

Alfonso Alonso, director de expansión y franquicia de Alain Afflelou.



A ritmo de vértigo

Alain Afflelou

Cuando una campaña publicitaria, como el Tchín Tchín de Afflelou, es objeto de chistes y juegos de palabras entre la gente de la calle, significa que ha calado en los consumidores y eso es precisamente lo que ha conseguido Alain Afflelou, la cadena de óptica de origen francés que desde 2003 hasta ahora lleva ya 185 ópticas abiertas en España y que por lo visto no piensa aflojar pues va a ritmo de un nuevo establecimiento por semana.

- ¿Cuáles son las principales credenciales de una cadena como Alain Afflelou?

- Somos una empresa creada y dirigida por un óptico, que busca ópticos que quieran asociarse con nosotros, aprovechando nuestro know-how, que ha sido desarrollado y testado a lo largo de 30 años de ejercicio profesional y que apuesta por la multiposesión, es decir, por facilitar a los clientes el que puedan tener varias gafas.

- ¿Qué tipo de trabajos han realizado para adaptar su franquicia al mercado español?

- Nuestra entrada en España se ha producido tras un profundo análisis en distintas vertientes: rótulo, comunicación y por supuesto las monturas de marca propia han sido seleccionadas y fabricadas especialmente para el público español.

- Tanto para un neo-profesional o un establecido ¿Cuáles son las principales ventajas de su propuesta?

- Yo creo que lo primordial es asociarse a la franquicia óptica número 1 en Europa, una red formada exclusivamente por ópticos, e incrementar el volumen de negocio ya que la facturación de nuestros establecimientos es 2,5 veces superior a la media del sector óptico español). Por otro lado, aprovecharse de una estrategia comercial novedosa y revolucionaria en España que ha tenido una excelente acogida entre los consumidores españoles -la estrella es "Tchin Tchín de Afflelou"; mantener la independencia en la gestión; libertad de compra; etc.

- ¿Cómo se estructura su empresa y con qué recursos cuentan?

- Disponemos un departamento de franquicia volcado totalmente en la captación de franquiciados, búsqueda de locales, animación de la red y un departamento de comunicación tanto local como nacional. Además, tenemos otros equipos de personas dedicados a formación, finanzas, informática, o producto .

- ¿Cómo calificaría la marcha de la cadena en el último año y cuál es su ritmo ideal de crecimiento?

- Estamos muy satisfechos ya que la facturación ha crecido un 42,4% al cierre del último ejercicio fiscal y respecto al crecimiento, nuestro ideal es seguir el ritmo actual, abriendo una óptica a la semana hasta llegar a las 402 en 2011.

Primer establecimiento en España

2003

Número actual de tiendas

185

Teléfono

911 517 720

E-Mail

infofranquiados@afflelou.es

- ¿Qué parte de sus ingresos dedican al marketing y publicidad?

- Como que desde Alain Afflelou postulamos una política comercial muy agresiva, que ha sido innovadora en el sector óptico español, sabemos que eso requiere un esfuerzo y destinados a estas facetas un 7,5 % de la cifra de venta bruta, a lo que debemos añadir 10.000 € en comunicación local para cada apertura de una franquicia.

- ¿Cuál es el papel que juega Internet en la organización y desarrollo de su negocio?

- Tanto a nivel de captación de nuevos franquiciados, como en la comunicación interna entre toda la red, se trata de una herramienta fundamental.

- ¿Cómo valora el panorama actual del sistema de franquicias?

- Considero que es una fórmula de negocio consolidada en nuestro país y todos los indicadores así lo confirman: inversión, aperturas, número de redes, penetración con respecto al total del comercio minorista, etc. Si acaso, faltaría más regulación y apoyo institucional. ■

