

Leroy Merlin: La gestión de puntos de venta



Para finalizar el módulo de marketing nuestros alumnos han recibido formación sobre “Gestión de establecimientos comerciales minoristas” de la mano del Gerente de la tienda de Leroy Merlin en Santiago de Compostela, D. Julio Rodríguez, un profesional con más de 15 años de experiencia en el retail, y que actualmente es el Director de un establecimiento líder mundial en su categoría, como es Leroy Merlin; y que además forma parte de uno de los principales grupos de distribución minorista en Europa, con una amplia presencia y experiencia internacional, como es el grupo Auchan (Alcampo).

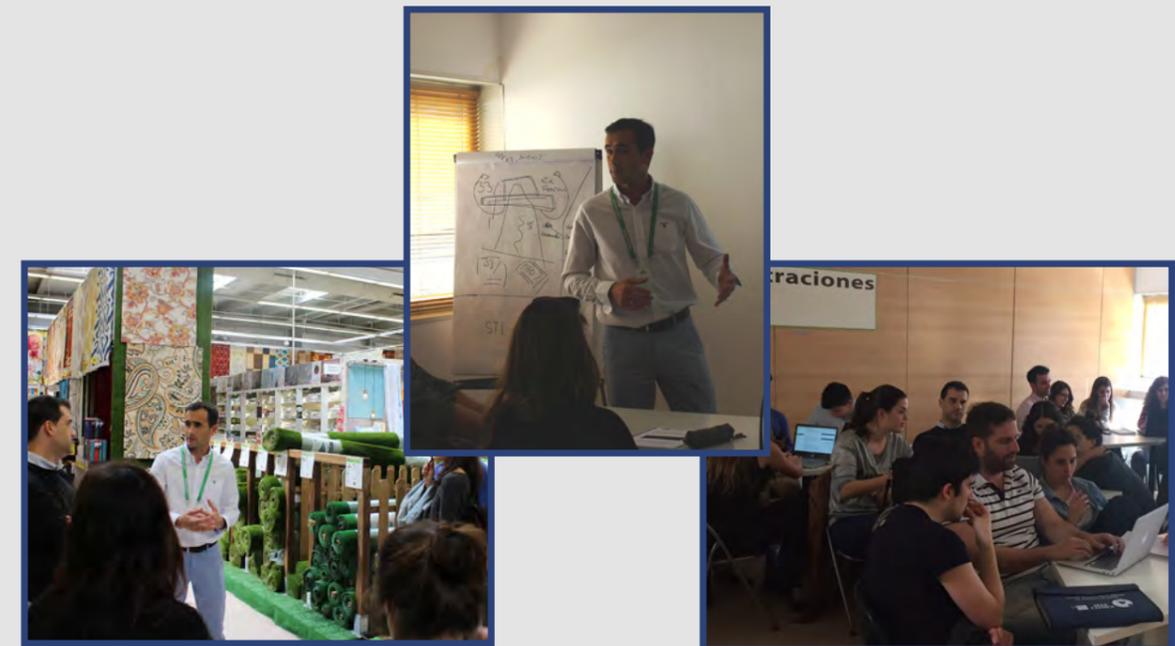
Este seminario se desarrolló utilizando nuestra metodología más innovadora “Del Aula a la Empresa”, en la cual el alumno recibe su formación utilizando como herramienta de trabajo, o caso de análisis, la propia experiencia de una empresa, y a los directivos que lo han protagonizado como ponentes.

Para ello nuestros alumnos se desplazaron a las propias instalaciones de esta empresa. Una vez allí realizaron una visita guiada por el propio gerente, para que pudieran conocer la localización de las secciones, las técnicas de merchandising en el establecimiento, las promociones vigentes, etc. A continuación comenzaron las explicaciones sobre las distintas decisiones implicadas en la gestión de un establecimiento comercial, desde la fijación de los objetivos comerciales, hasta las distintas acciones que se pueden llevar a cabo para alcanzarlos. Al término de las explicaciones cada alumno tuvo que analizar una de las categorías de productos de la tienda, con el fin de que ellos mismos pudieran proponer acciones que mejorasen su gestión y de esta forma poner en práctica todo lo aprendido durante el seminario. Para poder hacerlo de la mejor manera posible, contaron en todo momento en con el apoyo del personal de tienda de Leroy Merlin: jefes de sección, vendedores, etc.

Este tipo de experiencias es muy valorado por nuestros alumnos, pues la formación que reciben no se ciñe simplemente a recibir una serie de nociones teóricas, apoyadas por los ejemplos que el profesor les pueda dar en la aula, sino que tienen oportunidad de acudir a la propia empresa de los ponentes, para poder ver de primera mano la realidad de la gestión en este tipo de establecimientos y los problemas reales que se plantean en su día a día, el proceso de toma de decisiones para gestionarlos, así como su implementación real en la tienda.



Los alumnos de MASCOMEX en la entrada de LEROY MERLIN junto con su Gerente, D. Julio Rodríguez.



La Postrería: Un ejemplo de expansión internacional en el sector servicios

Como parte de su formación en la materia de “Política Internacional de Distribución”, los alumnos de MASCOMEX recibieron el seminario “Desarrollo de canales de comercialización en el escenario internacional” de la mano de nuestro profesor Xosé Manuel Feijoo, antiguo alumnos de MASCOMEX con más de 20 años de experiencia como profesional en diversas empresas y como consultor en la expansión internacional y desarrollo de nuevos mercados. En él, siguiendo nuestra metodología “Del Aula a la Empresa”, analizaron el caso real: “La creación y desarrollo de una franquicia internacional: La Postrería”.



La Postrería es una pequeña empresa de hostelería, constituida en el año 2006, en A Coruña, por Juan Morandeira, interiorista, Rubén Romero, cocinero, como un espacio gastronómico vanguardista y multifuncional, que muta a medida que transcurre la jornada (desde cafetería para desayunos a pub con sesiones de música en vivo). Es un local donde se funden gastronomía, decoración, música e iluminación para generar un ambiente propio y un concepto diferente de local a cada hora del día.

Gracias a su diferenciación, en el año 2013, La Postrería puso en marcha su plan de expansión, que la llevó a abrir tres nuevos locales, bajo el formato de franquicia, en los Emiratos Árabes Unidos, lo que superó una inversión inicial de 15 millones de euros que asumió en su integridad el holding inversor Al Aroud, a través de su firma Dynami Hospitality, convirtiéndose en el masterfranquiciador de esta pequeña empresa gallega en este país. El primero fue inaugurado en Dubái, junto al mayor centro comercial del mundo, el Dubái Mall, y tuvo una extraordinaria acogida. El segundo local, Avenue, se ubica junto al parque natural más grande del mundo, también en Dubái. A estos dos inaugurados en el 2013, hay que sumarle un tercero que se abrió en un barrio residencial de esta ciudad en el 2014.

La clave fundamental que ha hecho de La Postrería una franquicia de éxito es la identidad de su marca; diferenciándose y haciéndose difícil de comparar con cualquier otra empresa similar que se encuentre en el mercado, algo que se ha revelado como una fórmula exitosa y que nos sirvió de caso de estudio para transmitir a nuestros alumnos la importancia de hacer de un servicio tradicional un concepto original, así como el manejo de las herramientas y técnicas necesarias para gestionar una franquicia internacional.



Los alumnos de MASCOMEX en La Postrería escuchando las explicaciones de los propietarios, D. Juan Morandeira y D. Rubén Romero, y de D. Xosé Feijoo, consultor internacional y profesor de MASCOMEX.

