

Wielkie zmiany w sieci Da Grasso

Da Grasso, największa polska sieć franczyzowa, wzmacnia markę przez wprowadzenie kluczowych zmian biznesowych i rebranding. Głównym elementem tych działań jest centralizacja systemu zakupów, pogłębienie relacji z franczyzobiorcami oraz ujednolicenie działań marketingowych. Zarząd firmy zamierza zamknąć cały proces w przeciągu następnych dwunastu miesięcy.



Na podstawie badań przeprowadzonych wśród franczyzobiorców Zarząd Da Grasso podjął decyzję o wprowadzeniu w sieci swoich restauracji zmian biznesowych i marketingowych. Ich elementem jest centralizacja systemu zakupów, ujednolicenie działań promocyjnych i rebranding marki. Celem tych modyfikacji jest podniesienie dochodów franczyzobiorców oraz zacieśnienie relacji między nimi a Centrum Da Grasso.

– Celem wprowadzanych przez nas zmiany jest zwiększenie dochodów franczyzobiorców. Szacujemy, że

działania ograniczające koszty oraz zwiększone przychody spowodują, że zyski naszych partnerów biznesowych wzrosną do 30 proc. do 2014 roku – powiedziała Magdalena Piróg, wiceprezes zarządu Da Grasso ds. rozwoju sieci.

Potencjalni i obecni partnerzy powinni zwrócić uwagę na nowe stanowisko utworzone przez Da Grasso – opiekuna franczyzobiorcy. Jego zadaniem będzie pomoc w uruchomieniu restauracji, przekazaniu odpowiedniego know-how oraz bieżące doradztwo w zakresie prowadzenia lokalu. Powołanie opiekunów ma

zacieśnić relacje między Centrum Da Grasso, a franczyzobiorcami i partnerami handlowymi spółki.

– Widzimy potrzebę wsparcia dla naszych partnerów biznesowych. Stąd też decyzja o powołaniu stanowiska opiekuna franczyzobiorców. Osoby te będą kompleksowo przeszkolone pod kątem prowadzenia lokalu franczyzowego. Będą doradcami naszych partnerów biznesowych, pomagając im m.in. w monitoringu jakości produktów i usług oferowanych w poszczególnych lokalach – dodała Magdalena Piróg.