

Proyecto final marketing y publicidad

Nicolás Climent Peiró

Empresa: Saysimple

Responsable de la empresa:
Christian Navarro

Tutor del trabajo:
Nuria García

Curso: 2023-2024

Resumen del proyecto y palabras clave

Resumen del proyecto

Tras una breve introducción sobre la temática del TFC, el trabajo comienza con la contextualización de la empresa donde se hacen las prácticas, Sayscale: La actividad que realizan y donde se encuentran dentro de su sector, misión, visión, valores y el manual de identidad, además del análisis de la competencia (desglosando las ventajas e inconvenientes de los competidores)

Posteriormente se aborda el análisis del entorno general y específico a través de varios análisis los cuales sirven para conocer distintos entornos y puntos de vista de la empresa, así como el análisis Pestel, las 5 fuerzas de Porter y un análisis DAFO, donde se revisan los factores internos, como las debilidades y las fortalezas, y los factores externos como las amenazas, y las oportunidades de Sayscale.

Dentro del Plan de recursos humanos, se revisará el organigrama de la empresa, la relación que hay entre los distintos departamentos, remarcando la ubicación del alumno en prácticas. Se identificarán las funciones de los puestos de trabajo y los sistemas que tiene cada uno.

El plan de marketing incluye la segmentación y público objetivo, las estrategias que siguen para posicionarse, las herramientas del marketing, la relación con el cliente y los canales de distribución tanto en el mercado local como en el internacional.

El marketing y diseño digital integrará el análisis y valoración de la presencia online de la empresa, con la elaboración de un plan de mejora online, una nueva propuesta de logo, un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores y finalmente una extensa propuesta de mejora.

Completando el TFC, se ha definido el puesto de trabajo y sus objetivo en la empresa, reseñando el papel que se desempeña y describiendo las tareas, tanto las habituales como las esporádicas y el tiempo dedicado a cada una, las relaciones interdepartamentales y entre las oficinas (Holanda-Valencia), la disponibilidad de salidas en el horario laboral, la documentación y programas manejados para el desarrollo del trabajo, las condiciones ambientales en la oficina y la posible existencia de riesgos laborales. Se analiza el horario y el plan de acogida a la llegada a la empresa y la formación requerida para el puesto.

Palabras clave:

- Prácticas profesionales
- Saysimple
- Startup
- Marketing
- Sector Tech

Índice

Resumen del proyecto y palabras clave	2
Introducción	6
1 Antecedentes y contextualización de la empresa	7
1.1 Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.	7
1.2 Estructura y organización empresarial del sector y análisis de la competencia.	7
1.3 Misión ,visión y valores de Saysimple.	9
1.4 La cultura de la empresa	11
2 Análisis del entorno general y específico	13
2.1 Análisis pestel	13
2. 2. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.	14
2. 3. Análisis DAFO-CAME.	16
3 Plan de recursos humanos	20
3.1 Organigrama de la empresa. Relación entre departamentos.	20
3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.	21
3.3 Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa.	22
4 Plan de marketing	22
4.1 Segmentación y Público Objetivo	22
4.2 Estrategia de Marketing	23
4.3 Herramientas del marketing operativo	24
4.4 La relación con el cliente	26
4.5 La distribución en el Mercado local e internacional,	26
5 Marketing y diseño digital	27
5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración.	27
5.2 Elabora un plan de mejora online con acciones a llevar a cabo	27
5.3 Realiza una nueva propuesta de logo y justifícalo.	29
5.4 Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales.	31
5.5. Propuesta de mejora	32
6 Definición de puesto de trabajo	33
6.1 Objetivos del puesto	33
6.2 Descripción de tareas	33
6.3 Relaciones	35

6.4 Disponibilidad	35
6.5 Documentación	36
6.6 Ambiente	36
6.7 Riesgos	37
6.8 Dedicación	37
6.9 Integración	37
7 Conclusión y reflexión final	39
7.1 Proceso de introspección	39
8 Bibliografía	40

Índice de figuras

Fig 1 State of Omnichannel Shopping – Statistics and Trends	8
Fig 2 Sobre nosotros Saysimple	10
Fig 3 Organigrama Saysimple	20
Fig 4 SEM Saysimple	23
Fig 5 Podcast Startup Valencia Saysimple	24
Fig 6 saysimple en e-show feria	25
Fig 7 Tarifas antiguas Saysimple	27
Fig 8 Tarifas nuevas Saysimple	28
Fig 9 web antigua Saysimple	28
Fig 10 web nueva Saysimple	29
Fig 11 Publicidad Saysimple	29
Fig 12 Logo antiguo Saysimple	30
Fig 13 Logo nuevo Saysimple	30
Fig 14 Banners Saysimple	31
Fig 15 LinkedIn actual saysimple	32
Fig 16 Propuesta LinkedIn Saysimple	32
Fig 17 Calendar Nicolás Climent	33
Fig 18 DEMO con una empresa	34
Fig 19 DEMO con una empresa	34
Fig 20 Comida con todo el equipo	38
Fig 21 El equipo jugando a padel	38
Fig 22 El equipo en un partido de fútbol	38

Introducción

Tras finalizar los estudios teóricos del ciclo superior de marketing y publicidad, es necesario hacer las prácticas en empresas. La intención era encontrar una empresa con presencia internacional, ya que los objetivos son mejorar el conocimiento sobre el sector Tech con un enfoque en marketing y ventas, adquirir experiencia laboral en este sector, y a la vez, reforzar el nivel de inglés.

Entre todas las empresas ofertadas existía una que cumplía todos los requisitos: Saysimple, que ofrece una plataforma de comunicación omnicanal para las empresas, con sede en Holanda, y oficina en Valencia. Se contactó con la empresa a través de un ex alumno que colabora con la Universidad Europea, y confirmó que aceptan a estudiantes en su empresa.

La finalidad de estas prácticas es, no sólo aprender de esta experiencia, sino también aportar valor a la empresa, con los conocimientos y habilidades adquiridos previamente en el ciclo superior de marketing y publicidad. Se ha elegido hacer el trabajo de fin de ciclo (TFC) sobre las prácticas, para compartir la experiencia y los aprendizajes adquiridos durante esta última etapa de la formación.

1 Antecedentes y contextualización de la empresa

1.1 Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.

Saysimple se posiciona como un SaaS (Software as a Service), centrando su actividad principal en la venta de un software o plataforma de comunicación omnicanal dirigida a empresas. Esta plataforma ofrece a las empresas la capacidad de clasificar, recibir y enviar mensajes desde diversos canales a través de un único punto de acceso.

Con 8 años de trayectoria, Saysimple ha logrado consolidarse y tener una porción significativa del mercado, situándose actualmente como una de las empresas líderes en el ámbito de la comunicación omnicanal tanto en España como en Holanda.

Según la definición de su página web¹, *"Somos Saysimple. Somos expertos en mejorar las conversaciones con los clientes. Proporcionamos a nuestros clientes la capacidad de ofrecer la calidad de servicio que sus clientes merecen."*

Saysimple fue pionera en su creación, hace 8 años, y continúa siendo una opción sólida para muchas empresas. Mantiene una buena cuota de mercado, si bien tiene grandes competidores, económicamente más fuertes, que cuentan con más programadores y pueden implementar mejoras más rápidamente.

Por este motivo, la empresa está considerando levantar una ronda de financiación de aproximadamente 2 millones de euros para mejorar su producto.

1.2 Estructura y organización empresarial del sector y análisis de la competencia.

El sector tech cada vez está teniendo mayor impacto, y por lo tanto más capitalización de mercado, ya que facilita el trato cliente-empresa. Según

Respond.io² (plataforma de comunicación omnicanal), “el 90% de los clientes prefiere una comunicación omnicanal”.

Según invespro.com³. “Está demostrado que las empresas con estrategias omnicanal eficaces retienen al 89 % de sus clientes , frente a la tasa de retención del 33 % de las empresas con una débil participación omnicanal de los clientes”.

