

Entrevista a Albert Molist, director comercial de Primer

**“Tratamos a nuestros clientes con la máxima atención, siempre como personas y no como simples números.”**

¿Cómo está afrontando PRIMER la actual situación de mercado?

Con realismo, ajustándose a la actual coyuntura, ofreciendo a nuestros clientes las máximas cuotas de flexibilidad y versatilidad. Pero manteniendo nuestro amplio servicio personalizado y de atención al distribuidor.

¿Qué innovaciones importantes ha desarrollado PRIMER en los últimos años?

En primer lugar, un cambio de imagen que se refleja en el diseño del catálogo general. En segundo lugar, y hablando más concretamente de máquinas, PRIMER ha sacado al mercado **la nueva gama de lavadoras industriales de media velocidad** (715-810 rpm); y, en referencia a los Autoservicios, se ofrece al cliente una imagen personalizada y una tecnología a su justa medida. También hemos ido ampliando nuestro catálogo de referencias consiguiendo tener una de las más amplias gamas de productos del mercado, tanto de lavandería semi-industrial como de gran lavandería.

¿Cuál es en estos momentos el “producto estrella” de la firma?

Sin duda, las lavadoras de alta velocidad de



18, 26 Kgs, y toda la gama de secadoras por su relación calidad/precio.

Producto, precio, distribución y comunicación, los cuatro pilares del Márketing Mix. ¿En cuál de ellos es más fuerte PRIMER?

Como fabricantes experimentados que somos, disponemos de un producto eficaz y solvente, a un precio muy competitivo. También tenemos una red de distribuidores

extensa y consolidada. Y respecto a la comunicación cuidamos siempre de tener bien informados a nuestros clientes. Una buena prueba de ello, son nuestros catálogos, en constante renovación y también este PrimerNews.

La personalización del servicio es hoy día un factor de competitividad importante. ¿Cómo trabaja PRIMER este aspecto?

Cada día más PRIMER da importancia a la personalización del servicio. Tratamos a nuestros clientes con la máxima atención, siempre como personas y no como simples números. La atención telefónica ya es muy importante para Primer y a partir de aquí, en todo momento se habla de personas y no de número de cliente o código.

¿Qué diferencia a PRIMER de otras ofertas competidoras?

Que no sólo nos dedicamos a vender, sino que estamos asesorando en todo momento el tipo de maquinaria más idónea para cada proyecto (plano de situación, de instalación, programas adecuados, etc.), para que desarrolle su actividad profesional de la mejor manera.

## Autoservicios personalizados



Autoservicio Primer en Castellón

La tecnología y servicio Primer permiten a los usuarios instalarse un autoservicio a medida



Sede central y planta de producción de Primer en Sant Julià de Vilatorrada

### PrimerNews

© 2012 Primer

Dirección editorial:  
Albert Molist  
Jaume Vilaseca  
Adela Deig

Diseño y realización:  
Boldú Comunicació SL



Comerç, 6-12  
08504 Sant Julià De Vilatorrada  
(Barcelona)  
Tel. + 34 938 122 770  
+34 608 351 407  
Fax.+ 34 938 122 771  
info@primer.es  
[www.primer.es](http://www.primer.es)

### I+D

**Nuevo sensor de humedad: ahorro energético**



### MARKETING

**Cálculo de lavandería para colectividades**



### ENTREVISTA

**Al habla con el director comercial de Primer**



# Primer, especialista en instalación de autoservicios personalizados

En el último trimestre y con maquinaria de última generación, Primer ha realizado importantes instalaciones en diversas ciudades de la geografía española.

## Los parámetros del éxito de un autoservicio

En el mundo actual de la globalización, en que las fronteras entre estados van desapareciendo y el movimiento migratorio es constante, se produce una rotación de personas considerable. Esto, junto con el modelo universitario descentralizado, hace que surja la necesidad de las lavanderías autoservicio. A la hora de montar una lavandería autoservicio hay que tener en cuenta una serie de puntos muy importantes que detallamos a continuación.

**La ubicación:** para este tipo de negocio es básico priorizar zonas en las que haya estudiantes, inmigración, hospitales, turismo, zonas portuarias, etc.



