Telepizza เสริมแกร่งธุรกิจในรัสเซีย เปิดร้านแฟรนไชส์ 15 แห่งในเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก พร้อมขึ้นแท่นผู้นำตลาด

– Telepizza ประสบความสำเร็จในการเปิดแฟรนไชส์ร้านส่งพิซซ่า 15 สาขาในเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก ผ่านทางข้อตกลงมาสเตอร์แฟรนไชส์กับ WWP พร้อมก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาดในภูมิภาคตะวันตกเฉียงเหนือของประเทศ
– WWP มาสเตอร์แฟรนไชส์ของ Telepizza ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการร้านอาหารบริการด่วน (QSR) รายใหญ่ที่สุดในรัสเซีย มีแผนเปิดร้านอีก 16 แห่งภายใน 3 ปีข้างหน้า โดยมุ่งเน้นการลงทุนในเขตตะวันตกเฉียงเหนือของตลาดรัสเซีย

Telepizza ยังคงเดินหน้ากลยุทธ์ขยายธุรกิจไปทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง และครั้งนี้เป็นคราวของตลาดรัสเซีย ด้วยการทำข้อตกลงมาสเตอร์แฟรนไชส์กับ WorldWide Pizzas Plc (WWP) หนึ่งในผู้ประกอบการร้านอาหารบริการด่วน (QSR) รายใหญ่ที่สุดในประเทศ ที่มีประสบการณ์ครอบคลุมด้านการพัฒนาแบรนด์ระดับสากล

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

แผนการดำเนินธุรกิจของบริษัทส่งพิซซ่ารายใหญ่ที่สุดในโลกที่ตั้งอยู่นอกสหรัฐอเมริกา ที่มีรวมกับหุ้นส่วนนั้น นับว่าท้าทายและมุ่งหวังถึงโอกาสในระยะยาว โดยเน้นการลงทุนในเซนต์ปีเตอร์สเบิร์กและเขตสหพันธ์ตะวันตกเฉียงเหนือ แผนขยายธุรกิจอย่างรวดเร็วนี้เริ่มต้นจากการเปลี่ยนร้าน 15 แห่งของแบรนด์พิซซ่าสหรัฐเป็น Telepizza ในเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก ซึ่งการเปิดร้านส่งพิซซ่า 15 สาขาแรกในเซนต์ปีเตอร์สเบิร์กนี้จะครบถ้วนสมบูรณ์เมื่อมีการเปิดร้านอีก 16 แห่งภายใน 3 ปี ซึ่งร้านเหล่านี้จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของ Telepizza ในภูมิภาคนี้ พร้อมก้าวเป็นผู้นำตลาดตะวันตกเฉียงเหนือด้วยร้าน 30 สาขาภายในปี 2562

การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลยุทธ์ต่างประเทศของ Telepizza ซึ่งมุ่งเน้นการเติบโตในตลาดที่บริษัททำธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน ควบคู่ไปกับการเจาะตลาดใหม่ๆ ไม่ว่าจะด้วยการเข้าไปทำธุรกิจเอง หรือซื้อกิจการจากบริษัทท้องถิ่นหรือเปิดแฟรนไชส์

ความยืดหยุ่นและการรู้จักตลาดท้องถิ่นคือกุญแจสำคัญสำหรับการเติบโตในต่างประเทศ

Telepizza มีโมเดลธุรกิจที่แข็งแกร่ง อีกทั้งยังเป็นแบรนด์ที่ได้รับการยอมรับ โดยสามารถปรับตัวเข้ากับตลาดที่