Fig 1 State of Omnichannel Shopping – Statistics and Trends



Fuente: Obtenido de <https://www.invespro.com/blog/state-of-omnichannel-shopping/>

La omnicanalidad tiene beneficios tanto para el cliente como para la empresa , tal y como refleja Julián Lorenzo en su artículo La omnicanalidad: transformando la experiencia del cliente y la competitividad empresarial⁴.

Así pues, y según datos publicados, el sector Saas, y especialmente las empresas de comunicación omnicanal, van a tener cada vez más relevancia, gracias a la facilidad que otorga a las empresas y a los clientes.

Es un sector con una tendencia alcista, tanto en creación de empresas como de clientes. Esto es debido a que la tecnología y las redes sociales forman parte cada vez más del día a día de las empresas, por lo que a mayor uso de las redes sociales, más necesidad de control de estas.

Se ha visto un aumento exponencial de competidores en los últimos años.

Los principales competidores y sus ventajas e inconvenientes son:

- **Trengo**⁵: Son una competencia por su calidad (ligeramente superior a Sayscale) pero como desventaja, sus precios son más altos.

Saysimple busca diferenciarse de ellos mediante funciones distintas , como el WhatsApp Broadcasting (con la tarifa grow). Y la principal diferencia por la que están mejor posicionados es que Trengo es Meta Business Provider (Saysimple no lo es) .

- **Manycontacts**⁶: Ofrecen un servicio muy similar a Saysimple; como ventajas tienen una prueba totalmente gratis de 30 días, (de la cual carece Saysimple), el onboarding es muy sencillo de hacer, y no requiere de ningún proceso de demo, lo cuál agiliza mucho los tiempos. La principal desventaja de Manycontacts es que solo tienen una tarifa, por lo que su público objetivo es mucho más reducido, y son poco flexibles en los precios, como sí lo son en Saysimple.
- **Blip**⁷: Son una plataforma muy similar a Saysimple, y se considera competencia directa debido a que están invirtiendo mucho en publicidad online en España, y ya trabajan con clientes mucho más grandes que los de Saysimple. Además, son Meta Business Provider. Por contra, los precios están omitidos en su página web y en algunos casos puede suponer un “deal breaker”(factor decisivo para la contratación por el cliente).
- **Respond.io**⁸: Su plataforma es muy similar, su principal ventaja y diferencia son las integraciones que tienen, ya que disponen de integraciones con Hubspot, Pipedrive y Salesforce. Una desventaja es que sus tarifas son mucho más elevadas de lo habitual.

1.3 Misión ,visión y valores de Saysimple.

La **misión** de Saysimple es “*construir relaciones más sólidas entre las empresas y sus clientes*” según consta en su su página web¹

La **visión** es convertirse en un proveedor líder de soluciones SaaS para la gestión de comunicaciones y relaciones con los clientes, ayudando a las empresas a mejorar su servicio al cliente y aumentar su satisfacción

Factores que definen Saysimple

En su web, constan su eslogan y sus principales estándares.

Su eslogan es **“Ponte en contacto, mantente en contacto”**, con lo que se pretende que las empresas se mantengan en contacto con sus clientes, y pueden contactar con ellos de una manera sencilla y eficiente

Fig 2 Sobre nosotros | Saysimple



Fuente: Obtenido de <https://saysimple.com/es/sobre-nosotros/>

Sus principios son (página web) ¹

- **Curiosidad:** **“Buscamos constantemente nuevos enfoques, nuevas soluciones y vemos los límites como desafíos”** Es decir buscan proactivamente como mejorar, como aportar más al cliente, cómo mejorar su producto, etc.
- **Cooperatividad:** **“Nuestra colaboración se basa en todo momento en la confianza y el apoyo mutuo.”** Ya que ellos colaboran normalmente con otras empresas, mediante integraciones con application programming interface (API), y siempre buscan que la satisfacción sea mutua entre la empresa y Saysimple

- **Dinamismo:** “Actuamos con resolución, energía y propósito” Por este motivo, una de sus principales fortalezas es la atención al cliente, buscando siempre la mayor agilidad y calidad en la resolución de incidencias y problemas.

1.4 La cultura de la empresa

La cultura

En Saysimple intentan que su cultura se vea reflejada también en la imagen, la cual es similar a una cultura de startup, en la que sus principales valores son:

-La **velocidad**, que es una prioridad clave. La empresa se mueve con rapidez para satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes y del mercado. Sus procesos son ágiles y eficientes, lo que permite una respuesta rápida a cualquier desafío que se presente.

-La **flexibilidad**: un valor fundamental en Saysimple. La estructura organizativa de la empresa es adaptable, lo que le permite ajustarse rápidamente a nuevas situaciones y oportunidades. Se fomenta una mentalidad abierta y una disposición para explorar nuevas ideas y enfoques.

-La **confianza**: Es un pilar básico en Saysimple. La empresa cree en la autonomía y la responsabilidad individual, lo que fomenta un ambiente de trabajo en el que cada miembro del equipo se siente empoderado para tomar decisiones informadas. Se promueve la transparencia y la honestidad del equipo.

-La **innovación** está arraigada en esta empresa y está constantemente buscando nuevas formas de mejorar y ofrecer soluciones únicas a sus clientes. Se fomenta la creatividad y la experimentación, animando al equipo a pensar de manera innovadora en todo lo que hacen.

-La **experimentación** está muy valorada. Se anima al equipo a probar nuevas ideas y enfoques, incluso si implican riesgos. Se aprende de los errores y se utiliza la retroalimentación para mejorar constantemente.

-La **comunicación** tiene un papel esencial. La empresa se esfuerza por mantener canales abiertos de comunicación dentro del equipo y con los clientes. Se valora la escucha activa y se busca comprender las necesidades y preocupaciones de todos los involucrados.

-Se fomenta una **cultura de equipo** sólida en SaySimple. La empresa cree en el poder del trabajo colaborativo y en la importancia de construir relaciones sólidas entre sus miembros de equipo.

Identidad corporativa, manual de identidad.

En Saysimple disponen de un manual de identidad muy extenso. Para resumir, se exponen los dos colores principales: el color morado de su logo, (el #733FFF), y el azul claro de las rayas del logo, (el #E3D8FF). Se va a exponer el manual de identidad del nuevo logo, ya que el alumno participó activamente en la realización. En esta presentación se puede ver el manual de identidad más en detalle⁹.

2 Análisis del entorno general y específico

2.1 Análisis pestel

Se va a realizar un análisis PESTEL, análisis de 6 factores externos que pueden afectar a Saysimple, lo que sirve para conocer la situación presente y para analizar situaciones futuras posibles.

- En el entorno **político**, lo cual se refiere a regulaciones legislativas que pueden influir en la empresa, podría verse afectada por legislaciones que regulan la protección de datos, dado que maneja información de múltiples clientes. Esto podría generar restricciones en la recopilación y utilización de datos, lo que puede impactar en la operatividad del negocio.
- En términos **económicos**, lo que suponen cambios económicos a nivel nacional e internacional, la globalización podría presentar tanto oportunidades como amenazas. Por un lado, la facilidad de acceso al mercado podría permitir la entrada de nuevos competidores y también de clientes internacionales, facilitando la entrada en países en los que aún no tienen presencia. Por otro lado, factores macroeconómicos como tasas de interés, inflación, entre otros, etc, podrían influir en la capacidad adquisitiva de los clientes y, por ende, en la demanda de los servicios de la empresa.
- El entorno **sociocultural**, el cual representa las preferencias de los clientes, puede influir en la demanda de los servicios de la empresa, ya que cambios en las preferencias y comportamientos de los consumidores pueden afectar la forma en que las empresas se comunican con sus clientes. Además, la creciente preocupación por la privacidad de los datos podría impactar en la disposición de los clientes a compartir su información personal. Es cierto que hay una tendencia a tener todos los canales en una misma plataforma, y a agilizar la comunicación con los clientes por parte de las empresas.
- El entorno **tecnológico**, es decir, los avances tecnológicos son críticos para la empresa, dado que la evolución en este campo puede marcar la

diferencia en un mercado altamente competitivo. Mantenerse al día con las últimas tendencias tecnológicas es esencial para seguir siendo relevante y competitivo en el sector.

