Publicado en Madrid el 01/07/2020

Desde Tormo Franquicias Consulting anuncian la descarga gratuita del bestseller de la franquicia

Desde hoy se puede obtener el último libro de Eduardo Tormo, "GROW. La historia, los secretos y las claves de los fundadores de franquicia" desde la web de Tormo Franquicias Consulting

Desde Tormo Franquicias Consulting lanzan la versión gratuita de GROW “La historia, los secretos y las claves de los principales fundadores de franquicia" a través de su página web.

Ahora todos los interesados pueden descargar gratuitamente haciendo click aquí “GROW. La historia, los secretos y las claves de los fundadores de franquicias” donde se resume la visión directa de algunos de sus principales empresarios a través del conocimiento directo de Eduardo Tormo con cada uno de ellos. Como él mismo indica: “El gran secreto de la franquicia son sus protagonistas” y en este libro que ponen al alcance de todos los usuarios, permite conocer directamente a los secretos de muchos de los protagonistas más singulares de la franquicia. Con su lectura, los emprendedores y empresarios podrán averiguar no solo como otroshan logrado crecer bajo esta fórmula, sino también la forma en que sus empresas pueden conseguirlo y expandirse empresarialmente.

Eduardo Tormo es una de las personas más relevantes en el mundo de la franquicia. Desde Tormo Franquicias Consulting, ha participado directamente en el desarrollo de muchas de las principales empresas franquiciadoras que son hoy mundialmente conocidas y también como inversor especializado ha invertido en algunos de los casos de éxito más relevantes del sector.

En tan solo un año desde su presentación Grow ha presentado tres ediciones impresas y ha alcanzado 8.000 descargas on line
“La necesidad es lo que hace que las empresas franquiciadoras como la mía hayan tenido que crecer. La falta de recursos libera la imaginación de los emprendedores”. Esta frase de Fred de Luca, fundador de Subway; primera red internacional de sándwiches con más de 40.000 establecimientos, se le podría haber atribuido también a José María Fernández Capitán, fundador de 100 Montaditos, en las primeras páginas de este libro. Para el creador del Grupo Restalia, la necesidad de encontrar una fórmula de subsistencia al más puro estilo americano le ha permitido ocupar la posición que tiene, desde sus inicios en Isla Antilla en un local de 19 m2 hasta hoy.

Así se inicia el recorrido por una de las empresas más reconocibles en la historia reciente de la franquicia.

Pero ¿qué les caracteriza a todos?

1. Casi todos ellos se iniciaron con escaso o nulo presupuesto
La gran mayoría de los fundadores de franquicias coinciden en este aspecto. Todos ellos han sido

trabajadores incansables, apasionados por sus proyectos y han reinvertido permanentemente en los mismos. José Mª Fernández-Capitán, fundador de Grupo Restalia es uno de los ejemplos más notorios.

2. En casi todos los casos han sido creadores de “nichos de mercado” o en su defecto han “revolucionado” la forma en que se comercializan sus productos o servicios
Es el caso de 100 Montaditos, Kid&Us, Llao Llao, Granier, Aloha Poke, Infinit Fitness, Sublime, …

3. Se han convertido rápidamente en lideres de los nuevos sectores o subsectores de actividad que han conseguido crear
Crear un nuevo “nicho de mercado” les ha permitido ser lideres en los nuevos sectores de actividad de forma muy rápida. Y si no que se lo pregunten a Hernán Martínez, fundador de Alvato Luxury Detailing; Kiko Medina, fundador de Oh My Cut; Guillermo Fuentes, fundador de Aloha Poké y otros muchos más.

4. Son excelentes comunicadores
Han sabido conectar desde los inicios con los emprendedores y con el mercado. Se han esforzado en transmitir su mensaje en aquellos círculos donde tenían que impactar y han sabido conectar con ellos.

5. Todos ellos no han dudado en prepararse y desarrollar convenientemente sus “proyectos de franquicia”
Sin “proyecto de franquicia” no solo no hay franquicia. No hay organización, ni planificación estratégica ni preparación adecuada para poder convertir “una empresa de éxito comercial, en una organización empresarial desde los inicios”.

6. Y por último todos aportan una “convicción” total en su modelo de negocio.
Convicción en su negocio. Convicción en su capacidad para llevarlo adelante. Convicción en ser capaces de lograr aquello que se plantean y creencia en si mismos para poder franquiciar.

El libro GROW se puede descargar directa y gratuitamente aquí.

Para obtener más información:

Laura Acosta

Coordinadora de Marketing

lacosta@tormofranquicias.es

Tel.: 911 592 558

Datos de contacto:
Laura Acosta
Coordinadora de Marketing de Tormo Franquicias Consulting
911 592 558

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Franquicias Marketing Emprendedores Recursos humanos

---

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es