แตกต่างกันได้ ซึ่งช่วยสร้างความยืดหยุ่นให้กับแฟรนไชส์ซี

จอร์โจ มินาร์ดิ ประธาน Telepizza International แสดงความคิดเห็นว่า “เรามุ่งหวังที่จะสานต่อความสัมพันธ์กับ WWP ซึ่งเป็นผู้ที่ช่วยพาเราเดินทางไปตามแผนตีตลาดโลกได้สำเร็จ ด้วยความรู้ลึกรู้จริงเกี่ยวกับตลาดท้องถิ่น ตลอดจนความเชี่ยวชาญของพวกเขาในตลาดสำคัญแห่งนี้ การเปิดตลาดใหม่นี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของเรา ในการปรับตัวและตอบสนองต่อลูกค้าในท้องถิ่นในตลาดที่หลากหลาย ซึ่งสิ่งนี้เองที่เป็นกุญแจแห่งความสำเร็จของเรา”

“ความยืดหยุ่นของโมเดลแฟรนไชส์ บวกกับความสามารถในการตอบสนอง การสนับสนุนจากทีมงานที่มีประสบการณ์ และการบริการที่มีคุณภาพ เป็นองค์ประกอบสำคัญของนักลงทุนที่สนใจที่จะเติบโตไปกับ Telepizza ในตลาดที่มีศักยภาพที่จะเติบโต โดยแบรนด์คอนเซปต์ที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร ตลอดจนผลิตภัณฑ์แปลกใหม่และก้าวล้ำ ซึ่งก็คือพิซซ่าทำมือสไตล์เมดิเตอร์เรเนียนที่สดใหม่และมีคุณภาพ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่เราพิจารณาในการเลือกพาร์ทเนอร์รายใหม่” ดาร์วิน เจ สต็อค ซีอีโอ กล่าว

รัสเซียเป็นตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับ Telepizza เนื่องจากมีการเติบโตของธุรกิจอาหารบริการด่วนอย่างโดดเด่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านบริการส่งพิซซ่า โดยมีแบรนด์จากต่างประเทศเข้าไปเปิดบริการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในช่วงปลายปีที่ผ่านมา

เกี่ยวกับ Telepizza Group:

เราเป็นบริษัทส่งพิซซ่าที่ตั้งอยู่นอกสหรัฐและมีสาขามากที่สุดในโลก โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงมาดริด ประเทศสเปน Telepizza ดำเนินธุรกิจในกว่า 20 ประเทศ ผ่านทางเครือข่ายร้านส่งพิซซ่าที่บริษัทบริหารงานเอง ร้านแฟรนไชส์ และมาสเตอร์แฟรนไชส์ ทั้งนี้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2560 บริษัทมีร้านเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,440 สาขาทั่วโลก ประกอบด้วยร้านของบริษัทเอง 469 สาขา (33%) และอีก 971 สาขาเป็นร้านแฟรนไชส์และมาสเตอร์แฟรนไชส์ (67%)

หากรวมคู่แข่งในสหรัฐแล้ว เราจะเป็นบริษัทส่งพิซซ่าที่มีสาขามากที่สุดเป็นอันดับ 4 ของโลก นอกจากนี้ เรายังเป็นบริษัทส่งพิซซ่าที่มีสาขามากเป็นอันดับต้นๆ ในหลายประเทศ (มีสาขามากเป็นอันดับ 1 ในสเปน โปรตุเกส ชิลี และโคลอมเบีย และมากเป็นอันดับ 2 ในโปแลนด์)

ยอดขายรวมภายในเครือข่ายของเรา ซึ่งประกอบด้วยร้านสาขาของบริษัทเอง ร้านแฟรนไชส์และมาสเตอร์แฟรนไชส์ ได้รับการบันทึกเป็นยอดขายในเครือ ซึ่งคิดเป็น 541.2 ล้านยูโร ในช่วง 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2560

Telepizza จดทะเบียนในตลาดหุ้นบาร์เซโลน่า บิลเบา มาดริด และบาเลนเซีย โดยเริ่มมีการซื้อขายหุ้นตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน 2559 จำนวนหุ้นทั้งหมดอยู่ที่ 100,720,679

ที่มา: Telepizza