- Aunque el entorno **ecológico**, es decir, las tendencias a nivel medioambiental, puede tener un impacto menor en comparación con otros factores, la creciente preocupación por el medio ambiente podría impulsar oportunidades para desarrollar soluciones y servicios que promuevan la sostenibilidad y la reducción del impacto ambiental.
- En el entorno **legal**, lo que representa las normas a las que Saysimple debe ceñirse, la empresa debe estar informada de las leyes y normativas relacionadas con el sector tech, ya que cambios en dichas regulaciones podrían tener un impacto significativo en las operaciones de la empresa. Existe en Saysimple un departamento de administración pendiente de los cambios legislativos que pueden afectar a la empresa.

2. 2. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.

Las 5 fuerzas de Porter ayudarán a entender la posición de Saysimple en el mercado, para detectar y anticipar a las tendencias del mercado.

1- Poder de negociación de los clientes:

Actualmente, y es algo que va a seguir aumentando, el consumidor tiene un poder de decisión muy grande, ya que cada vez hay más competencia, por lo que es alguien al que hay que tener muy presente, todo esto provoca que tengan la capacidad de exigir más a las empresas ofertantes. El poder de negociación de los clientes se considera moderado, ya que los precios tienen cierta flexibilidad dentro de un rango establecido. Además, la oferta de varias extensiones o add-ons otorga a los clientes la posibilidad de seleccionar lo que realmente necesitan, limitando su poder de negociación. Sin embargo, en el caso de empresas grandes, que requieren servicios a mayor escala, los clientes pueden tener más influencia y la empresa suele ser más flexible para retenerlos. Actualmente los clientes disponen de mayor poder debido al

creciente de aumento de la competencia, lo que aumenta sus posibilidades de elección y de cambiar de proveedor, en caso de que no estén satisfechos, hecho habitual en el sector tech.

Los clientes principales, y los que más revenue le ofrecen a la empresa son concesionarios. Algunos de ellos son todos los concesionarios de Audi de España retail, varios concesionarios de Peugeot o varios concesionarios de Seat en Cataluña, y se está haciendo todo el proceso de onboarding por lo que en poco tiempo se llevará a cabo. También hay clientes puntuales de diversos sectores, así como Verdnatura, Cooltra, Percent inmobiliaria, o Adecco.

2-Poder de negociación de los proveedores: Este es un factor que afecta bastante a Saysimple, ya que toda su estructura de negocio depende de ciertos proveedores. La empresa no depende de proveedores tradicionales, sino de empresas de software como Amazon Web Services, Hubspot o Message Bird. Estos proveedores son empresas grandes y con una base de clientes considerable, lo que les otorga un alto poder de negociación. Sin embargo, Saysimple es una empresa pequeña, con escasa capacidad de negociación directa con los proveedores.

3-Amenaza de productos o servicios sustitutos: Los productos sustitutos son productos que pueden reemplazar de una manera muy similar a la plataforma de Saysimple. No hay servicios sustitutos directos para las plataformas de comunicación omnicanal. La única alternativa consiste en responder a los mensajes manualmente a través de diferentes canales, lo cual es menos eficiente en comparación con el software ofrecido por la empresa. Aunque algunos clientes aún recurren a métodos manuales, reconocen la necesidad de una plataforma omnicanal para mejorar su eficiencia, lo que reduce la amenaza de servicios sustitutos. Un servicio sustitutivo similar, podría ser los chats con Inteligencia artificial, hechos por las propias empresas, pero supondría una pérdida de tiempo para estas empresas, ya que, al no disponer de una plataforma omnicanal, tendrían que invertir tiempo entrando en cada red social para contestar a los mensajes de los usuarios.

4-Amenaza de entrada de nuevos competidores: El sector tech, pero más en específico el sector saas es un mercado con barreras de entrada técnicas y económicas significativas. Se requiere conocimiento especializado para desarrollar el software y capital para invertir en los servicios necesarios para el funcionamiento de la plataforma. Pese a estas barreras, numerosas empresas con gran capital dedican una parte de sus recursos a crear su propio servicio omnicanal, lo que hace que disminuya el número de potenciales clientes de estas grandes empresas, y aumente la oferta.

5-Rivalidad de los competidores actuales: La competencia es considerablemente alta debido a la naturaleza online del mercado, lo que facilita la expansión global de empresas similares. Aunque hay competidores con menor oferta de aplicaciones, los clientes pueden optar por ellos por factores como precio, usabilidad y funciones específicas

2. 3. Análisis DAFO-CAME.

Se va a llevar a cabo un análisis DAFO, el cual es un análisis de 4 factores para obtener información de la situación de Saysimple, tanto a nivel interno con las fortalezas y debilidades, como a nivel externo, con las oportunidades y amenazas.

Debilidades:

Las debilidades son aquellos factores internos que la empresa debería de mejorar a nivel interno.

- La plataforma presenta algunas debilidades en áreas como las estadísticas, el chat interno y los tiempos de carga. El equipo de informáticos está trabajando para solucionar estos problemas.
- Los precios anunciados en la web no reflejaban claramente el costo real, lo cual era una fuente de confusión para los clientes. Se ha corregido parcialmente, con precios más claros y

competitivos. La debilidad detectada ha supuesto una oportunidad de nuevos clientes ante el ajuste de precios .

- La imposibilidad de exportar conversaciones masivas de WhatsApp Business a Sayscale representa una debilidad significativa, ya que otros competidores sí ofrecen esta funcionalidad.
- No ser un Meta Business Provider es una desventaja, ya que esto alarga los procesos y las operaciones. La solicitud para obtener este estatus está en curso, pero su aprobación no está garantizada.
- Ausencia de período de prueba gratuito, ya que el cliente accede a la plataforma previo pago. Algunos competidores sí que disponen de este servicio de free trial, ya sea de 7 o 14 días.
- Limitaciones en la integración con ciertas plataformas: Tiene limitaciones en la integración con algunos Customer Relationship Management (CRM) existentes, lo que podría dificultar la sincronización de datos y la automatización de procesos.

Amenazas:

Las amenazas representan aquellas causas que pueden afectar a la empresa, pero son totalmente externas a ella.

- Los competidores representan una amenaza constante, por lo que la empresa busca continuamente formas de diferenciarse.
- Las preferencias cambiantes de comunicación de los clientes, ya que pueden surgir nuevas plataformas o modelos que afecten la demanda de Sayscale.
- La entrada de grandes Saas, como Odoo que incluyen este servicio como un extra o add-on, provoca que sea mucho más accesible, y tenga casi las mismas funcionalidades.
- Dependencia de terceros proveedores: Dependen en gran medida de proveedores, así como de las plataformas de mensajería.

- Aparición de soluciones más innovadoras: La constante evolución tecnológica en el sector de la atención al cliente podría dar lugar al surgimiento de nuevas soluciones más innovadoras, con funcionalidades más avanzadas y una mejor integración con los sistemas y procesos de las empresas.
- Problemas de escalabilidad: A medida que Saysimple gane más clientes y usuarios, podría enfrentar desafíos para escalar su infraestructura y mantener un alto nivel de rendimiento y disponibilidad de la plataforma.

Fortalezas:

Las fortalezas muestran los puntos fuertes de los que dispone la empresa a nivel interno.

