

Altabox multiplica por cuatro su facturación gracias a la innovación digital en el punto de venta

La compañía asturiana pasó de facturar más de 2 millones de euros en 2013 a contar con una previsión de 8 millones de euros para este año. La plantilla creció desde los 11 empleados en 2014 hasta los más de 50 con que cuenta actualmente. Altabox es referente en el desarrollo de nuevas tecnologías para dinamizar el punto de venta o de atención al cliente. Entre sus clientes: Inditex, Orange, Banco Santander, Mercedes Benz, Grupo Sonae, EDP...

Altabox, referente en el desarrollo de nuevas tecnologías para el punto de venta, acaba de presentar su previsión de facturación para este ejercicio 2017. La compañía espera acercarse a unas ventas de 8 millones de euros, lo que supondrá prácticamente multiplicar por cuatro la facturación en apenas cinco años (en 2013, la compañía registró una facturación de más de 2 millones de euros).

Este importante crecimiento va acompañado de la creación de empleo, que también se ha multiplicado por cuatro: de los 11 empleados en 2014, se ha pasado a superar el medio centenar.

La clave de esta expansión es el posicionamiento de Altabox como referente en el desarrollo de nuevas tecnologías para convertir un punto de venta o de atención al cliente no solo en un potente generador de ventas, sino también en la mejor herramienta para impulsar la filiación consumidor – marca.

“Grandes marcas, como Apple o Amazon, ya están apostando por reconvertir el punto de venta en “plazas” o “boutiques” donde lo más importante no es vender – para eso ya están las plataformas online – sino potenciar su posicionamiento como referentes para el consumidor. Desde Altabox, llevamos años trabajando en el desarrollo de nuevas tecnologías para permitir este salto: transitar del punto de venta tradicional a un espacio en donde todo gira en torno a la relación entre el cliente y la marca”, explica Israel García, socio de Altabox.

Orange, Inditex, Banco Santander, Mercedes Benz, EDP, Grupo Sonae, Toshiba, Coviran o Sodexo son algunos de los clientes de Altabox, que gestiona ya más de mil puntos de venta y que cuenta con una importante proyección internacional.

Tecnología punta para crear shopping experiences

El principal valor añadido de Altabox es el desarrollo de tecnología punta para transformar digitalmente los puntos de venta. El concepto de shopping experience se reinventa gracias a aplicaciones y herramientas tan innovadoras que son capaces de medir audiencias potenciales fuera y dentro del punto de venta, entretener a los consumidores a la vez que se les informa y, finalmente, evaluar y aportar métricas sobre la eficacia de nuestro portfolio de productos/servicios y la forma en la que los

hacemos llegar al consumidor. “En definitiva: medir para conocer. Conocer para corregir. Y corregir para volver a medir”, explica Israel García.

Un servicio de atención al cliente pionero en el mundo

Entre los últimos proyectos realizados por Altabox, destaca la remodelación de las oficinas de atención al cliente de EDP en España. Aquí se ha estrenado un servicio pionero en todo el mundo: el sistema de atención Maître que, gracias a la tecnología desarrollada por Altabox, permite ofrecer un servicio totalmente personalizado, ágil y eficiente. Un agente o “maître” recibe a cada cliente que acude a las oficinas de EDP y le escucha para recabar su información, que envía en tiempo real a sus compañeros para garantizar una atención personalizada y adecuada a las demandas de cada cliente.

A esta innovación, se une el desarrollo de un sistema de gestión de colas que reduce notablemente el tiempo de espera, la instalación de tablets interactivas que permiten al cliente obtener más información de la empresa y realizar gestiones que no necesitan la atención personal de un agente y la apuesta por la música y la aromaterapia para la creación de un ambiente cómodo, agradable para el cliente.

“Hemos desarrollado una fragancia en exclusiva para EDP, que se utiliza en todos los puntos de atención al cliente. Y hemos implantado un canal propio de música, basándonos en la importancia que tiene este punto. En este sentido, está demostrado que una música adecuada puede incrementar hasta un 35% el tiempo de permanencia en un punto de venta”, explica Israel García.

La atención online y offline se combinan en el proyecto desarrollado para EDP y que ya se está aplicando en todas las oficinas de atención al cliente en España, que reciben en torno a 230.000 visitas cada año y suponen el 10% de las gestiones realizadas. La remodelación de las oficinas de atención al cliente de EDP ha generado, además, cien empleos directos en esta compañía.

Datos de contacto:

Gloria Fernández Polín
G&A Comunicación
+34 635 350 386

Nota de prensa publicada en: [Asturias](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Marketing Asturias Emprendedores E-Commerce Consumo Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>