



## MRW renueva sus oficinas con un nuevo concepto de franquicia

- La empresa de paquetería apuesta por un ambiente acogedor y transparente que propicia la comunicación
- El nuevo diseño cuenta con un mobiliario funcional y exclusivo con los colores corporativos de la nueva identidad MRW
- El doble check de la W del logo se convierte en un elemento clave para reflejar los valores de una compañía que apuesta por estar a la vanguardia

Barcelona, 13 de noviembre de 2018.- **MRW**, la empresa de transporte y paquetería urgente con más de 40 años e inmersa en un plan de renovación, **ha apostado por una renovación de sus oficinas** a partir de la nueva identidad corporativa que la marca estrenó a principios de año. Con el objetivo de consolidar su liderazgo en el sector y adaptarse a los nuevos tiempos, la compañía se ha planteado la necesidad de rediseñar un nuevo concepto de franquicia que refleje sus valores y objetivos estratégicos actuales.



“El rediseño de las oficinas es parte de una sumatoria de acciones que venimos haciendo en MRW para seguir siendo líderes en un mercado donde la marca busca expresarse de forma clara y potente, con una identidad reconocible. Las nuevas oficinas buscan reflejar el nuevo posicionamiento de MRW centrado en la eficiencia y entrega en el servicio. Nuestro objetivo es desarrollar un nuevo concepto de retail para MRW”, explica Jordi González, Director de Franquicias de [MRW](#).

Los **nuevos espacios MRW** favorecen la cercanía con el cliente **creando un ambiente acogedor y transparente que mejora la comunicación**. Gracias a innovadoras soluciones, las nuevas oficinas se organizarán con el objetivo de ofrecer un servicio cómodo y eficiente. Además, de ir incorporando la última tecnología. El nuevo diseño apuesta por zonas definidas para distintas tareas

dentro de la franquicia, un mobiliario exclusivo y funcional, los colores corporativos de la nueva identidad MRW y el doble check en el que se ha reconvertido la W del logo propio de las redes sociales.

“Nuestro claim actual es ‘Entregados’, una filosofía de empresa más actual y acorde a la Era Digital en la que vivimos y al ecommerce. Ese doble check simula nuestra doble entrega como empresa. Creemos firmemente que el cambio en las oficinas aportará



muchas ventajas para poder hacer frente a las nuevas necesidades de los clientes”, asegura Jordi González.

En enero, la empresa de paquetería comenzará a implantar de forma gradual este nuevo concepto en todas las oficinas. Estos cambios han sido presentados en la **Convención de Marca 2018** que MRW celebró ayer lunes 12 de noviembre en Madrid. Además de la *Presentación del nuevo Look&Feel Franquicia*, los asistentes también tuvieron una ponencia sobre la *Transformación digital y Marca* de la mano de Andy Stalman.

**Acerca de MRW.-** <http://www.mrw.es>

El Grupo MRW nace en 1977. De capital 100% nacional y con una facturación anual de 1.000 millones de euros en todo su perímetro. Es la marca de transporte urgente para envíos nacionales e internacionales con mayor implantación, más de 10.000 personas están vinculadas a la marca en más de 550 franquicias y 56 plataformas logísticas en Andorra, España, Gibraltar y Portugal. El Grupo realiza una media de 62 millones de envíos anuales, aportando soluciones de negocio concretas para todo tipo de empresas y particulares. MRW ha sido pionera en la implantación del e-Commerce y se ha convertido en especialista del sector. Valores diferenciales de MRW son Compromiso, Eficiencia, Transparencia, Innovación y el perfeccionamiento, día a día, de la calidad del servicio.



Para más información:

**Ana Romero**

Tech Sales Comunicación - Gabinete de Prensa

665 02 92 56 – 93 303 22 70

[ana@techsalesgroup.es](mailto:ana@techsalesgroup.es)