizza tiene en esta fórmula para su expansión en España, así como en el considerable aumento en los productos que TelePizza ya ofrece a sus clientes.

En este sentido cabe recordar que, en el marco del Plan Estratégico 2001-2003, TelePizza abrirá 320 nuevos establecimientos en España, el 80 por cien de los cuales estarán en régimen de franquicia.

TelePizza ha presentado recientemente en el Salón Internacional de la Franquicia (S.I.F. 2000) los dos modelos de negocio bajo los cuales realizará esta expansión en nuestro país.

El primero de ellos es el nuevo concepto de TelePizza orientado al consumo en el propio restaurante. TelePizza tiene previsto abrir 120 restaurantes bajo este modelo, que estarán ubicados en centros comerciales, de ocio y otros lugares de tránsito intenso respondiendo así al crecimiento que se está produciendo en el consumo fuera del hogar.

Paralelamente, TelePizza abrirá 200 nuevos establecimientos en localidades con menos de 30.000 habitantes, para lo que se requerirá una menor inversión inicial y contará con la experiencia de un modelo de éxito con más de 10 años, que ha demostrado su condición de líder indiscutible del sector.

En ambos casos, los establecimientos franquiciados de TelePizza ofrecerán a sus clientes una amplia gama de productos (sandwiches, hamburguesas y bocadillos) abarcando y satisfaciendo así todas las necesidades del cliente de fast food.

TelePizza ya está ofreciendo estos nuevos productos en más de 370 de sus establecimientos en España. Se han superado así las expectativas de la compañía en la implantación de las estaciones mixtas como fórmula de ampliación de la oferta de productos.

El objetivo de TelePizza a este respecto era implantar estas estaciones en 240 establecimientos propios y 100 franquiciados antes de finalizar el presente año.

Sin embargo, los buenos resultados en ventas han llevado a que ya esté instaladas en más de 90 franquicias y, en cuanto a los establecimientos propios, más de 270 ya estén ofreciendo estos productos.

De hecho, las ventas procedentes de estos productos superan actualmente el 5 por cien de las ventas totales, cuando el objetivo de TelePizza es que supongan el 10 por cien de las ventas totales en el 2003.

Este hecho es especialmente remarcable si tenemos en cuenta que apenas se ha realizado una activa campaña de comercialización de estos productos.

El presidente Pedro Ballvé se ha mostrado muy satisfecho del éxito de la convocatoria, en la que ha invitado a los franquiciados de la compañía a "continuar confiando en TelePizza y el Plan Estratégico, enfocado a conseguir calidad de gente, calidad de producto y calidad de servicio para construir la TelePizza de la próxima década".

Madrid, 3 de noviembre de 2000