

Los clientes de Crepíssima acuden a un establecimiento de la marca 4 veces de media al mes

La compañía costarricense tiene ya dos establecimientos en España, ubicados en Madrid y Barcelona

La cadena de restauración Crepíssima, especializada en la elaboración de creppes gourmet, ha anunciado que sus clientes acuden a uno de sus establecimientos una media de cuatro veces mes.

“Este elevado nivel de fidelización de nuestros clientes, ha afirmado David Sainz, director de expansión de la cadena, se debe a dos motivos principalmente. En primer lugar a la buena acogida que desde un primer momento ha tenido el producto Crepíssima entre el público español. En segundo lugar a la gran variedad de sabores, que permiten al cliente acudir a alguno de los establecimientos de la marca en todos los momentos de consumo, a la reciente incorporación del servicio de reparto a domicilio, así como a las frecuentes acciones de marketing que sirven de recordatorio al cliente final”, concluye.

La rotación es otro de los elementos clave en el éxito del negocio de Crepíssima. Los dos locales con que cuenta la compañía en nuestro país, ubicados en Madrid y Barcelona, ofrecen no solo la posibilidad de degustar sus deliciosos crepes en el local o en casa. Recientemente, el departamento de I+D de la compañía ha introducido un packaging ideal para disfrutar de sus productos mientras se pasea por la calle. “Esta alta rotación, unida de las ubicaciones Premium que selecciona la compañía, añade Sainz, son dos de los aspectos clave en el éxito económico de este negocio”.

Para adaptar la oferta de la compañía costarricense al mercado español, Crepíssima realiza constantemente un minucioso análisis de los distintos factores que intervienen en el proceso productivo y de venta. Con todo ello, la compañía garantiza que cada unidad de negocio alcance el mayor índice de rentabilidad posible para un negocio de estas características.

El concepto de Crepíssima nace como novedosa idea de negocio aprovechando el crecimiento actual de la tendencia del fast-casual en la industria de los alimentos. Como negocio en expansión, la enseña propone diferentes modelos de franquicia: desde la posibilidad de abrir un local con una superficie estimada entre 20 m² y 60 m² y una inversión cercana a los 45.000€ euros +obra civil, a locales más pequeños, que oscilen entre 12 y 15 m² y una inversión que no supere los 39.000 euros (incluye toda la inversión). Este segundo formato, que la compañía denomina Islas, está más enfocados a personas que buscan el autoempleo y que buscan un negocio que exija poco personal. Ambos formatos son aptos tanto para locales a pie de calle como para centros comerciales.

El objetivo de la compañía es alcanzar los 10 locales en su primer año de funcionamiento en nuestro país, principalmente en las principales ciudades españolas, como Barcelona, Valencia, Sevilla, etc. además de Madrid, y especialmente aquellas con un alto nivel de turismo que puedan favorecer la exportación de la marca.

Datos de contacto:

Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACION
91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Restauración Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>