- La empresa destaca por su enfoque en el acompañamiento y el onboarding personalizado para los clientes, lo que la diferencia de competidores que utilizan métodos más estandarizados.
- La experiencia de 8 años en el mercado proporciona confianza a los clientes y un profundo conocimiento interno del sector.
- La plataforma tiene gran potencial de crecimiento respecto a otras del sector.
- Los bajos precios que ofrecen respecto a los competidores.
- El personal de Saysimple es muy cualificado, ya que además de tener bastante experiencia en el sector tech, hablan varios idiomas, lo que favorece la implementación en otros países.
- La atención al cliente que disponen, ya que ofrecen atención al cliente en español a través de WhatsApp.

Oportunidades:

Dentro de las oportunidades hay que tener en cuenta aquellos factores que pueden ser una oportunidad para Saysimple, pero que son externos a ella.

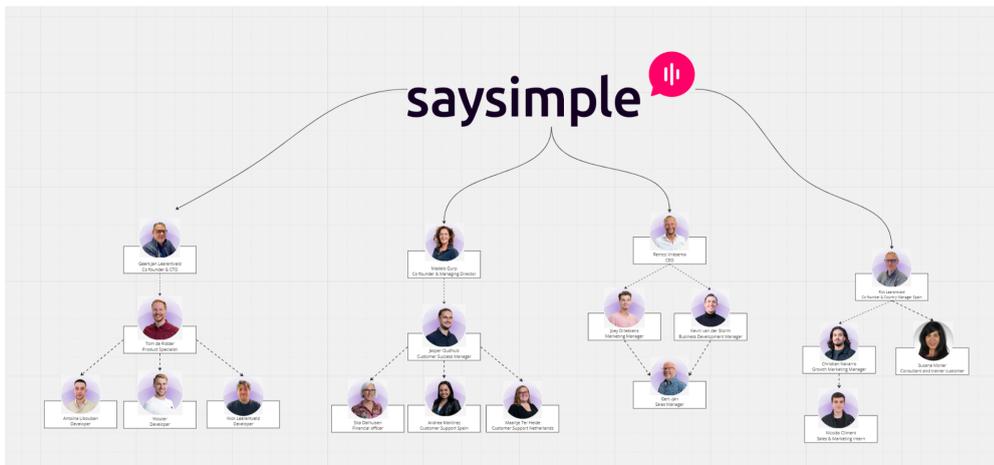
- La expansión a nuevos países representa una oportunidad estratégica para aumentar la accesibilidad y el alcance de la empresa.
- Mejorar la plataforma en términos de diseño, usabilidad y rendimiento ofrece una oportunidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de manera más efectiva.
- Nuevas rondas de inversión las cuales pueden hacer que mejoren el producto.
- Desarrollo de nuevas funcionalidades: Pueden desarrollar nuevas funcionalidades y mejoras en la plataforma para adaptarse a las tendencias emergentes en la atención al cliente y mantenerse a la vanguardia de la innovación tecnológica,
- Colaboraciones estratégicas: Hacer alianzas estratégicas con otras empresas de tecnología o proveedores de servicios para ampliar su alcance y ofrecer soluciones más completas a sus clientes. En esta línea, se ha hecho recientemente la integración con Hubspot.

3 Plan de recursos humanos

3.1 Organigrama de la empresa. Relación entre departamentos.

En esta fotografía se va a exponer el organigrama de Saysimple, dividido por departamentos los 4 departamentos que existen, Information Technology (IT), atención al cliente, y marketing y ventas dividido en España y en Holanda.

Fig 3 Organigrama Saysimple



(pinchar en la foto para aumentar el tamaño)

Fuente: Elaboración propia

La empresa se divide principalmente en 3 departamentos:

- **IT:** Este departamento formado por los programadores y el Chief Technology Officer, (CTO). Es el responsable del tratamiento informático. Hay una estrecha colaboración con el departamento de marketing y ventas, para implementar mejoras en la web, o solucionar problemas existentes.
- **Soporte del cliente / administración:** Este departamento se encarga de los procesos de onboarding con el cliente, de la formación específica sobre la de la plataforma, y de la atención al cliente. Colaboran con el departamento de ventas, tras la firma del contrato, para iniciar con el proceso de onboarding.

-Departamento de Marketing y ventas (dos ubicaciones):

- **Holanda:** Son los encargados principales del departamento de marketing y ventas a nivel global. Están en contacto permanente con IT, administración, y con el equipo de marketing de España para comentar las estrategias realizadas en ambos países, hacer y programar campañas, etc.
- **España:** El equipo está formado por 4 personas, responsables de las relaciones con los clientes en España, de las ventas, e incluso de la atención al cliente de manera espontánea. Colabora con el departamento de marketing y de administración de Holanda gestionando contratos. El alumno se encuentra en este departamento.

3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.

Se van a identificar las funciones, de manera global, por departamentos:

- Departamentos de Marketing (Holanda y España): responsables del contacto con el cliente, realizar demos, hacer campañas de marketing, llamadas, etc. También de proponer cambios tanto a nivel interno como externo, nueva web, nuevos precios, etc.
- Departamento de IT/ Informática: Los programadores llevan a cabo las mejoras propuestas, desarrollan la plataforma y las integraciones con API.
- Departamento de Administración: Responsable de impartir las formaciones, los onboardings del proceso de verificación de Meta, de registrar los contratos y de la recepción de mensajes de clientes.

3.3 Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa.

El principal método de trabajo es: Tras el lanzamiento de la campaña (por el departamento de marketing) tanto en España como en Holanda, el objetivo es atraer clientes, a que agenden demos (demostración de la plataforma) si contratan la plataforma, se firma el contrato y éste se envía al departamento de soporte, comenzando el proceso de verificación de Meta.

Tras esta verificación del número de teléfono por parte de Meta, se hace una formación y se le entrega la plataforma al cliente. Una vez conozca su manejo y la tenga en activo, se cierra el sistema. Las posibles dudas del cliente llegan tanto al departamento de soporte como al de marketing.

4 Plan de marketing

4.1 Segmentación y Público Objetivo

- El **público objetivo** de la empresa se divide en varias categorías, dependiendo del presupuesto que disponga la empresa, de sus necesidades y del sector al que pertenezca.
- La tarifa Start, está dirigida a empresas que manejan un alto volumen de mensajes y buscan una solución que les permita responder de manera eficiente y centralizada.
- La tarifa Grow está orientada a empresas interesadas en utilizar WhatsApp para realizar promociones, campañas de marketing, recordatorios y otras actividades similares.

- La tarifa Enterprise está dirigida a empresas de gran tamaño que buscan una solución integral que les permita gestionar tanto la recepción como el envío de mensajes desde una sola plataforma, además de otras funcionalidades específicas que puedan necesitar.
- Se están desarrollando campañas específicas para el sector de la automoción, dado que es uno de los sectores que más clientes atrae hacia la plataforma, y requiere de numerosas conversaciones de posventa.
- También se están iniciando estrategias dirigidas al sector de la salud y similares, que están adquiriendo una importancia creciente, sobre todo en la demanda potencial de soluciones de comunicación omnicanal en este ámbito. Enfocado principalmente para recordatorios de citas.

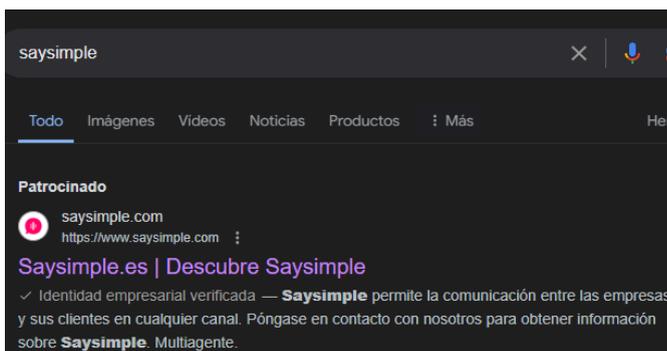
El principal público objetivo son empresas medianas, que buscan centralizar sus comunicaciones en una plataforma, y que estén interesadas en el plan **GROW**.

