

Inauguración de la primera tienda del proyecto empresarial NO NAME Smart Perfumes

Ya se ha puesto en marcha, en el Centro Comercial Espacio de Torreldones de Madrid, la tienda máster de la marca NO NAME; este proyecto empresarial aspira a hacerse un hueco en el sector de la distribución de perfumería y cosmética.

Las fragancias están inspiradas en las mejores del sector y además de tener una altísima calidad e intensa fijación, cuentan con una cuidada presentación, tanto el envase como el estuche; el resultado es un producto de gran calidad a unos precios muy competitivos, algo que el consumidor agradece siempre, pero más en un entorno de crisis como el actual.

La variedad de fragancias (30 de mujer y 20 de hombre), permite llegar a una horquilla de clientes muy amplia, ya que tanto hombres como mujeres, jóvenes y adultos encuentran aromas de sus características. Más adelante la marca tiene previsto lanzar una gama orientada a la cosmética.

NO NAME destaca además por una continua política de promociones, una selección cuidadosa de los puntos de venta y un diseño de tienda, elegante e innovador, con un cierto toque minimalista que favorece la percepción de calidad por parte del consumidor, estando a años luz de propuestas de fragancias en punto de venta de baja calidad.

“En un principio las cosas no tenían nombre”, con este claim, NO NAME se posiciona como una marca que apuesta claramente por el contenido y no tanto por el continente, aunque el diseño está muy cuidado. Lo sorprendente para el consumidor es la extraordinaria calidad de la fragancia que le recuerda completamente a la de la marca en la que se inspira.

El proyecto empresarial que se inicia con la apertura de esta tienda se va a desarrollar en el terreno de la franquicia; si abrir un comercio en el actual contexto económico es una decisión valiente, el reto de la franquicia es ambicioso, pero estos emprendedores madrileños, tienen muy claro las posibilidades de crecimiento de la marca NO NAME y confían en la viabilidad de este tipo de expansión; la facilidad con que la empresa puede cerrar los acuerdos con los franquiciados y el interés de garantizar un óptimo resultado para todos los empresarios que se unan a la cadena, son clave para el éxito futuro.

Además NO NAME tiene muy claro desde el principio que los proyectos de estas características deben de tener presencia también en la red, en la actualidad ya está funcionando una página corporativa www.nonameperfumes.com que integra además una tienda on-line que estará contemplada en el acuerdo comercial con el franquiciado.

Dentro del plan de comunicación se incluirá además el uso del Social Media Marketing para relacionarse con los consumidores en el entorno de la red.
