

MARCA DE ORIGEM BRITÂNICA INTRODUZ NOVO CONCEITO DE NEGÓCIO FLEXÍVEL

The Original Poster Company amplia oferta "low cost" em Portugal

A actual conjuntura motiva o surgimento de redes de franchising "low-cost". A The Original Poster Company proporciona um investimento de baixo custo para um mercado com potencial de crescimento, explicou à VE Sérgio Dias Ferreira, master da marca.

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

Vida Económica - Quais as razões para o lançamento deste conceito específico em Portugal?

Sérgio Dias Ferreira - As principais razões para o lançamento da marca em Portugal prenderam-se com a sua fácil adaptabilidade à conjuntura económico-social que se vive no país. Trata-se de um negócio "home based", que permite um rendimento muito interessante e que é muito bem aceite por candidatos que necessitam de optar por um conceito de negócio flexível, que permita liberdade na gestão do tempo, o que é altamente valorizado nos tempos modernos.

Outro factor prendeu-se com o potencial que o nosso país representa nesta área de negócio. Quando lançamos a The Original Poster Company (OPC), existia uma lacuna na oferta nesta área de negócio, pelo que a marca viu em Portugal um país onde a implementação do conceito poderia ter grande sucesso, estratégia que se revelou acertada. Ainda hoje, o mercado de distribuição de cartões de felicitações tem um grande potencial de crescimento.

VE - Considera que o mercado responderá favoravelmente ao tema?

SDF - Já constatámos que sim. Quer o mercado de franchising quer a adesão de lojistas e a receptividade do cliente final. No que diz respeito ao mercado do franchising, temos um "feedback" bastante positivo, principalmente por ser um conceito "low-cost", simples de operar, que permite flexibilidade ao franchisado e que é "home-based" (o que não obriga a investimentos em lojas e outros equipamentos/recursos). Estes são argumentos muito apreciados, particularmente na conjuntura que vivemos.

No que toca ao mercado junto do cliente final, temos tido uma excelente aceitação por parte dos lojistas onde colocamos os expositores (o que é fundamental para o sucesso dos

Investimento inicial no franchising OPC ronda 20 mil euros

nossos franchisados), bem como por parte do cliente. Trata-se de uma compra por impulso, num tipo de negócio onde se prevê um crescimento nos próximos anos, por ser um produto que pode funcionar como oferta, sem ter um custo elevado. Em alturas de restrição financeira das famílias, estamos já a sentir que funciona como uma excelente opção aos tradicionais presentes muito mais caros.

Centros urbanos são prioridade

VE - Uma das tendências de franchising que mais se verificam hoje é a adopção de conceitos "low-cost". De que forma este se aplica na vossa rede?

SDF - Aplica-se, dado o baixo investimento inicial (cerca de 20.000€), nos quais já se inclui material destinado à comercialização directa e não acrescem royalties ou taxa de publicidade.

Se a isso juntarmos o facto de o franchisado não necessitar de instalações próprias (loja ou armazém), não necessitar de implementações de software e, numa primeira fase, não necessitar de colaboradores, temos um verdadeiro franchising "low-cost".

VE - Consideram que se trata do momento adequado para este lançamento?

SDF - O lançamento da marca em Portugal já ocorreu há algum tempo. Neste momento, encontramos-nos numa fase de expansão. A conjuntura, por si só, não será a melhor para negócios com maior risco, associado a valores de investimento mais elevados e mais expostos ao mercado. Todavia, este negócio entra numa outra dimensão de muito baixo risco, não só pelo baixo investimento directo e indirecto requerido, como pela excelente aceitação do produto no mercado. Ainda assim, adaptamo-nos à conjuntura, facilitando a entrada dos novos franchisados e apoiando na angariação de financiamento.

VE - Qual a estratégia definida para a expansão da rede?

SDF - Existem territórios predefinidos, com uma base mínima de actuação de 500 mil habitantes, o fundamental para criar massa crítica necessária à operação. Naturalmente que os grandes centros ainda não franchisados são as nossas prioridades.

Baixo investimento em conceito "home based"

No final do ano, a The Original Poster Company deve contar com "quatro a seis áreas geográficas", referiu Sérgio Dias Ferreira, director geral da marca The Original Poster Company, ao nosso jornal.

As condições de adesão à rede apontam para, "em territórios ainda não explorados pela OPC", para um volume de investimento que ronda os 20 mil euros, "não existindo quaisquer outros custos adicionais" assegura Sérgio Dias Ferreira. "Quando o franchisado necessita de mais produto para venda apenas terá de solicitar e adquiri-lo ao Master". Por outro lado, esta rede de franchising não requer o pagamento de quaisquer "royalties"

ou taxa de publicidade, o que reduz substancialmente os encargos do promotor. Por outro lado, e tendo em conta as actuais dificuldades de financiamento, a rede tem firmada "uma parceria com uma empresa para a angariação de financiamento e também colocamos ao dispor dos franchisados as nossas relações preferenciais com a banca nesse sentido", esclareceu. Para franchisado da The Original Poster Company, aquele responsável procura empreendedores com "vontade de trabalhar, bom espírito comercial, conhecimento geográfico da zona a explorar e potencial de crescimento a nível pessoal e profissional".



Segundo Sérgio Dias Ferreira, director-geral da marca The Original Poster Company, "o mercado de distribuição de cartões de felicitações tem um grande potencial de crescimento".

PUB

NOVA OPORTUNIDADE DE FRANCHISING

New Media Studios

... Para melhor muda-se sempre...

DESIGN - logótipos, linhas gráficas, publicidade, flyers, brochuras, catálogos, decoração de espaços e viaturas, stands, revistas, animações, etc.

WEB - websites dinâmicos, plataformas web, newsletters, catálogos on-line, SEO, etc.

MARKETING - branding, planos de marketing e comunicação, criação de lojas, organização de eventos, etc.

MEDIA - gestão e exploração de meios, publicidade on-line e imprensa.



SEJA NOSSO PARCEIRO!

Rua Marquês Sá da Bandeira, 533 / 2ºH | 4400-217 Vila Nova de Gaia | Portugal
Tel: +351 223 712 119 | Fax: +351 220 114 626 | www.4best.pt