



# GIRBAU

GLOBAL LAUNDRY SOLUTIONS



## CREAR UNA FUENTE DE INGRESOS CON EL LAVADO COMERCIAL INCREMENTANDO LAS GANANCIAS DE LA TIENDA

**Casi todas las lavanderías autoservicio pueden atraer negocio de lavado/secado/plegado del sector comercial y, así, aumentar significativamente los ingresos y beneficios de la tienda, aseguran los propietarios Mike "Stucky" Szczotka, Rob Maes y el "Doctor Lavandería" Jeff Gardner. Estos propietarios de lavanderías aconsejan empezar poco a poco, utilizando la maquinaria y mano de obra ya existente, ofreciendo un servicio insuperable y realizando inversiones adicionales de maquinaria en momentos clave.**

"Empecé con cuentas pequeñas, con peluquerías locales, y más tarde comencé a llamar puertas," dice Gardner, un colaborador habitual de Planet Laundry y miembro de junta de la Coin Laundry Association (CLA). Casi una década después de comprar el autoservicio Sel-Dale Laundromat, en St. Paul, Minnesota(USA), Gardner ha incrementado las ventas comerciales de lavado/secado/plegado.

En un suburbio de Detroit, la lavandería New Wave Laundry de Stucky, atiende a una mezcla demográfica que no resulta ser un gran generador de ventas de autoservicio. En seguida se dio cuenta que necesitaba atraer negocio comercial. "Mi hijo, Darin, adquirió nuevas cuentas y estableció una ruta comercial," dice. Diez años más tarde, el 40 % de las

del autoservicio. Rob Maes, propietario de dos Express Laundry Centers en la zona de Houston, explica una historia parecida. Él ha incrementado un 20% sus ingresos brutos totales con solo las ventas comerciales. No es de extrañar que estos propietarios de lavanderías trabajen para expandir continuamente su negocio en el sector comercial pues es una gran fuente de ingresos adicionales con un impacto directo en los beneficios y que crea valor. "Trabajar para el sector comercial permite generar rentabilidad dice Stucky". Al aumentar el volumen de ventas del sector comercial, se reducen substancialmente los gastos de agua y energía, añade.

*La planchadora abrió una puerta a un nuevo negocio, reforzó los beneficios globales y diferenció sus lavanderías de las de la competencia.*

ventas totales de Stucky proceden de las cuentas comerciales, el 10% corresponde a la limpieza en seco que atiende en el mostrador, al lavado-secado-plegado y al vending; y el 50% procede del negocio

### Expansión a partir de una lavandería Vendida

Maes, Stucky y Gardner coinciden en que no hay mejor lugar para introducirse en el negocio del sector comercial desde una lavandería autoservicio,



En New Wave Laundry, en un suburbio de Detroit, Darin, izquierda, y Mike "Stucky" Szczotka, derecha, obtiene el 40% de sus ventas del negocio de lavado/secado/planchado comercial.





donde ya se dispone de la mayoría de la maquinaria necesaria y de la mano de obra. Una lavandería autoservicio próspera solo funciona al cien por cien de su capacidad de un 15 a un 20% del tiempo, según Stucky. En lugar de dejar que las máquinas estén paradas ¿Porque no aprovecharlas para el sector comercial?

En un principio, era fácil para el personal de Gardner seguir el ritmo del trabajo comercial que entraba. *"Pero llegó un momento, que tuve que expandir y contratar a personal para atender solo al lado comercial del negocio."*

Es importante no descuidar el atención al cliente de la tienda a medida que crece el volumen comercial.

En Houston, Maes buscó empleados que puedan trabajar a demanda para poder hacer frente a su volumen, *"Tenemos un asistente comodín, que distribuye su tiempo entre el negocio comercial, la formación del personal, cualquier sustitución y el abastecimiento de las máquinas de vending."*

Todos están de acuerdo en que es más fácil gestionar la productividad del sector comercial.

## Invertir en maquinaria para incrementar las ventas

Mientras hacían crecer sus negocios, Maes, Stucky y Gardner estudiaron cuidadosamente las necesidades del cliente, así como la maquinaria que precisaban para ofrecer un mejor servicio. Durante un tiempo, sus lavanderías venden les proporcionaron toda la maquinaria necesaria para prosperar. En su búsqueda de más negocio se dieron cuenta que lo podían obtener de cuentas que precisaban artículos planchados, de modo que invirtieron en la planchadora Girbau. Todos ellos instalaron las planchadores alejadas



Rob Maes es propietario de dos Express Laundry Centers en la zona de Houston. Aumenta los beneficios con un saludable negocio de lavado/secado/plegado.

de los clientes del autoservicio, en una zona separada para garantizar la seguridad.

