

Telepizza จับมือหุ้นส่วนท้องถิ่น เปิดแฟรนไชส์บุก ตลาดมอลตา

มาดริด-20 ก.ค.-พีอาร์นิวส์ไวร์/อินโฟเควสท์

- เทเลพิซซ่าเดินทางขยายธุรกิจทั่วโลก ในฐานะแบรนด์ที่กำลังเติบโตในระดับสากล
- เทเลพิซซ่าเลือกผู้ประกอบการมากประสบการณ์เพื่อเริ่มดำเนินธุรกิจในมอลตา โดยจะเปิดร้านแห่งแรกในเมืองสวีอิ ก่อนสิ้นปีนี้
- เทเลพิซซ่าจะใช้ความสามารถทางอุตสาหกรรมและห่วงโซ่อุปทานของบริษัท เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคในมอลตา

เทเลพิซซ่า (Telepizza) บริษัทส่งพิซซ่าที่ตั้งอยู่นอกสหรัฐและมีสาขามากที่สุดในโลก เดินทางกลยุทธ์การเติบโตในต่างประเทศ ด้วยการประกาศทำข้อตกลงมาสเตอร์แฟรนไชส์ฉบับแรกเพื่อเริ่มดำเนินธุรกิจในประเทศมอลตา

รับชมข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียได้ที่:

<http://www.multivu.com/players/uk/7884851-telepizza-franchise-to-open-in-malta/>

โจเซฟ พี แอททาร์ด ผู้ถือสิทธิมาสเตอร์แฟรนไชส์เพื่อเปิดดำเนินการแบรนด์เทเลพิซซ่าในมอลตา มีแผนจะเปิดร้านแห่งแรกในเมืองสวีอิ (Swieqi) ภายในสิ้นปีนี้ และอีก 4 ร้านภายใน 3 ปี คุณแอททาร์ดมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจและเป็นผู้บริหารแบรนด์ร้านอาหารบริการด่วน (QSR) อีกแบรนด์หนึ่งที่ประสบความสำเร็จในประเทศ

นี่คือก้าวสำคัญในการขยายธุรกิจสู่ระดับสากลของเทเลพิซซ่า มอลตาเป็นประเทศที่มีรายได้สูงและตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ โดยมีตลาดที่พัฒนาแล้วและเปิดกว้างอย่างเต็มที่ ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวถึงเกือบ 2 ล้านคนต่อปี จึงถือเป็นแผนการอันยอดเยี่ยมสำหรับแบรนด์ที่จะเสิร์ฟพิซซ่าแฮนด์เมด สดใหม่ อร่อยแก่ผู้บริโภคในประเทศ ด้วยมิตรไมตรีและรูปแบบแปลกใหม่ในราคาที่คุ้มค่า

ปาโบล ฮวนเตกิ ซีอีโอและประธานของเทเลพิซซ่า กล่าวว่า “หลังจากแผนการเปิดสาขาในซาอุดีอาระเบียและอังกฤษเมื่อไม่นานมานี้ เรายินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะประกาศว่าเรากำลังเดินทางสู่ตลาดมอลตา และยินดีต้อนรับคุณโจเซฟในความร่วมมือนี้อย่างยิ่ง เพื่อนำต้นแบบธุรกิจอาหารคุณภาพสูงของเราสู่ใจกลางเมดิเตอร์เรเนียน”

โจเซฟ พี แอททาร์ด กล่าวว่า “ผมมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับองค์กรแห่งนี้ ด้วยคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ที่มีความเฉพาะตัว ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งก็คือพิซซ่าแฮนด์เมด สดใหม่ คุณภาพสูงใน

สไตล์เมดิเตอร์เรเนียน และเทคโนโลยีการขนส่งที่ยอดเยี่ยม ทั้งหมดนี้นับเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกหุ้นส่วนรายใหม่ ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าความสำเร็จในการเป็นหุ้นส่วนครั้งนี้จะทำให้เราเติบโตไปด้วยกัน”

เทเลพิซซ่าจะนำความเชี่ยวชาญและผลงานอันเป็นที่ประจักษ์ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการตลาด เทคโนโลยี และห่วงโซ่อุปทาน มาผนวกเข้ากับจุดแข็งในการดำเนินงานและการบริหารจัดการระดับท้องถิ่นร่วมกับหุ้นส่วน โดยเทเลพิซซ่าจะใช้โอกาสนี้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

