

I casi del mese

CHI VA SU E CHI VA GIU': FRANCHISOR E RETI DI VENDITA DI PARTICOLARE ATTUALITA' PER RISULTATI POSITIVI O NEGATIVI



## Questione di sicurezza. Punto!



IN SALITA

### Ha avuto successo perché...

HA CREATO DELLE FORMULE DI AFFILIAZIONE MENO IMPEGNATIVE PER L'AFFILIATO E SI INSERISCE IN UN MERCATO IN CRESCITA, OVVERO QUELLO DELLA PROTEZIONE DI BENI E PERSONE E DELL'ANTINFORTUNISTICA.

Continua a "tirare" il mercato della sicurezza, al quale è dedicata la catena di negozi **Il Mastino**: antifurto, sistemi antintrusione, controllo a distanza ma anche antinfurtunistica e sicurezza di anziani e bambini. Gli affiliati che espongono questa insegna sono passati da nove a tredici nel corso dell'ultimo anno e sono ancora molte le richieste di affiliazione che l'azienda di Teramo sta valutando e potranno concretizzarsi nei prossimi mesi. «Penso che l'impulso decisivo al-

la crescita della nostra rete l'abbiano dato le nuove formule lanciate lo scorso anno - dichiara il responsabile franchising, Fabio Ottavi - e che abbiamo battezzato "Il Mastino Antinfurtunistica" e "Il Mastino Point". La prima non richiede nemmeno un punto vendita e l'attività si svolge visitando le aziende della propria zona. La seconda consiste nell'installazione dei sistemi di sicurezza e richiede un punto vendita molto piccolo, anche 40 metri quadri, in centri relativamen-

te piccoli, ovvero dai 15 mila abitanti in su». Naturalmente, si tratta di un'attività il cui investimento è molto contenuto, come i 19 mila euro richiesti per il Point, o addirittura zero, come per l'Antinfurtunistica. E niente impedisce che, dopo qualche tempo, l'affiliato non decida di passare alla formula più impegnativa, quella del negozio vero e proprio.

**INFO:** I.b. Security Srl, tel. 085 9354672, fax 085 9354673, Num. Verde 800 999797, mail a [info@ilmastino.com](mailto:info@ilmastino.com)



## Libertà di moda



IN SALITA

### Ha avuto successo perché...

PUNTA SULL'ASSORTIMENTO E SULL'ATMOSFERA DEI NEGOZI, CHE ACCOLGONO LA CLIENTELA IN MODO MOLTO CALDO.

Prospettive ottimistiche per **Camomilla Italia**, che programma di aggiungere agli attuali 105 negozi, sparsi per l'Italia, altri 15 punti vendita entro il 2007. La stima dell'azienda si basa sulle richieste sempre più numerose di chi, avendo deciso di intraprendere un'attività in franchising, sceglie questo marchio. «Tra i fattori di successo che stanno sostenendo l'espansione della nostra rete - spiega **Ciro Di Natale**, responsabile franchising - ci sono il vasto assortimento di capi in tutti i punti vendita, la profondità dell'offerta e l'attenzione nei servizi rivolti alla clientela, nella fase di pre-vendita e post-vendita». Quella che lo stesso Di Natale definisce "la donna Camomilla Italia", preferisce il marchio perché è consigliata, seguita e ascoltata quando deve scegliere un capo d'abbigliamento e decidere il proprio look. «Camomilla Italia - aggiunge **Ciro Di Natale** - cura con molta attenzione i propri punti vendita creando ambienti esclusivi e curati nei dettagli per realizzare una particolare accoglienza». **INFO:** Camomilla Italia, distribuito da Compagnia manifatture tessili Srl, Num. Verde 800 895895, mail a [franchising@camomillaitalia.it](mailto:franchising@camomillaitalia.it)



## Crescono i turisti del web



IN SALITA

### Ha avuto successo perché...

HA RINNOVATO IL SUO SITO PER E-COMMERCE SEGUENDO I SEGNALI DEL MERCATO E HA VALORIZZATO LE COMPETENZE DEI PROPRI PROMOTORI.

Ha puntato al raddoppio nel giro di un anno e ha fatto centro: i 100 affiliati del 2005 sono diventati, quando l'anno in corso non è ancora finito, quasi 200. E il fatturato è passato da circa sei a dodici milioni di euro. Così **Evolution Travel**, agenzia di viaggi che opera essenzialmente via Internet, si presenta come fenomeno del momento e promette di mantenere questo ritmo di crescita. «Abbiamo puntato sulla pubblicità all'interno dei principali portali - dichiarano negli uffici dell'agenzia - e sulla formazione dei nostri promotori, i quali sono davvero in grado di suggerire ai propri clienti la soluzione di vacanza più indicata a ciascuno». La leva determinante per il successo registrato quest'anno, secondo l'azienda, è stata la capacità di adeguare continuamente l'infrastruttura web. Cioè, modificare il sito quasi una volta al mese, per venire incontro alle specifiche esigenze della clientela. «Abbiamo creato una decina di portali verticali - spiegano - cioè portali dedicati a singole destinazioni o tipologie di vacanza. E abbiamo anche valorizzato le competenze dei nostri promotori, alcuni dei quali hanno precedenti esperienze molto interessanti». **INFO:** Dodotour Srl, tel. 049 8912509, mail a [contatti@evolutiontravel.it](mailto:contatti@evolutiontravel.it)