

SUCESSO DA MARCA ENZO TOSCANI FAZ PROJETO DE EXPANSÃO POR MEIO DE FRANQUIAS.

Data: 04/01/12

Fonte: Portal ALSHOP – Associação Brasileira de Lojistas de Shopping

http://www.alshop.com.br/noticia.asp?ID_SHOW=12133

Ao aliar a qualidade na produção de roupas afinadas às tendências da moda internacional, com corte impecável e preço competitivo, a Enzo Toscani, em 13 anos de história, caiu no gosto do público masculino como uma grife que veste bem os homens tanto no ambiente de trabalho como nas horas de lazer.

Idealizada pelo casal Nelson Luiz Silva Junior e Sylvia Maia, a marca nasceu em junho de 1998, com a primeira loja inaugurada em São Paulo. De lá pra cá, mais 14 lojas próprias iniciaram operação, nos estados do Rio e São Paulo. “A Enzo Toscani atende o homem com idade a partir dos 25 anos, das classes B e C que se preocupa com imagem e a qualidade do produto. Nosso cliente tem que sentir a satisfação de estar bem vestido, em qualquer ocasião, mas com um preço justo”, afirma Nelson. O crescimento consolidado da empresa atraiu para o negócio o filho de Sylvia, o administrador e também sócio Afonso Henrique, e hoje sob a supervisão do executivo, está à expansão da rede por meio do sistema de franquias.

No cronograma, duas lojas franqueadas já foram inauguradas, a primeira no Shopping Aricanduva, na zona leste de São Paulo, e a segunda, no Shopping Jardim Guadalupe, Rio de Janeiro. Nos próximos três anos, a previsão é que o número total de lojas Enzo Toscani seja de 20, com as novas franquias distribuídas nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. “Para começar uma franquia é preciso ter um modelo de negócio consolidado em operações próprias. Queremos crescer de forma ordenada sob o modelo de resultados atestado em nossas 14 lojas”, explica Afonso.

Para se adequar aos novos desafios, a rede desenvolveu um planejamento de expansão a longo prazo. Todo o sistema de automação comercial recebeu adequações, com o objetivo de facilitar a comunicação com os franqueados. Os processos internos foram padronizados e a empresa investiu em um show room integrado ao escritório, localizado no bairro de Tamboré, zona oeste de São Paulo. Um manual de franquia também foi desenvolvido para informar e ensinar ao novo integrante da rede sobre o posicionamento e apresentação da marca, os produtos, o controle de estoque, a importância do atendimento sempre atencioso, que é um diferencial nas lojas Enzo Toscani, e outros pontos que influenciam na gestão.

A preocupação com o sucesso da loja franqueada, entre os executivos da grife, começa a partir da escolha do ponto. “Ao contrário de muitas redes damos um consultoria a nossos franqueados usando o know how adquirido nesses anos. Um ponto errado pode comprometer a operação e desejamos que cada franqueado tenha um negócio promissor como o nosso”, ressalta Afonso.



NOVIDADES

Ao optar por ter uma franquia Enzo Toscani, o investidor recebe treinamento e consultoria de campo, prazo estendido para o pagamento de royalty, um software de gestão, dispõe de campanhas de marketing e da concepção do projeto arquitetônico da loja. O investimento pode variar de R\$ 160 mil a R\$ 330 mil. Nesses valores estão inclusos taxa inicial, projeto arquitetônico e prováveis complementos, instalação e mobiliário, equipamentos em geral, campanha de marketing para inauguração, despesas com a abertura da empresa e capital de giro inicial.

Do total investido, R\$ 5mil são destinados a um projeto social da marca, que contribui com uma entidade assistencial indicada pelo próprio franqueado. A taxa de royalty cobrada é de 8% sobre as compras e o fundo de marketing é de 1%. A previsão de retorno do investimento varia de 18 a 36 meses e o faturamento mensal previsto é de R\$ 140 mil, com um lucro estimado de 20% sobre o faturamento.

A linha de produtos Enzo Toscani é voltada para os diferentes momentos do dia de um homem moderno, elegante que gosta de acompanhar as tendências da moda e se preocupa com o visual e a imagem, seja no ambiente de trabalho ou nas horas de lazer. A linha é ampla e inclui, roupas e acessórios que acompanham as tendências internacionais e as novidades em tecidos, acabamentos, padronagens, complementos e outros.