

La gran ventaja de Selyco es que sus profesionales conocen el sector y la cadena Retail

Con oficinas en Barcelona, Madrid y Lisboa; Selyco presta servicios en el sector del marketing promocional, del outsourcing y de las Nuevas Tecnologías en todo el territorio nacional e internacional. Su herramienta de reporting se adapta a cada campaña y cliente.

Selyco es una empresa joven, dinámica y flexible a los cambios y a las necesidades de sus clientes. **Jordi Mach**, su responsable del área comercial, y **Miguel Ortega**, su CEO y responsable del área financiera y de gestión, explican que esta compañía nació en febrero de 2014 con la intención de dar servicio a los fabricantes en el punto de venta. Su plantilla está formada por un equipo comprometido, cercano y altamente profesional, que posee amplia experiencia en Marketing, en Recursos Humanos, en Nuevas Tecnologías, en gestión de empresas y en externalización de servicios. *“Creímos que había una serie de carencias en este tipo de servicios”*, declara Mach.

Ambos responsables glosan los servicios que ofrece Selyco a sus clientes. Uno de ellos es la promoción en el punto de venta. *“Desde llevar un promotor al punto de venta a prescribir una marca en concreto y a intentar que el volumen de ventas de cierto fabricante crezca”*, aclara Mach. Habla de la figura del gestor en el punto de venta. Éste visita los puntos de venta de los retailers con varios fines: aumentar el *sell out* del producto de la marca que representa, ganar confianza con los vendedores, mejorar lo que es la visibilidad del producto en el punto de venta, dar información y formación de producto, instruir sobre la colocación de producto destacado y mejorar la gestión de stock.



DE IZQ. A DCHA. MIGUEL ORTEGA Y JORDI MACH



Otro perfil es el de la figura comercial, que también se dedica a los pedidos, brindando apoyo comercial y siendo una labor más senior. Otro servicio de Selyco es la selección de personal, en base a un perfil determinado que solicite el fabricante. Es decir, hacer una selección entre varios finalistas para que escoja el cliente. En Selyco; son especialistas en encontrar talento, tanto en outsourcing como en la externalización de los servicios de selección.

Por otro lado, Selyco organiza eventos y efectúa un reporting. Ortega señala que han desarrollado una herramienta propia de reporting. *“La hemos adaptado al sector en el que nos movemos y al perfil que gestionamos. Es una herramienta única que le da una visibilidad muy elevada al cliente de lo que sucede en el punto de venta. Es una herramienta que utilizamos*

para medir la efectividad de los promotores. Así, el cliente puede ver la visibilidad de la campaña. Sería un 'business intelligence'. El cliente ve la información en directo de lo que está sucediendo", comenta. La ventaja que tiene es que es "totalmente personalizada a cada cliente, a cada campaña, a cada proyecto". "Cada campaña tiene su configuración y su sistema inteligente de análisis. Es muy camaleónica y rompemos con las herramientas estándar", asevera.

Están añadiendo más tecnología a la herramienta de reporting: control de accesos, control de posiciones de los promotores e información sincronizada con el cliente. Ortega manifiesta que "evoluciona a una velocidad muy alta y con unas capacidades muy novedosas, que no había en el mercado".

Mach habla de la parte de promoción y de la parte de field sales. Sus "servicios más pujantes son aquellos en los que los comerciales y los gestores visitan el punto de venta". La figura del field sales suele ser permanente. En el caso de la promoción, los hay permanentes, pero luego están campañas determinadas, como la de vuelta al cole o la de Navidad.

Ortega indica que tienen un grupo de empresas de servicios en el que está Selyco. La más potente de todas es Ibertour Empresas, que está especializada en viajes de empresa. "Uniendo sinergias, abrimos otros mercados, como es el de Marketing, con Selyco. Y viendo las necesidades del mercado en otros sectores; hemos puesto en marcha Sinergia, que es una compañía de programación. Está focalizada en un trabajo de consultoría de necesidades de mercado y en un posterior desarrollo para cubrir esa deficiencia. Igualmente, es la encargada de

efectuar las actividades de reporting. Tenemos un equipo especializado", confirma Ortega.