Maes, Stucky y Gardner descubrieron que podían tener mas beneficios ofreciendo el servicio de planchado. La gran oportunidad de Maes provino de una empresa de alquiler de apartamentos corporativos. *"Empezamos con solo 10 kg, y en seis meses, conseguimos todo su negocio,"* dice Maes. *"Compramos un vehículo de reparto y mimamos al cliente. Se tarda un tiempo en desarrollar un negocio comercial. Cuando lo encuentras, debes estar preparado para aprovechar la oportunidad."*

Al cabo de poco tiempo, el propietario pidió sábanas planchadas y edredones. Para hacer frente a sus necesidades, y atraer



La nueva planchadora Girbau en el Express Laundry Center de Maes ha doblado las ventas de lavado/secado/plegado en menos de un año.

negocio adicional del sector comercial, Maes instaló una planchadora Girbau.

La planchadora abrió una puerta a un nuevo negocio, reforzó los beneficios globales y diferenció sus lavanderías de las de la competencia. También, Stucky y Gardner añadieron planchadoras Girbau a sus equipos. Al hacerlo, atrajeron cuentas comerciales más grandes, aún si el porcentaje de artículos planchados era pequeño. Los tres recuperaron su inversión en la planchadora en menos de un año. Escogieron las planchadoras de Girbau porque pueden procesar en muy poco tiempo una gran variedad de artículos, desde fundas de almohada, servilletas, manteles, sábanas, edredones y batas de laboratorio. Además han sido diseñadas para modificar automáticamente la velocidad del rodillo en función de las variaciones de temperatura, los operarios pueden introducir en la planchadora los artículos húmedos directamente de la lavadora, sin pasar por la secadora, aumentando la productividad de la lavandería. Utilizando las planchadoras de 1900 mm,

Maes, Gardner y Stucky procesan manteles y servilletas de una pasada, así como artículos grandes, tales como sábanas de tamaño Queen y King, plegándolas primero a la mitad. *"Elegí la planchadora pequeña porque disponía de poco espacio y no quería añadir personal para hacerla funcionar,"* dice Maes. *"Una persona se ocupa de la planchadora y pliega artículos a medida que se planchan."* Para Maes, se trata de encontrar mercados y clientes que exigen acabados y servicios de alta calidad. *"No estoy aquí para competir con las lavanderías comerciales y las tintorerías,"* dice. Gracias a la planchadora, no obstante, ha diferenciado sus Express Laundry Centers del 99% de las demás lavanderías.

## Introduciéndose en el sector de la restauración

Stucky, que es un tintorero con experiencia y propietario de una lavandería venden, se introdujo en el mercado de la restauración. Utiliza las lavadoras con el control inteli para procesar los manteles y dejarlos con la planchadora con un acabado de alta calidad.

Utilizando la planchadora junto con las lavadoras flotantes, Gardner tiene previsto expandirse en el mercado de la restauración. *"Es difícil lavar adecuadamente los artículos de restauración utilizando un lavadora autoservicio pública puesto que es necesario que hayan pausas entre los baños químicos y los artículos requieren temperaturas del agua muy altas,"* dice. *"Necesitaba una lavadora completamente programable con cientos de opciones de programación in situ. Pasamos los artículos de las lavadoras flotantes directamente a la planchadora, haciendo que el proceso sea más rápido."*

Las nuevas lavadoras permiten a Gardner controlar la temperatura del agua con exactitud, la velocidad y duración de la rotación de lavado, el enfriamiento del baño y la velocidad de extracción. También puede programar desde un ciclo de lavado de tan solo tres minutos hasta un programa extenso, dependiendo del tipo de ropa, Gardner está seguro que, con el tiempo, los ingresos procedentes del negocio comercial crecerán significativamente. Mirando al futuro, Gardner, Maes y Stucky son conscientes de la importancia de un crecimiento comercial continuo, cuidando a los clientes e invirtiendo en equipos claves.