4.2 Estrategia de Marketing

Las estrategias de marketing seguidas son varias:

- En Google, apuestan por la publicidad pagada para tener mejor posicionamiento. Al introducir el término 'Saysimple', aparecen los primeros con el término 'patrocinado', debido a que pagan para aparecer los primeros.

fig 4 SEM Saysimple



Fuente: Elaboración propia

- También se diseñan estrategias de marketing para sectores específicos, como ya se ha reseñado previamente; por ejemplo, en el sector de la automoción: a través de webinars para grandes concesionarios; si éstos están satisfechos con el servicio prestado por la plataforma, es posible que recomienden el servicio a otros concesionarios de la misma empresa o marca, el llamado “boca a boca”.
- En el sector de la salud, se está preparando una nueva colaboración con Salus, (que es un CRM) que se usa en el sector sanitario, lo que será una nueva estrategia de marketing debido a que muchas empresas que usan esta plataforma, podrán incorporar Sayscale de una forma más eficiente.
- Además muchos clientes que contactan con Sayscale, vienen referenciados por clientes ya actuales, por lo que se podría considerar una estrategia de marketing con coste 0.

4.3 Herramientas del marketing operativo

Sayscale se da a conocer en eventos, principalmente de Startups, como el Valencia Digital Summit (VDS), y contactan con muchos capital ventures (empresas que invierten en startups) para conseguir financiación. Además, como se muestra en la foto, participan activamente en podcasts relacionados con startups y con el sector tech.

Fig 5 Podcast Startup Valencia Sayscale



Fuente: Elaboración propia

Igualmente, como una parte del público objetivo son del sector automoción y del comercio electrónico, se suele asistir a ferias relacionadas con estos sectores, como la feria del automóvil en Valencia, o la feria e-show.

En la siguiente foto se expone a 2 compañeros en el e-show, Rick (country manager) y Christian (Growth manager), en una feria de comercio electrónico celebrada en Barcelona; se asistió a esta feria para reforzar la relación con los clientes, ya que muchos iban a participar. Al alumno se le ofreció asistir, pero tuvo que rechazar la invitación ya que tenía la graduación el día del evento.

fig 6 saysimple en e-show feria



Fuente: Elaboración propia

Como ya se explicó en el apartado 4.1, Saysimple dispone de 3 tarifas, que dependiendo del número de usuarios, de las funcionalidades, etc tienen un coste u otro.

Tarifa **START**: Es la tarifa más básica, sirve para empresas pequeñas que simplemente quieran tener los canales de comunicación en una misma plataforma. Esta tarifa sirve para iniciarse en las comunicaciones básicas de WhatsApp. Es la más económica.

Tarifa **GROW**: Es la tarifa que sirve a las empresas para hacer envíos masivos principalmente. Las empresas suelen ser medianas, y el principal uso es envíos masivos, o un flowbot en su WhatsApp, de manera adicional. El coste es un término medio de las otras 2 tarifas

Tarifa **ENTERPRISE**: Para empresas grandes que quieren tener todas las comunicaciones reunidas en una plataforma. Ya sea hacer envíos, chatbots, o trabajar muchos usuarios en la plataforma, ya que el mínimo son 10 usuarios. El precio es personalizado para caso de empresa.

4.4 La relación con el cliente

El equipo contacta a los clientes a través de WhatsApp, optando por este canal por su conveniencia tanto para ellos como para los clientes. Se utiliza para mostrar ejemplos del producto que venden.

Los datos de los clientes se almacenan en Hubspot, donde se registran las conversaciones de cada demo para comprender las necesidades y motivaciones de cada cliente. Esta práctica permite ofrecer una atención personalizada, lo que contribuye a la fidelización del cliente.

4.5 La distribución en el Mercado local e internacional,

La empresa opta por comunicarse principalmente a través de WhatsApp, considerándolo un medio más accesible para los clientes y facilitando una comunicación más fluida en comparación con el uso de Gmail. Sin embargo, aún se recurre a Gmail para enviar comunicaciones a clientes y para el envío de contratos solicitados por correo electrónico.

Además, la empresa utiliza su propio producto para sus comunicaciones internas, lo que les permite identificar posibles fallos o áreas de mejora de manera directa y en tiempo real.

En cuanto al mercado, la empresa no hace distinción entre el local y el internacional, ya que al tratarse de un servicio online, consideran que la ubicación geográfica del cliente es irrelevante.

5 Marketing y diseño digital

5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración.

El posicionamiento y la presencia online es una fortaleza en la empresa, ya que tienen muy buen posicionamiento y están en el top of mind de muchas empresas.

Con el lanzamiento de la nueva página web y el rebranding, esperan aún así una mayor presencia en redes sociales y un mejor posicionamiento en motores de búsqueda, gracias al esfuerzo que se está invirtiendo en el posicionamiento en la nueva web. Es cierto que tienen un buen margen de mejora, pero están trabajando en ello.

5.2 Elabora un plan de mejora online con acciones a llevar a cabo

Un plan de mejora online en su caso requiere de varios cambios:

- **Nuevos precios**, ya que los antiguos provocaban confusiones y los clientes no sabían exactamente cuál era el precio final. Además de que no sale el coste del set-up fee de 250€ en la web, que ahora ya no existe.

Fig 7 Tarifas antiguas Saysimple



Fuente:

Obtenido

de

<https://web.archive.org/web/20231209151342/https://saysimple.com/es/tarifas/>

Fig 8 Tarifas nuevas Saysimple

Start	Grow <small>Most popular</small>	Enterprise
The essentials to get your team up and running.	Customize your workflow with more channels, data and rules.	A tailor made plan to suite the needs of your team.
From: €79	From: €199	From: €299
€59 Per month	€99 Per month	€199 Per month
Included 3 users (max. 5) €15 per additional user Max. 3 channel integrations	Included 3 users (no maximum) €25 per additional user Max. 10 channel integrations	Included 5 users (no maximum) €35 per additional user Unlimited channels

Fuente: Elaboración propia

- **Nuevo logo:** Como se va a comentar en el siguiente apartado, ya que el logo antiguo no congenia muy bien con una startup saas del sector tech.
- **Nueva web:** Como se va a exponer en los siguientes apartados, Saysimple debería de actualizar su web ajustándose a una startup tech.
La web antigua no se parece a una web de un saas omnicanal:

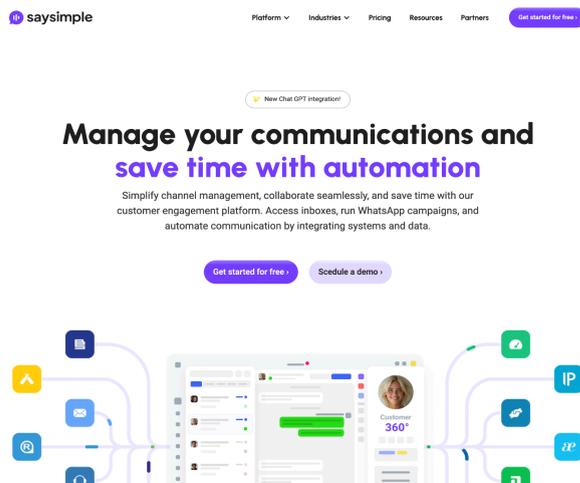
Fig 9 web antigua Saysimple

Fuente: Obtenido de

<https://web.archive.org/web/20231209142019/https://saysimple.com/es/>

La web propuesta es más parecida a la competencia, y está más alineada con el sector tech:

