



GIRBAU

LAUNDRY EQUIPMENT



FRESH Y SPLASH, DOS MODELOS DE ÉXITO EN FRANQUÍCIAS DE AUTOSERVICIOS

El diseño innovador con equipamiento Girbau marcan la diferencia de una cadena con 13 autoservicios en marcha y 8 en proyección.

Ver como en Estados Unidos o países anglosajones se crean lavanderías autoservicio innovadoras o con diseños rompedores es habitual. En cambio, en países como España la cultura del autoservicio ha llegado más tarde y hasta ahora era difícil ver modelos de negocio diferenciales en este sector.

Fresh y Splash son una muestra tanto del avance de la cultura del autoservicio en España a nivel de clientes, como de la madurez del sector que innova y apuesta fuerte buscando valores diferenciales en los nuevos autoservicios.

Consciente de la oportunidad de negocio de lavanderías autoservicio en España, el líder de Splash y Fresh, **Roberto Haboba**, creó dos modelos de negocio que apuestan por crear espacios de diseño para el máximo confort del cliente final, así como la búsqueda de facilidades organizativas para los franquiciados y opciones de valor añadido como los servicios extra **Splash Advantage**.

Las lavanderías de autoservicio Fresh destacan por utilizar productos Girbau altamente eficientes, rentables y productivos.

Fresh y Splash. Splash y Fresh. Se trata de dos modelos de negocio similares, con un especial compromiso con la calidad del lavado y secado de la ropa, pero con algunas diferencias. Como afirma Haboba, "las lavanderías Fresh son lavanderías de autoservicio que se pueden montar en cualquier tipo de ciudad, mientras que Splash es un tipo de lavandería con un diseño muy bien acabado y preparado para ubicarse en grandes ciudades y lugares con un público selecto". Las diferencias aparecen en los pequeños detalles: el diseño, el detergente utilizado o las opciones Splash Advantage, solo disponibles en los establecimientos Splash.

Fresh, proximidad y frescura

Las lavanderías de autoservicio Fresh destacan por utilizar productos Girbau altamente eficientes, rentables y productivos, algo que permite aumentar las oportunidades de éxito para el franquiciado. El cliente final percibe la rentabilidad de la lavandería gracias a una tabla de precios asequible, algo que, junto a la facilidad de uso de las máquinas Girbau y el amplio horario de apertura, se traducen en ventajas en la comodidad y el servicio.





Roberto Haboba, propietario lavanderías Splash

La imagen de los establecimientos Fresh muestra un diseño moderno y limpio. "Lo primero que elegí fueron las máquinas de Girbau y estoy contentísima de haber escogido Fresh", afirma **Laia Mata**, propietaria de las dos tiendas de la franquicia en Terrassa, quien destaca que se quedó prendada con "la imagen, la frescura, la luminosidad y todo lo que hay detrás de la marca Fresh, como el buen servicio, que es técnicamente impecable".

Para Mata "es importantísimo que la imagen transmita la serenidad, limpieza y pulcritud del servicio. Los clientes entran en la lavandería y se sienten muy a gusto". La conexión a Internet es una muestra más de la voluntad de aumentar la comodidad del cliente. "Si les damos el servicio de Internet mientras lavan se recrean, tienen su momento de ocio en un lugar acorde a un bienestar y así optimiza su tiempo" afirma el líder de Splash y Fresh, Roberto Haboba.

Diferenciación con la implementación de Control Profit Plus

Las lavadoras de Girbau de las lavanderías Splash ofrecen desde hace varios meses las ventajas de Splash Advantage, una propuesta de valor añadido para el consumidor que no ofrecen otras lavanderías ni otros fabricantes.



Detrás de un autoservicio hay mucho más que máquinas fáciles de usar y eficiencia.

El **Control Profit Plus** ofrece tres opciones extra, para que la experiencia del usuario sea aún mejor: **Extra Wash**, para aumentar la intensidad en el lavado; **Extra Rinse**, para conseguir un mejor aclarado, o **Extra Spin**, para un mayor tiempo de centrifugado.

Las tres opciones son compatibles entre sí con el objetivo de poder adaptar el proceso a las necesidades del cliente y mejorar cada ciclo y el lavado en general. Según Haboba, "en los dos meses que llevamos con este servicio, un 70% de los clientes sí lo está usando y una mayoría abrumadora se muestra muy contenta con el resultado al notar que la ropa se lava y centrifuga mejor y sale más seca, con lo que necesita menos secado". La misma satisfacción la muestran también los propietarios, "que están probando algo en lo que Girbau ha apostado, que es muy productivo y que contenta a sus clientes".

Solo hay que ver algunas imágenes de Splash y Fresh para entender que detrás de un autoservicio hay mucho más que máquinas fáciles de usar y eficiencia. El autoservicio, más allá de la prestación de un servicio, es un espacio experiencial donde el cliente tiene que sentirse a gusto. Splash y Fresh son un ejemplo de la manera de entender el negocio de la lavandería basándose en la experiencia del cliente.

Ver Video



Laia Mata propietaria de una franquicia Fresh