Muy ambicioso

Preguntados por los objetivos de Selyco, Mach contesta que "el plan de crecimiento es muy ambicioso". Afirma que están creciendo en facturación, en clientes y en sectores. "La mayoría de los que componemos Selyco somos del sector IT; pero abrimos Gama Marrón, Gama Blanca y PAE. Somos muy ambiciosos y nos planteamos un crecimiento importante y lo cumplimos a rajatabla", expresa. "Tenemos los clientes más importantes de informática, de accesorios y empezamos a tener los clientes más importantes de Gama Blanca, Bricolaje, Farmacia y PAE. La mayoría, multinacionales. Tenemos un volumen de promotores y personal de calle elevado. Tenemos clientes buques insignia. También en Telefonía. En PAE, estamos empezando, pero estamos teniendo buenos resultados", relata.

"La gran ventaja de Selyco con respecto a nuestros competidores es que conocemos perfectamente este sector y la cadena Retail. Tenemos todos los contactos de las centrales de compra y de los puntos de venta por nuestra experiencia. Destacaría también el reporting, que es algo diferenciador, que no tiene nadie. Puedes seguir en tiempo real la evolución de las campañas y de los servicios", asegura.

"Y tenemos proactividad", prosigue Ortega. "Si un cliente apuesta por una campaña y vemos que el resultado no es bueno, hacemos valoración del éxito y proponemos alternativas y soluciones para incrementar los resultados", acentúa. Su cometido es convertir las campañas en éxitos. "Y crecer con los clientes", concluye Mach. ■

Valor añadido al canal con AlertaPhone

El grupo de empresas al que pertenece Selyco ha adquirido AlertaPhone, una compañía de reparación de móviles que se dirige tanto a B2B como B2C. Es un servicio técnico de reparación express de smartphones y tablets que permite reparar el dispositivo dañado en uno de sus centros oficiales en una hora, con servicio de mensajería en toda España en 48 horas o a domicilio. Jordi Mach señala que reparan dispositivos móviles de cualquier marca y que "AlertaPhone ofrece recambios originales e inmediatez". Entrega un año de garantía sobre la reparación. De cara al futuro, "hay un plan muy ambicioso de ampliación de puntos de servicios de AlertaPhone". El motor es la web (www.alertaphone.com). La gente la consulta, los ubica y hace el trámite de reparación. "Pero la idea es ampliar los puntos de reparación por toda España, a través de los retailers y de la web", informa Mach.

Miguel Ortega indica que hay tres canales de captación de clientes. "El B2C, que es nuestro portal de reparación online. Con tres servicios: puedes venir a nuestra oficina central; mandamos recoger el terminal y lo devolvemos o se repara en la propia casa del cliente. En el B2B, trabajamos el canal corporativo. Hacemos la reparación en la oficina, por un tema de protección de datos y de seguridad. Así, los terminales no salen de su control. Nuestro proyecto de expansión es el B2B2C. Esto es alcanzar acuerdos con cadenas de distribución, canal Electro, canal Retail, para llegar al cliente en su localidad. Es para que no tenga que mandar el teléfono por mensajería, sino que haya un punto de reparación en su localidad. O sea, tener un punto de AlertaPhone en sus tiendas", detalla. Mach manifiesta que, de esta manera, AlertaPhone pone a disposición del canal Electro su infraestructura y su conocimiento. "El canal Electro está sufriendo y tiene que ofrecer una alternativa para continuar con el cliente. Este servicio da además un margen muy interesante y no conlleva riesgo; porque los profesionales, la infraestructura y stock lo damos nosotros. Aportamos valor añadido, tráfico, profesionalidad, servicio y facturación a la tienda", razona. Ya hay más de 11.000 clientes que confían en AlertaPhone.

