

Helloumi, la idea emprendedora que renació de un fracaso empresarial

Nunca antes los entresijos de una empresa había sido tan rentable para unos emprendedores

La posibilidad de hacer magia a través de Whatsapp o la capacidad de conseguir todo lo que pudiésemos necesitar a través de Whatsapp. Con esta premisa nació, creció y murió Yexir a principios de 2016. El auge y caída de una empresa que fue superada por sus propias expectativas.

"Pide lo que quieras por WhatsApp, 24/7": muy bonito pero demasiado caro puesto que detrás de cada pedido había un samurai, o persona atendiendo. Cuando los pedidos eran pocos no había problema, cuando crecieron la cosa se complicó demasiado y sus casi 6.000 usuarios se convirtieron en casi 6.000 pesadillas. Jiaqui Pan, el fundador de la compañía de 24 años, detuvo la actividad de la empresa para cambiar el foco del negocio y hacer de su proyecto algo rentable. ¿Qué hacer entonces en este caso?

De un Excel a un sistema SaaS

La trastienda de Yexir ha servido a Helloumi para sacarse de la manga un nuevo negocio más rentable. Los samurais empezaron gestionando los pedidos de Yexir a través de hojas de Excel. Una línea por cada pedido: nombre, datos, petición... Pero la herramienta, aunque muy sofisticada, tiene sus limitaciones y complicaciones. Entonces, desarrollaron un sistema propio de gestión de pedidos que automatizase el mayor porcentaje de operaciones posibles antes de llegar a cualquiera de los empleados.

Como comenta Jiaqui a Hipertextual, "detrás de Yexir había todo otro entramado, mucho más complejo si cabe, que nos permitía funcionar". Lo que es lo mismo, mientras el bot de la app nos saludaba y nos preguntaba qué necesitábamos se activaba un complejo sistema para ahorrar tiempo. Al final, detrás de ese bot había una persona porque como explica Jiaqui, "no podíamos crear respuestas automáticas a los clientes porque la variedad era infinita, ni Siri lo ha conseguido, pero sí podíamos organizarlo mejor".

Una vez cerrada la experiencia del mayordomo virtual, el equipo de Hello Umi, S.L., nombre social de la marca, se dio cuenta de que tenían toda una oportunidad de negocio entre sus manos. Todo aquello que habían estado creando para gestionarse ellos mismos durante tanto tiempo bien podría servir para ayudar a otras empresas a operar. Veía, entonces, la luz Helloumi: un sistema que permite a las empresas aprovechar los canales de mensajería habituales (Whatsapp o Facebook Messenger) para comunicarse con sus clientes. Marca y empresa cambiaban actividad, foco de negocio y clientes.

El sistema SaaS que habían estado fabricando era la herramienta necesaria, con algunos chat bots de por medio, para muchas empresas; 300 en concreto, que son más o menos las que usan en la actualidad su sistema.

Problemas convertidos en virtudes

Con la nueva plataforma los miles de clientes que hasta la fecha habían estado formando listas de espera para entrar a formar parte de la comunidad de Yexir ya no eran un dolor de cabeza. Al contrario; cuantos más clientes mucho mejor ya que la plataforma cobra más relevancia e importancia en el sector. Asunto número uno solventado.

Por otro lado, la monetización. Al igual que el modelo anacrónico de mayordomo, su versión virtual era cara e insostenible. Asumir los costes de tantos clientes era imposible. Helloumi también resuelve esa faceta cobrando unos 40 euros por cada cuenta que venden. Ingresos a la primera y sin despeinarse. Si los clientes quieren más de la herramienta, sólo tienen que pedirlo y será personalizada todo lo que sea necesario. De hecho, antes había cinco empleados de diez dedicados a la atención al cliente, los samurais que comentábamos antes. Ahora, el equipo técnico se ha aumentado para atender la demanda.

Y no hay nada que le guste más a un inversor que un modelo sostenible. Si Demium, el copycats profesional de startups, le echó el lazo a Yexir, en el caso de Helloumi no tardarán en encontrar socio. De hecho, aunque Jiaqui no puede dar demasiados detalles, confirma que es una opción a medio plazo.

En cuanto a la competencia, al igual que sucediese con Yexir, hay otras empresas que hacen "lo mismo". El mundo de los chat bots, de la automatización, de las empresas intentando ofrecer una mejor experiencia de usuario es rentable y atractivo:

"Si hay competencia es porque hay negocio y si no la hay es porque a nadie le interesa ni quiere estar ahí."

Es muy complicado hoy en día hacer algo que no se haya inventado, lo único que hay que hacer es encontrar una nueva vía de negocio. Respecto al futuro y qué esperar, hace unos meses hacíamos la misma pregunta a Jiaqui y la respuesta era que la idea era continuar trabajando en inteligencia artificial para mejorar las respuestas automáticas y, en un futuro lejano, conseguir una automatización al 100%. A la idea de la era de los bots se une ahora el deseo de conseguir un negocio sostenible que sea capaz de aprovechar las ventajas de un sector y adaptarlas a las necesidades de otro.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en Hypertextual

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>