Publicado en Madrid el 02/11/2017

Subway refresca su imagen en España

La cadena de restauración pondrá en marcha en España a partir de mañana 3 de noviembre el proceso de implantación de la nueva imagen de sus restaurantes que la franquicia está llevando a cabo a nivel global. Entre los primeros pasos se encuentran el cambio de los uniformes de sus empleados, la decoración de sus locales y la forma de presentar sus famosos bocadillos de corteza blanda elaborados frente al cliente, buque insignia de la franquicia

Soplan aires de cambio en Subway. Con más de 50 años de historia, la franquicia de restauración rápida más grande del mundo, con más de 44.000 restaurantes operativos en 113 países, está a punto de aplicar una serie de transformaciones que, con el fin de mejorar la experiencia de sus clientes, no sólo cambiarán la imagen de sus empleados, a los que vestirá con nuevos uniformes, sino también la presentación de los bocadillos y el diseño de sus restaurantes, que se volverán mucho más interactivos, con pantallas digitales donde aparecerán los menús, estanterías refrigeradas donde estarán visibles los productos frescos, etc.

Transformaciones que han sido testadas en experiencias piloto de diferentes enclaves de Estados Unidos y que comenzaremos a ver poco a poco en los restaurantes de todo el territorio nacional a partir mañana 3 de noviembre, coincidiendo con la celebración del día mundial del bocadillo.

Desde mañana, para comenzar, los uniformes de los empleados de la firma se transforman. Los trabajadores de Subway de todo el mundo vestirán nuevas camisetas, nuevos delantales, nuevos accesorios para la cabeza, como gorras y retenedores de cabello, y nuevas etiquetas con las que identificarse.

El mismo día, Subway también pondrá un punto y aparte a la forma de servir sus bocadillos, reemplazando los hasta ahora tradicionales envoltorios de papel por cestas reutilizables, a fin de reducir la cantidad de desechables. Además, eliminará las actuales barquetas de papel con las que sirve los ingredientes y las reemplazará por cucharones de porciones que, además de mejorar la presentación del producto, también contribuyen a la mejora del medioambiente, siendo reutilizables.

Aquellos clientes que opten por el take away también verán una nueva presentación en los bocadillos de Subway puesto que la marca también estrenará nuevos envoltorios.

Y estos son solo los primeros cambios: la multinacional está inmersa en una modificación de imagen de sus locales que posiblemente llegará a España a principios del año próximo con las nuevas aperturas que la firma tiene previsto hacer en nuestro país.

Hasta entonces, los locales de Subway irán poco a poco adaptando esa nueva imagen, que viene acompañada de un nuevo logo, un nuevo símbolo, una nueva tipografía, predominio de los colores verde y amarillo, y mucha luminosidad.

En una clara evocación a los ingredientes frescos que componen sus bocadillos, el verde y el amarillo aparecerán en los nuevos muebles y estanterías que expondrán los productos más frescos, como los tomates, los pimientos y los pepinos. Por su parte, el pan y las famosas cookies de Subway también contarán con una presentación más cuidada y al detalle, en estanterías separadas.

Conectividad: la gran apuesta de Subway
Si hay una palabra que describe el nuevo concepto de la franquicia es tecnología. Los restaurantes se vuelven mucho más interactivos y contarán con pantallas digitales y quioscos para que los clientes puedan hacer sus propias comandas a través de las pantallas de estos dispositivos o la App.

Por su parte, la zona de mesas contará con una atmósfera más acogedora para los visitantes y estará dotada con sillones en los que se podrán conectar llaves USB y en la que habrá wifi gratis.

Por el momento, todos estos cambios ya han sido implantados en un total de 12 restaurantes de Subway en Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. A partir del próximo año los veremos poco a poco en España.

Si se vive en Cataluña o Canarias, además se tendrá doble motivo de celebración: una atractiva oferta del bocadillo pollo teriyaki de 15cm a solo un euro.

Datos de contacto:
Natalia Lopez-Maroto
630636221

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Franquicias Gastronomía Marketing Emprendedores Restauración

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es