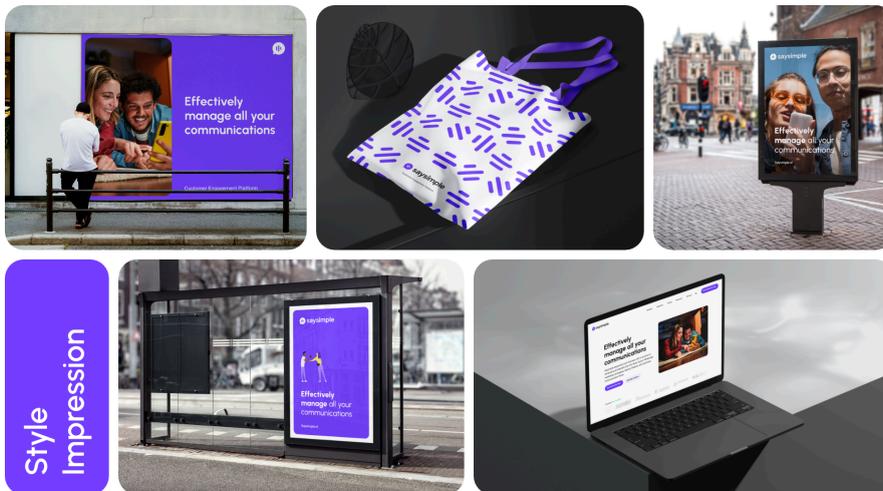
Fig 10 web nueva Saysimple



Fuente: Elaboración propia

Publicidad renovada: tener más presencia con anuncios online, con unos tipos de anuncios nuevos

Fig 11 Publicidad Saysimple



Fuente: Elaboración propia

5.3 Realiza una nueva propuesta de logo y justifícalo.

En el tiempo en la empresa se ha participado en un rebranding entero de la marca, por lo que, como colaboré activamente para hacer el logo y la nueva web, se va a comentar los motivos por los que lo se va a llevar a cabo. Esta implementación del nuevo logo se va a llevar a cabo sobre el mes de junio, junto con la nueva web:

Fig 12 Logo antiguo Saysimple

LOGO ANTIGUO:

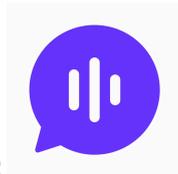
Fuente: Elaboración propia



Fig 13 Logo nuevo Saysimple

LOGO NUEVO:

Fuente: Elaboración propia



saysimple

Se ha tomado la decisión de crear una nueva propuesta de logo debido a que el logo anterior no cumple con una serie de requisitos que el nuevo sí abarca:

- El logo antiguo no se ajusta a la identidad de la empresa, su color no se alinea con el branding actual de la plataforma de Saysimple.
- Existe una falta de coherencia entre el logo y la plataforma.
- La jerarquía del logo en la web no está claramente definida.
- Se observa una falta de consistencia en el diseño del logo, además de no ser cuadrado, el círculo rosa sobresale del marco, lo que dificulta su centrado.

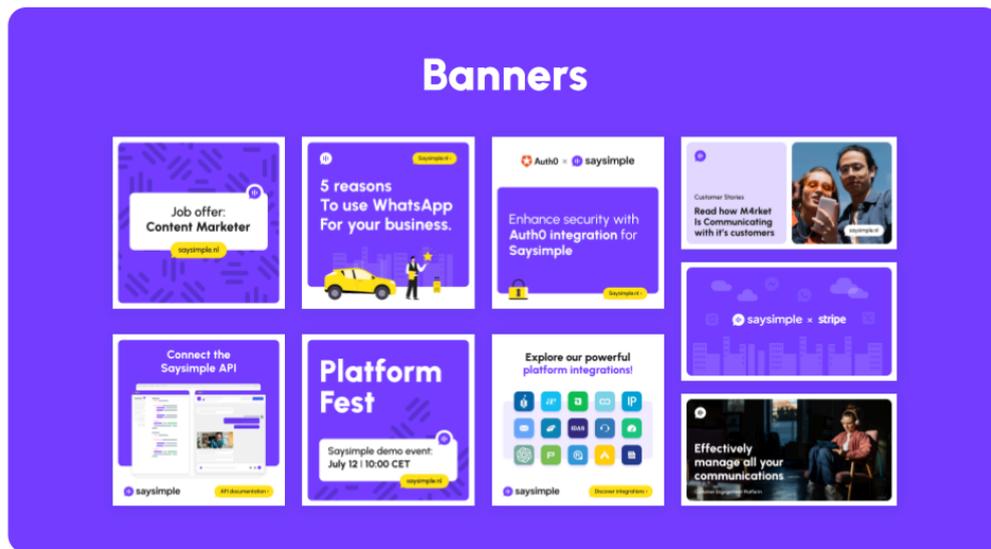
Razones para el nuevo logo:

- Se busca que sea más consistente, flexible, atractivo e inspirador.
- Debe estar en sintonía con la época actual y no parecer desfasado.
- Debe encajar adecuadamente en el nicho de Saas omnicanal.
- Se pretende que sea fácil de publicar en redes sociales, a diferencia del logo actual que presenta dificultades al no ser cuadrado.
- Se busca que sea recordable y capaz de captar la atención de manera efectiva.

5.4 Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales.

Debido a que es una empresa B2B, la red social más indicada es LinkedIn. Un plan adecuado sería hacer publicidad en esta red social, a través de anuncios como los que se muestran en la imagen.

Fig 14 Banners Saysimple



Fuente: Elaboración propia

Junto a esto, como se va a comentar en el siguiente punto, deberían de aplicar un nuevo branding en sus redes sociales principales, y crear una cuenta de LinkedIn en español, que aún no disponen de esta manera poder contactar con muchos concesionarios y empresas del sector automoción, lo que provocaría que estas empresas siempre tengan en mente a Saysimple, ya que subirían posts en español 1 vez a la semana.

Este pequeño cambio puede tener un gran impacto, ya que estos concesionarios en vez de buscar en internet y contactar con la primera empresa que salga, contactarían con aquella que ya conocen.

Estos cambios no requieren de costes altos, ya que los únicos costes serían el tiempo que los empleados han estado haciéndolo, por eso sería una mejora realista.

5.5. Propuesta de mejora

En la presentación que se expone debajo, se puede ver más cambios realizables en Saysimple, debido a que es extensa, se ha puesto solo un ejemplo. La mejora está relacionada con el nuevo logo, y el cambio de presencia online con una web nueva.

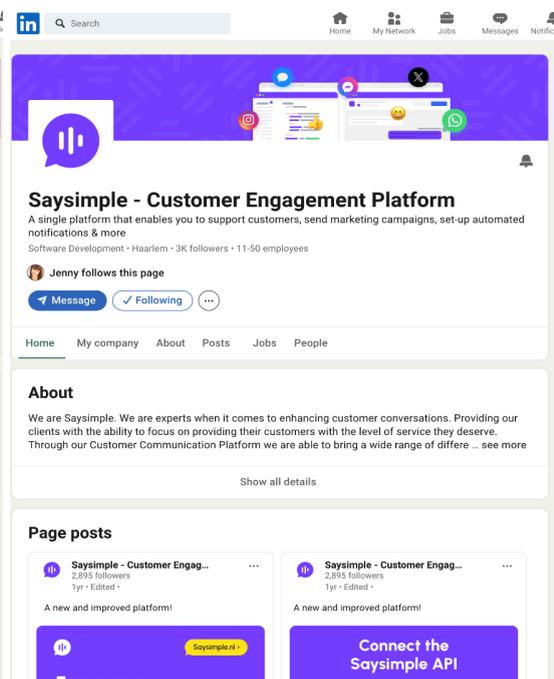
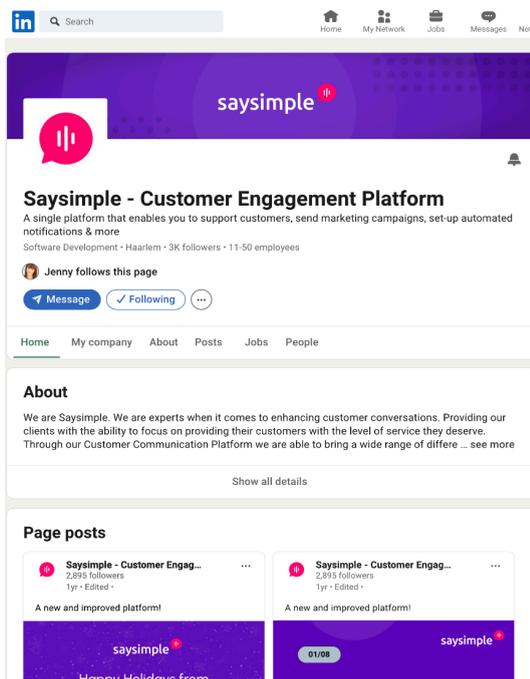
Presentación nuevo branding/ redes sociales Nicolás Climent¹⁶

