

## **CARLiN, siempre al lado de sus franquiciados**

### **La Cadena Líder habla de los buenos resultados de ofrecer una formación y un seguimiento continuo**

La distancia entre CARLiN Ventas Directas, la cadena de franquicias líder en papelería, y sus franquiciados en lo que a formación se refiere es inexistente. Y es que tal y como explica Ascensión María Segura Inglés, su responsable de calidad, “esta es la mejor manera de atender las necesidades de todos ellos, de mejorar la marca y de seguir creciendo todos juntos en el mercado”.

De esta forma Carlin demuestra la preocupación por todas aquellas personas que apuestan como franquiciados por su enseña. “Ellos son los que nos hacen estar donde estamos y por lo tanto todo es poco para atender cualquier duda en formación que puedan tener tanto al principio, cuando comienzan su andadura empresarial, como en el desarrollo de su actividad”, añade.

Pero, ¿en qué consiste esta formación?. Aquí van algunas claves.

? Formación ilimitada. En cualquier momento que el franquiciado necesite formarse están a su completa disposición. Esto significa que no importa que esté a punto de abrir un local o que lleve tiempo y quiera mejorar en algún punto determinado. Siempre tienen a una persona que se encarga de responderle a cualquier duda y cuál es el proceso que ha de seguir. “Normalmente la formación suele durar una semana, ocho horas al día, pero en el caso de que alguien necesite un tiempo extra se le otorga sin problema alguno”.

? Tanto a dueños como a empleados. Este servicio es extensible tanto al franquiciado de Carlin como a la plantilla de trabajadores con los que vaya a contar en su tienda.

? Variedad de dudas. Carlin responde a cuestiones de los franquiciados tales como el fomento de las ventas a través del telemarketing, cómo aumentar la rentabilidad del programa informático, cómo captar nuevos clientes, la promoción de artículos o campañas determinadas, mejorar en el manejo de la contabilidad...

? Seguimiento codo a codo. Mejoran el tipo de comunicación que el franquiciado lleva a cabo cuando hace una llamada telefónica a un posible cliente. “Estamos a su lado cuando hacen esa llamada, les escuchamos y luego les indicamos en qué fallan y cómo pueden mejorar esta comunicación y por tanto aumentar el nivel de ventas o clientes”.

? Un servicio gratuito de teléfono de lo más útil. Ofrecen a todos sus franquiciados un paquete gratuito de 200 llamadas telefónicas totalmente gratis para que así puedan incrementar su nivel de ventas.

? Visitas in situ. Si además el franquiciado solicita alguna visita a su tienda una persona acude allí para resolver las dudas que pueda tener y que no tenga perder tiempo en desplazamientos.

? Soporte informático permanente. Además de esta atención los franquiciados siempre disponen de una persona que les atiende sus dudas a través del teléfono y la página web.

#### Sobre Carlin

Se dedica a la comercialización de material y mobiliario de oficina, consumibles de papelería e informática a través de cómodas hiperpapelerías autoservicio, almacenes de distribución y por venta online. Durante 2009 la cadena facturó 160 millones de euros a través de sus casi 500 franquicias.

La inversión necesaria para instalar uno de los negocios que contempla CARLiN –Ofimarket e

Hiperpapelería– oscila entre los 60.000 y 125.000 euros en locales desde 50 m2, ubicados en zonas con una población entre 15.000 y 20.000 habitantes. El royalty es variable desde 300 euros/mes el primer año y el canon de publicidad es asumido desde la central. El perfil de franquiciado que se busca se corresponde con:

- Persona emprendedora, optimista, con vocación de empresario y capacidad económica.
- Con deseo por montar un negocio propio.
- No se descarta la figura del inversor, pero se prefiere que la persona esté al frente del negocio.

Hasta el momento, la buena labor de CARLiN ha sido reconocida con siete galardones: “Premio al Mejor Franquiciador 2009” otorgado por la revista Franquicias Hoy, “Premio a la Franquicia de Mayor Desarrollo 2008”, otorgado por la misma publicación; “Premio a la Franquicia del Año 2007” por la revista Dirigentes; “Premio a la Expansión 2006” (revista Nuestros Negocios); “Premio al Emprendedor Mediterráneo” en el salón Barcelona Negocios & Franquicias 2006; “Premio a la Mejor Franquicia Nacional” en 2005, en el SIF&Co. de Valencia, y el “Premio Excelencia 2003” por la revista Dirigentes.

? Nota a los periodistas:

Para más información, petición de entrevistas o material gráfico no dudes en contactarnos

Maria Tejedor [prensa@salviacomunicacion.com](mailto:prensa@salviacomunicacion.com)

Nuria Coronado [nuria@salviacomunicacion.com](mailto:nuria@salviacomunicacion.com)

Tlno: 91 657 42 81 / 667 022 566

**Datos de contacto:**

Nuria Coronado

916574281

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

Categorías: [Franquicias](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>