**El local:** tiene que cumplir con los mínimos necesarios requeridos para la instalación y correcto funcionamiento de este tipo de maquinaria como son salida de humos, entradas de agua, desagües, etc.

**La capacidad:** es fundamental considerar detenidamente qué tipo de máquinas son las precisas para poder dar la máxima satisfacción a los usuarios.

**Tipo de autoservicio:** es importante escoger el tipo de autoservicio más funcional para la zona elegida. Los autoservicios pueden funcionar con Monedero, Fichero, indistintamente Monedero-Fichero o bien con Central de Pago. PRIMER colabora estrechamente con sus clientes, en el diseño y el proyecto del autoservicio.

## I+D - Nuevo sensor de humedad

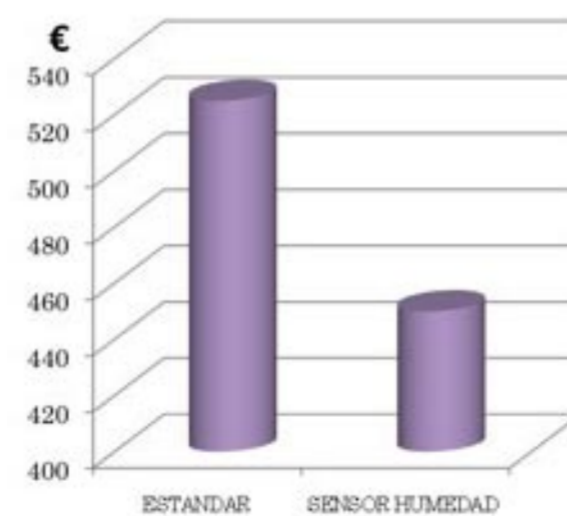
# Ahorro, eficiencia y sostenibilidad



más eficiente y respetuosa con el medio ambiente ya que la máquina siempre consumirá la energía justa para secar la ropa con el grado de humedad residual deseado. Es por tanto también, una solución técnica para proteger la ropa de posibles sobrecalentamientos que la puedan dañar y conseguir diferentes grados de humedad que nos puedan interesar en procesos posteriores. Y todo ello, a un precio más económico que nunca gracias al nuevo sensor optimizado.

Sirva de ejemplo esta comparativa del coste energético mensual de un secador estándar (DS-26 E) con su equivalente con el nuevo sensor de humedad

COSTE ENERGÉTICO EN UN MES



Ya está disponible el nuevo sensor de humedad opcional para nuestras secadoras con control digital PM.

Este nuevo dispositivo es económico y está integrado al PM de manera que no necesita display auxiliar y se programa/edita a través del microprocesador.

Se ha creado un kit especial para adaptar las secadoras puestas en marcha con anterioridad a la existencia de este nuevo sensor de humedad. Se puede pedir ya con la referencia 8V000092 y será necesario para secadoras con versión de software anterior a la 151 (nº de máquina inferior a 70038)

Se trata de una gran oportunidad para disponer de una secadora

## MARKETING

# Cálculo de lavandería para colectividades

### HOTELES 5 \*

Un cambio diario, día y plaza

Sin alboroz

Plana = 1,450 Kg - 62%

Rizo = 0,890 Kg - 38%

Con alboroz

Plana = 1,450 Kg - 46%

Rizo = 1,690 Kg - 54%

### HOTELES 3 \*

Tres cambios a la semana

Plana = 0,625 Kg - 41%

Rizo = 0,890 Kg - 59%

### HOTELES 2 \*

Dos cambios a la semana

Plana = 0,416 Kg - 32%

Rizo = 0,890 Kg - 68%

### RESIDENCIAS

Tres cambios a la semana de sábanas, toallas y ropa de forma

Plana = 0,625 Kg - 44%

Rizo = 0,585 Kg - 41%

Forma = 0,215 Kg - 15%

Dos cambios a la semana de sábanas y toallas; tres la ropa de forma

Plana = 0,416 Kg - 40,7%

Rizo = 0,390 Kg - 38,2%

Forma = 0,215 Kg - 21,1%

### RESTAURANTES

por plaza

Plana = 0,330 Kg - 100%