Linkedin actual:

Linkedin propuesto:

Fig 15 LinkedIn actual saysimple

Fig 16 Propuesta LinkedIn Saysimple,



Fuente: <https://www.linkedin.com/company/saysimple/mycompany/> Obtenido de

Fuente: Elaboración propia

6 Definición de puesto de trabajo

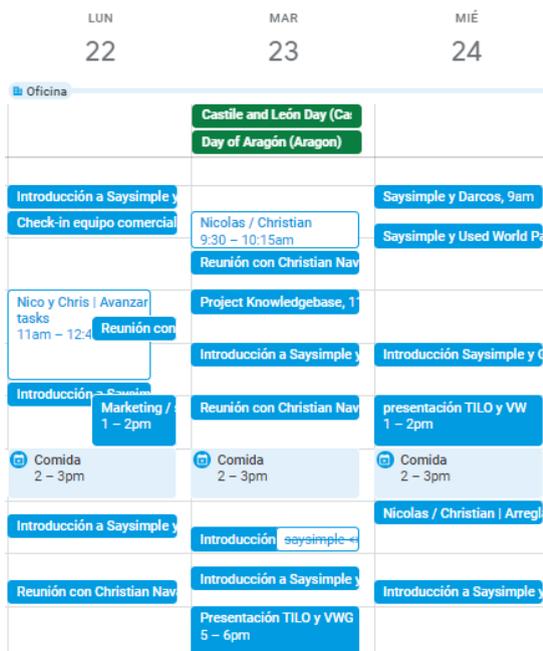
6.1 Objetivos del puesto

El papel principal consiste en mantener contacto con los clientes actuales y potenciales, utilizando diversos medios como WhatsApp, Gmail, llamadas o Google Meet. Responsable de explicar el producto a quienes solicitan una demostración, realizar un seguimiento, comprender sus necesidades y adaptarse a ellas, responder preguntas, enviar contratos, entre otras tareas.

El objetivo principal es mantener una comunicación activa con los clientes actuales y potenciales, ya que en Saysimple se caracterizan por ofrecer un trato personal, y como objetivo conjunto, llegar a los objetivos de facturación de cada trimestre del equipo de ventas de España.

6.2 Descripción de tareas

Fig 17 Calendar Nicolás Climent



Fuente: Elaboración propia

En esta foto se puede apreciar las tareas que hace el estudiante en prácticas, casi todos los días como las DEMO, (introducción a Saysimple y ...), también se pueden ver varias reuniones con el equipo de Holanda de la parte de marketing outbound. Y por último, tareas más variadas como puede ser enviar contratos o adelantar tareas que están pendientes, hacer una presentación para un cliente, etc.

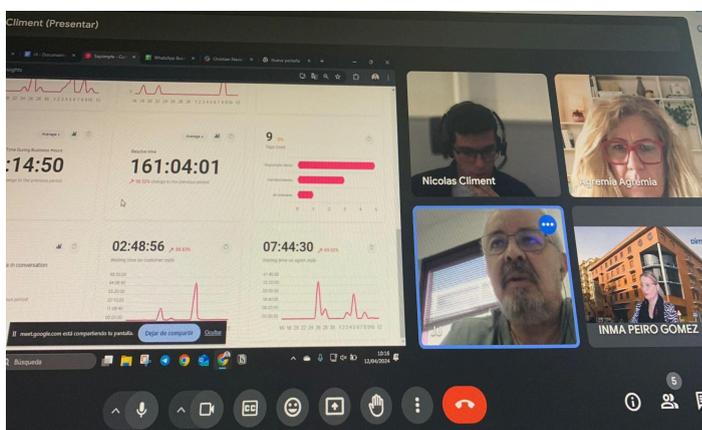
De forma habitual y diaria, se realizan varias demostraciones a través de Google Meet con clientes, enseñándoles el funcionamiento y las funcionalidades de la plataforma, con una duración aproximada de 45 minutos cada una. Esta forma de compartir pantalla facilita la accesibilidad y claridad del producto para el cliente.

Fig 18 DEMO con una empresa



Fuente: Elaboración propia

Fig 19 DEMO con una empresa



Fuente: Elaboración propia

El estudiante en prácticas también es el encargado de enviar casi todos los contratos, y emails de seguimiento a clientes que no responden, tienen dudas, etc.

Además, de manera semanal, mantiene reuniones de entre 30 minutos y 1 hora con el equipo de marketing de Holanda para revisar y discutir las estrategias de marketing outbound en curso o planificadas.

También realiza otras tareas de forma recurrente, como contactar con inversores, crear un chatbot de WhatsApp, preparar presentaciones para clientes, integrar la plataforma de Saisimple con otras plataformas, entre otras tareas.

6.3 Relaciones

Con el departamento de marketing, que consta de un equipo de 7 personas entre Holanda y España, mantiene contacto casi diario. Se trabaja en estrecha colaboración con el departamento de administración, quienes se encargan de enviar los contratos, lo que resulta en contactos casi diarios.

Las interacciones con el equipo de programadores e informáticos de la empresa no son tan frecuentes, pero ocurren cuando se necesita crear chatbots, discutir posibles integraciones con otras APIs o abordar cualquier otra tarea relevante en el momento.

6.4 Disponibilidad

La empresa ofrece flexibilidad en cuanto al horario de oficina, lo que permite a los empleados adaptarse a situaciones personales que puedan surgir. En caso de presentar algún problema, es posible salir por un tiempo, trabajar desde casa, llegar tarde o ausentarse en caso de ser necesario.

En la práctica, varios empleados suelen llegar a las 9:05, coincidiendo con la llegada del metro. Por otro lado, otros compañeros suelen llegar después de las 9. La empresa no muestra preocupación si un empleado llega un poco

tarde, sale un poco antes o se ausenta en algún día en que no pueda asistir por motivos graves e incluso no tan graves, esto ocurre por la confianza que la empresa otorga a sus empleados.

6.5 Documentación

El programa principal que utiliza la empresa es Hubspot, el cual funciona como CRM y almacena todos los datos de los clientes, incluyendo su etapa actual.

Para la comunicación interna, la empresa utiliza Slack, donde se han creado diferentes grupos según su uso, como por países o departamentos.

Además, se utilizan programas más generales como Excel para almacenar y clasificar datos, Google Calendar para organizar el día a día, y Google Docs para generar y guardar contratos, que también se suben a una carpeta compartida donde tiene acceso todo el equipo en Google Drive. Sin embargo, la empresa está trabajando en la implementación de programas más efectivos como Togai, para hacer y enviar las facturas automáticamente.

La plataforma principal de atención al cliente que utiliza la empresa es Sayscale, la cual agrupa todos los canales de mensajería en una bandeja de entrada, lo que permite una atención rápida y eficiente a través de los canales de mensajería favoritos de los clientes

6.6 Ambiente

En la oficina, donde trabajan 10 personas, las condiciones ambientales suelen ser adecuadas y no causan discusiones ni malestar entre los compañeros. La temperatura es generalmente cómoda, sin ser ni demasiado calurosa ni demasiado fría, y las ventanas se pueden abrir si es necesario para ventilar la oficina o regular la temperatura.

