

## **Bloomest presenta una herramienta para la gestión de las tiendas y las campañas de marketing digital**

**Bloomest, marca comercial en el sector autoservicio del Grupo Miele, ha presentado a su equipo comercial de Iberia una nueva plataforma de análisis que permite a los emprendedores monitorizar en tiempo real la actividad de su lavandería.**

**Entre sus funcionalidades, destaca la creación de campañas segmentadas de marketing digital y la obtención de resultados para analizar el funcionamiento de las mismas**

Bloomest, las lavanderías autoservicio bajo la calidad y liderazgo de Miele, ha presentado a su equipo comercial una herramienta de análisis única en el mercado, que monitoriza en tiempo real el negocio de la lavandería permitiendo al emprendedor tomar decisiones según los resultados que le aporta el Business Intelligence de su tienda.

Se trata de una herramienta de análisis que monitoriza la actividad del negocio, recabando datos de la tienda. Toda esta información se actualiza en tiempo real y a través de un cuadro de mando se puede tener una visión completa de todas las acciones que se están llevando a cabo de la lavandería. Una de las novedades de la herramienta, es que permite al gestor segmentar a los clientes de la lavandería y crear acciones de marketing digital a medida para aumentar las ventas de la tienda. Además, se puede medir el resultado de las campañas y detectar qué ha funcionado mejor o qué necesita mejorar.

Las principales ventajas de la plataforma son: análisis de todos los datos de la lavandería (máquinas, contables, publicidad y tarjetas de fidelización); comparar históricos y evolución; importar y exportar todos los datos. La plataforma está creada sobre PowerBI de Microsoft.

La herramienta facilita, de forma remota, la gestión de la lavandería y el acceso es a través de una app o de la plataforma web. Jose Ángel Bocigas, gestor de la tienda Bloomest de Alcobendas afirma “teniendo un mayor control de los datos de la lavandería podemos focalizarnos en los puntos de mejora para conseguir una evolución constante del negocio”.

La plataforma, que se presentó en formato online el pasado mes de abril, impactó positivamente a todo el equipo comercial de Bloomest España y Portugal, un equipo conformado por más de 15 profesionales que disponen de esta herramienta de venta para captar futuros emprendedores.

Gianluca Falchi, Responsable de Bloomest Iberia, comenta “desde Bloomest hemos creado esta herramienta con el objetivo de apoyar a los gestores de las tiendas en la toma de decisiones del día a día y también en los procesos estratégicos. Este tipo de herramienta es muy apreciada entre los emprendedores ya que cada vez son más los que gestionan sus negocios de una forma analítica y detallada”.

La franquicia, que supera los 80 establecimientos a nivel nacional, ofrece un concepto diferente de

lavanderías autoservicio basado en la calidad, el servicio, la atención al franquiciado y sobre todo al cliente final a través de la tecnología.

## Nuevo servicio de Locker Tecnológico

Bloomest acaba de lanzar un nuevo servicio para sus tiendas: el locker tecnológico. A través de una app, el cliente puede dejar en una taquilla la ropa sucia y en cuanto la colada está lista la misma aplicación le avisa para recogerla. De este modo se evita tener que esperar 60/70 minutos en la tienda. La tienda de Puerto de la Cruz (Tenerife) es la primera lavandería autoservicio que cuenta con este nuevo servicio.

## Servicio esencial y respaldado por el sólido Grupo Miele

Al tratarse de un servicio esencial, desde el inicio de la pandemia, la marca ha podido mantener todas sus tiendas abiertas. Además, los ciudadanos están más concienciados de la importancia de la limpieza y el uso de desinfectantes lo que incide a acudir más a las lavanderías y aumentar la recurrencia.

Los gestores pueden encontrar en la franquicia como Bloomest la seguridad de una empresa sólida que pertenece al Grupo Miele y contar con su respaldo. Falchi añade “una franquicia que pertenece a una marca tan sólida como Miele, hace que su presencia en el mercado en un periodo como este, sea más estable.”

## Acerca de Bloomest

Bloomest es la marca comercial que Lavapiú (empresa del Grupo Miele) y Miele lanzaron al mercado en 2005, y cuenta con más de 800 lavanderías autoservicio abiertas a nivel europeo en Italia, Austria, Suiza, Alemania, Malta, República Checa y Portugal. Desde 2017 tiene presencia en el mercado español con más de 80 tiendas repartidas por todo el país. Bloomest centra su posicionamiento en el concepto Smart Laundry, una idea de lavandería autoservicio basada en imagen, calidad y tecnología. Bajo la calidad y liderazgo de Miele, Bloomest sigue el modelo de negocio franquiciable (sin canon ni fee), con posibilidad de crecimiento y desarrollo a nivel español donde ya tiene presencia en la mayoría del territorio nacional.

### **Datos de contacto:**

Borja Sánchez  
Director de Expansión de Tormo Franquicias Consulting  
911 592 558

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

Categorías: [Franquicias](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>