



ELEFANTE AZUL



Crece Elefante Azul, el negocio de centros de lavado de vehículos

- ***Ya está presenta en 30 provincias españolas***

27 enero 2015.- En la actualidad, la red de centros de lavado de vehículos a alta presión en autoservicio Elefante Azul está presente en 30 provincias españolas y se configura como líder indiscutible en el sector de lavado de vehículos con 164 centros en toda la Península Ibérica. Elefante Azul opera en España desde 1989 y tiene su sede central en Molins de Rei (Barcelona). Se ocupa de gestionar los centros propios de la enseña y de desarrollar el sistema de franquicias. En Europa, el número de centros Elefante Azul supera los 700.

Una de las claves que permite este liderazgo a la compañía es el servicio que la central ofrece a sus centros franquiciados, creando de este modo unión de sinergias entre toda la red.

En el momento de poner en marcha un nuevo centro, la central presta soporte en distintas áreas. Desde la búsqueda y viabilidad del terreno; estudio de mercado, que incluye análisis de la zona de influencia, competencia, previsión económica y estudio exhaustivo de la viabilidad del proyecto; cuentas de explotación provisionales y personalizadas para cada implantación teniendo en cuenta el entorno, la población y la situación económica; protección territorial, con la garantía por contrato de una zona perfectamente definida y delimitada en exclusiva; hasta el diseño de la implantación. La central está presente en todo el proceso de apertura, comprobando que todo funcione correctamente. De forma posterior, el equipo de desarrollo de negocio de la franquicia apoya al franquiciado con un objetivo orientado a aumentar la cifra de negocio y a optimizar todas las cargas de explotación o gastos que soporta el negocio.

“Además - apunta Albert Valverde, Director de Franquicia y Marketing de Hypromat España – ofrecemos a nuestros franquiciados la formación necesaria para que gestionen con éxito el centro”. Formación inicial y continuada, con un contacto frecuente entre central y franquiciados. La central pone también a disposición de sus centros el suministro de productos exclusivos para alcanzar la calidad en el servicio que se ofrece a los clientes.

“El contacto entre la central y los franquiciados es habitual –añade Valverde- con visitas y reuniones para orientar acerca de las operaciones, conocer las



expectativas de los clientes y que mejor se adapten a las

llevar a cabo las acciones circunstancias locales.

Además, organizamos reuniones regionales con todos los franquiciados de una misma zona en la que debatimos temas de interés general y donde hay la oportunidad de compartir experiencias con otros franquiciados. También trabajamos con el Comité de Franquicia donde representantes de los franquiciados y de la marca exponen, debaten y acuerdan mejoras para todo el conjunto de la red".

Los franquiciados de Elefante Azul cuentan en todo momento con el soporte de la central, que dispone de un departamento de asistencia técnica a servicio de todos los centros. El equipo técnico interviene ante cualquier incidencia garantizando el mantenimiento de la actividad, todos los días del año.

Otras de las principales ventajas competitivas de Elefante Azul es su fuerte posicionamiento en cuanto a herramientas de *marketing* con las que garantiza el impacto de la marca en los consumidores, con herramientas y soportes destinados a la comunicación local. La central pone a disposición de los franquiciados una web propia personalizada para cada centro, una tienda online de productos de limpieza para el coche, un buen posicionamiento en buscadores, herramientas de *emailing* para envío de comunicaciones a clientes, planes de acción personalizados que permiten la puesta en marcha de acciones locales, plan de comunicación y publicidad anual con las campañas de carácter nacional y la propuesta de acciones locales, gabinete de prensa para realizar comunicaciones en medios, etc.