El nivel de ruido es bajo, con sólo algunos ruidos ocasionales de teclados de ordenador y conversaciones entre compañeros a un tono adecuado. La iluminación es buena, con muchas ventanas y luz natural, y también se enciende siempre la luz artificial interior. La ventilación es adecuada Estas

condiciones bien reguladas contribuyen a un ambiente de trabajo agradable y sin distracciones innecesarias.

6.7 Riesgos

Hay escasas posibilidades de accidentes laborales en la oficina, siendo el único riesgo potencial un fallo en algún equipo o mobiliario, como la caída de lámparas u objetos, rotura de sillas... El principal riesgo identificado es el ergonómico, sobre todo molestias dorso-lumbares, ya que los empleados pasan la mayor parte del día sentados, aunque también distensiones musculares, bursitis de codo por uso de ratón y síndrome del túnel carpiano. Destacar que las sillas son bastante ergonómicas y cómodas.

6.8 Dedicación

Se trabaja de 9 a 18 horas, teniendo una pausa de 14 a 15 h para comer. Sin embargo, como se ha destacado, hay una gran flexibilidad; es posible llegar un poco tarde, salir antes, trabajar desde casa, o manejar otros inconvenientes. No cuentan con tareas fijas, ya que los horarios de las demos son seleccionados por los clientes, lo que hace que sean imprevisibles. El resto de las tareas se suelen agendar en los huecos disponibles, sin seguir una distribución horaria específica.

6.9 Integración

Durante los primeros días, se recibe una introducción a sus principales tareas, así como una breve explicación sobre Saysimple, su metodología de trabajo, y demás aspectos relevantes. Gracias a los conocimientos adquiridos previamente, se ha producido una rápida adaptación al ritmo de trabajo, evitando así la necesidad de explicaciones repetidas.

Además, el alumno en prácticas tuvo la iniciativa de aprender de manera autónoma todo lo relacionado con Saysimple, incluyendo funcionamiento de la plataforma, tarifas, etc., lo que permitió una puesta en marcha más rápida y eficiente, y ahorrando tiempo en explicaciones detalladas al equipo.

No existe un plan de acogida formal, pero en las comidas (financiadas por la empresa de lunes a viernes) existe la oportunidad de hablar con todo el equipo, conocer un poco más sobre el resto de los empleados , intercambiar opiniones laborales e incluso solucionar problemas. Además, el equipo habitualmente suele hacer quedadas fuera del horario laboral para jugar a padel, u otras actividades.

Fig 20 Comida con todo el equipo



Fuente: Elaboración propia

Fig 21 El equipo jugando a padel



Fuente: Elaboración propia

Fig 22 El equipo en un partido de fútbol



Fuente: Elaboración propia

7 Conclusión y reflexión final

7.1 Proceso de introspección

En esta última etapa de mi formación, que son las prácticas en empresas, he tenido mi primer contacto con el mundo laboral, conociendo y participando desde dentro, en la estructura y funcionamiento de una empresa del sector tech.

He sido muy bien acogido y me han hecho partícipe de todas las decisiones, incluso contando con mi opinión, pese a mi escasa experiencia. Me he sentido como “uno más de la empresa” .

Por mi parte la estancia en Saysimple ha supuesto una experiencia muy enriquecedora, ya que he conocido a un equipo muy docente, del que he aprendido día a día, conceptos teóricos y sobre todo prácticos. Me ha permitido aplicar los conocimientos teóricos previos y valorar el día a día de una empresa, además de integrarme en sus actividades extralaborales (comidas, deporte (padel) y viajes).

He podido aprender temas variados dentro del mundo empresarial y específicamente en el sector tech, de Saas y de startup, así como adentrarme en el mundo de las ventas y conocer el marketing empresarial business to business (B2B) y mejorar mis conocimientos en informática, tanto por el contacto diario con los programadores como por el uso de herramientas informáticas enfocadas en la empresa. También me he podido formar en el trato diario con clientes, tanto en español como en inglés, ya que la central está en Holanda y el inglés es el idioma prioritario en la comunicación interna.

En conclusión, esta etapa de prácticas ha sido un período que me ha servido de gran aprendizaje, como profesional y como persona, cumpliendo todas mis expectativas, por lo que recomiendo, sin duda, esta empresa para los futuros estudiantes.

8 Bibliografía

Blip, obtenido de <https://www.blip.ai/es/>

Fig 1 The State of Omnichannel Shopping – Statistics and Trends`
invespcro.com, obtenido de

<https://www.invespcro.com/blog/state-of-omnichannel-shopping/>

Fig 2 Sobre nosotros | Saysimple, obtenido de

<https://saysimple.com/es/sobre-nosotros/>

Fig 3 Organigrama Saysimple, elaboración propia,

<https://miro.com/app/board/uXjVKTuj7Gc=/>

Fig 4 SEM Saysimple, elaboración propia, [google.com](https://www.google.com)

Fig 5 startup valencia podcast saysimpe

https://twitter.com/Startup_VLC/status/1771113651404960042

Fig 6 saysimple en eshow feria, elaboración propia

Fig 7 Tarifas antiguas Saysimple

<https://web.archive.org/web/20231209151342/https://saysimple.com/es/tarifas/>

Fig 8 Tarifas nuevas Saysimple, obtenido de

<https://saysimple2024.webflow.io/pricing>

Fig 9 web antigua Saysimple, obtenido de

<https://web.archive.org/web/20231209142019/https://saysimple.com/es/>

Fig 10 Web nueva Saysimple, obtenido de <https://saysimple2024.webflow.io/>

Fig 11 Publicidad Saysimple, elaboración propia

Fig 12 Logo antiguo Saysimple, elaboración propia

Fig 13 Logo nuevo Saysimple, elaboración propia

Fig 14 Banners Saysimple, elaboración propia

Fig 15 Linkedin actual saysimple, obtenido de

<https://www.linkedin.com/company/saysimple/mycompany/>

Fig 16 Propuesta Linkedin Saysimple, elaboración propia

Fig 17 Calendar Nicolás Climent, elaboración propia

Fig 18 Demo con una empresa, elaboración propia

Fig 19 Demo con una empresa, elaboración propia

Fig 20 Comida con el equipo, elaboración propia

Fig 21 El equipo jugando a pádel, elaboración propia

Fig 22 El equipo en un partido de fútbol, elaboración propia

Julián Lorenzo, La omnicanalidad transformando la experiencia del cliente, obtenido de

<https://www.linkedin.com/pulse/la-omnicanalidad-transformando-experiencia-del-cliente-julian-lorenzo/>

Manual identidad Saysimple, elaboración propia,

<https://xd.adobe.com/view/8d1b345e-aebe-4776-8912-845316063401-d848/grid>

ManyContacts, obtenido de <https://app.manycontacts.com/register>

Organigrama Saysimple, elaboración propia,

<https://miro.com/app/board/uXjVKTuj7Gc=/>

Respond.io, obtenido de <http://Respond.io>

Respond.io omnichannel communication, obtenido de <https://respond.io/es/blog/omnichannel-communication>

Saysimple branding propuesta de mejora Nicolás Climent. Elaboración propia,

https://docs.google.com/presentation/d/e/2PACX-1vQam-jDJzd52AjIFGznb5jsH_ax1OqoTojeSqMcxSGDLglsosjBXqRN0Zpm8xtYlekTiEM18TEQ8D4G/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&slide=id.g2d1fb2683bf_0_0

Saysimple, sobre nosotros, obtenido de <https://saysimple.com/es/sobre-nosotros/>

Startup valencia podcast Saysimple, obtenido de https://twitter.com/Startup_VLC/status/1771113651404960042

State of omnichannel shopping, invespro, obtenido de <https://www.invespro.com/blog/state-of-omnichannel-shopping/>

Trengo, obtenido de <https://trengo.com/es>