มานูเอล ลอร์ริง ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายอุตสาหกรรม การจัดซื้อและโลจิสติกส์ กล่าวว่า “เรามีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะได้แบ่งปันและจัดส่งผลิตภัณฑ์คุณภาพสดใหม่ไม่เหมือนใครให้แก่ผู้บริโภคในมอลตา รวมถึงนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาเยือนประเทศนี้ในแต่ละปี และด้วยระบบห่วงโซ่อุปทานของเทเลพิซซ่าซึ่งประกอบด้วยร้านถึง 1,300 แห่งที่เราจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ในแต่ละวัน ทำให้เราสามารถยกระดับและคงไว้ซึ่งคุณภาพอันยอดเยี่ยมของวัตถุดิบ ตลอดจนความแปลกใหม่ ที่สามารถพบได้ในผลิตภัณฑ์ของเทเลพิซซ่าทั่วโลก”

เทเลพิซซ่าให้การสนับสนุนผู้ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์ทุกรายด้วยความรู้ความชำนาญ การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และความเป็นหนึ่งเดียวกันของแบรนด์ ซึ่งได้มาจากการสั่งสมความเป็นเลิศในการดำเนินงานมานานกว่า 3 ทศวรรษ นอกจากนี้ เทเลพิซซ่ายังรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ด้วยการควบคุมดูแลทุกขั้นตอน ตั้งแต่โรงงานจนกระทั่งส่งถึงมือผู้บริโภค

กลยุทธ์การเติบโตในต่างประเทศ

กลยุทธ์การเติบโตในต่างประเทศของเทเลพิซซ่ามุ่งเน้นไปที่ตลาดต่าง ๆ ที่บริษัทเปิดดำเนินการอยู่แล้ว ตลอดจนสำรวจโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ และการเจาะตลาดใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้วยการเข้าไปดำเนินการเอง ผ่านการเข้าซื้อบริษัทท้องถิ่น หรือผ่านมาสเตอร์แฟรนไชส์

ประมาณ 35% ของร้านพิซซ่าเทเลพิซซ่าทั่วโลกนั้น มีบริษัทเทเลพิซซ่าเป็นเจ้าของและดำเนินงาน ในขณะที่อีกประมาณ 65% เป็นของหุ้นส่วนธุรกิจ ปัจจุบัน บริษัทดำเนินการใน 15 ประเทศ และมียอดขายในต่างประเทศเกินกว่า 30% ของยอดขายทั้งหมดของบริษัท

ข้อมูลสำหรับกองบรรณาธิการ:

เทเลพิซซ่า (Telepizza) เป็นบริษัทส่งพิซซ่าที่ตั้งอยู่นอกสหรัฐและมีสาขามากที่สุดในโลก โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงมาดริด บริษัทนำเสนอพิซซ่าหลากหลายเมนู ตลอดจนเมนูอาหารทานเล่น ซึ่งผสมผสานรสชาติจากนานาชาติ โดยเน้นไปที่การดัดแปลงให้เข้ากับท้องถิ่นและการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ในตลาดที่เทเลพิซซ่าเข้าไปทำธุรกิจ

เทเลพิซซ่าดำเนินงานภายใต้แบรนด์ของตนเองใน 15 ประเทศทั่วยุโรป (สเปน โปรตุเกส และโปแลนด์) ละตินอเมริกา และภูมิภาคอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานผ่านการทำข้อตกลงกับมาสเตอร์แฟรนไชส์ ทั้งนี้ ณ

เดือนธ.ค. 2558 บริษัทมีร้านเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,311 ร้าน (461 ร้านเป็นของบริษัท และอีก 850 ร้านเป็นของ
แฟรนไชส์และมาสเตอร์แฟรนไชส์) และได้ใช้โมเดลธุรกิจแบบแนวตั้งในโรงงานผลิตแป้งพิซซ่าทั้ง 7 แห่ง

ในปี 2558 บริษัทมียอดขายที่ 491.8 ล้านยูโร และมีกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)
ที่ 57.7 ล้านยูโร

<http://www.telepizza.com>

<https://www.facebook.com/telepizza>

Tweets by telepizza_es

ติดต่อ:

Kreab - โทร. +34-917027170

Susana Sanjuan / ssanjuan@kreab.com / มือถือ +34-677-946-805

Francisco Calderon / fcalderson@kreab.com / มือถือ +34-654-642-160

Luis Meseguer / lmesequer@kreab.com

(โลโก้: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20150317/735407-a>)

วิดีโอ: <http://www.multivu.com/players/uk/7884851-telepizza-franchise-to-open-in-malta/>

ที่มา: Telepizza