

Empresa reinventa imã de geladeira e já conta com 31 unidades de franquias

Geovando Ribeiro, sócio-fundador da Mídia Postal BR, explica como seu negócio proporciona um rendimento de até 140% ao mês aos franqueados

13/09/2016 10:35:07

Microfranquias são famosas pelo baixo investimento inicial, sendo preferidas por pequenos investidores e empreendedores com pouco capital. A Mídia Postal BR é um exemplo. A empresa já conta com 31 franquias e até que complete 50, sua taxa de franquia está isenta para o franqueado.

A marca já está presente em 6 estados brasileiros. A meta é chegar em 120 unidades até 2017. E os rendimentos têm superado expectativas, sendo o sócio-fundador, Geovando Ribeiro. “Em ano de crise, crescemos 775%, oferecendo rendimento de até 140% ao mês aos nossos franqueados”, conta.

Como funciona a Mídia Postal BR

A empresa modernizou o imã de geladeira fazendo com que ele se torne o guia telefônico de serviços e produtos segmentado por cidade ou bairro.

É simples: empresas anunciam na Mídia Postal BR, que cria um imã com os principais telefones da região. A dona de casa recebe este imã e o coloca na geladeira, ponto estratégico da casa. Padarias, pizzarias e outros serviços são o alvo do imã.

E por estar isento da taxa de franquia até que a marca complete 50 unidades, a economia para o franqueado chega a R\$ 80 mil. “Ou seja, não há riscos no investimento e o retorno é imediato”, diz Ribeiro.

O faturamento líquido do franqueado está entre R\$ 6 mil e R\$ 17 mil. Para tal, a rede oferece treinamento em vendas e estratégias. Há ainda assessoria jurídica, contábil e suporte.

Já a margem de lucro líquido do negócio pode variar entre 100% e 140% do faturamento. Segundo a Associação Brasileira de Franchising, a média do lucro líquido de mercado varia entre 10% a 15% sobre o faturamento. “Podemos concluir, portanto, que a Mídia Postal BR tem a mais alta

lucratividade do mercado”, explica Ribeiro.

Microfranquia facilita empreendedorismo

A principal vantagem de se abrir uma microfranquia é o fato de já existir um modelo de negócios testado e lucrativo, ou seja, o empreendedor não inicia um negócio do zero. Como resultado, há vantagem competitiva e um bom retorno no investimento feito.

Franquia possibilita trabalhar em Home Office e economizar com funcionários

Não é necessário ter um ponto comercial – o franqueado pode iniciar os serviços fazendo Home Office. Também não é necessário contratar funcionários – o principal serviço será a prospecção de clientes, que o próprio franqueado poderá fazer.

Já o design para a criação dos anúncios é oferecido pela rede Mídia Postal BR.

E todo o procedimento de abertura da empresa é bem simples. Ao assinar o contrato com a Mídia Postal BR, em 15 dias, franqueado já pode começar a trabalhar. Antes, é feito um treinamento, que pode ser pessoalmente ou por conferência online.

Por que investir em ímãs de geladeira como nova estratégia de publicidade?

A mídia tradicional, como rádio e televisão, há tempos já vem dando sinal de esgotamento. No rádio, por exemplo, o impacto da marca no consumidor é de apenas 30 segundos. Na televisão é até menor.

Embalagens, como saco de pão, têm o impacto máximo de dois dias, enquanto jornais, um dia.

O ímã de geladeira, segundo Ribeiro, tem durabilidade de um ano, sendo bastante superior a outras mídias. “Outra vantagem é a sutileza da mídia, que tem alto nível de envolvimento com o target”, diz.

O “veículo” alcança pequenas e médias empresas, que não têm orçamento para anunciar em mídias mais caras, como rádio e televisão. Empresas de bairro também obtêm vantagens em anunciar na Mídia Postal BR, pois a distribuição pode ser segmentada.

Dados de mercado

A cada campanha realizada, a mídia em ímãs de geladeira atinge cerca de 1500 residências. Assim, consegue impactar, em média, 6 mil pessoas, tendo durabilidade média de um ano.

Na maioria dos casos, os imãs são posicionados na geladeira, ou seja, as empresas interagem com seus clientes em ambiente estratégico e prático, facilitando a conversão em vendas.

Sobre a Mídia Postal BR

A Mídia Postal BR foi criada em fevereiro de 2012 em Minas Gerais. As franquias se abriram em 2015. Atualmente, a marca já conta com unidades em 6 estados brasileiros. É a única agência do Brasil a inovar o tradicional imã de geladeira. Veja mais informações no site (www.midiapostal.com.br).