

TherapyChat evoluciona a Therapyside: el nuevo camino hacia el bienestar emocional

[Multimedia](#)

Tras 7 años de andadura, TherapyChat se transforma en Therapyside con un firme propósito: seguir ayudando a situar la salud mental en el centro y ampliar su propuesta de valor basada en la cercanía, el trato personalizado y la sensibilidad. Este cambio, que va más allá del nuevo nombre, implica enfatizar el compromiso por acercar la psicología al día a día, cumpliendo con el propósito de concienciar y conectar a pacientes y psicólogos de forma humana, personalizada y empática

TherapyChat, empresa que facilita el acceso a apoyo psicológico de calidad mediante terapia online, anuncia una evolución en su nombre, denominándose a partir de ahora Therapyside. Pionera en la psicología online, la compañía amplía su propuesta de valor para pacientes, psicólogos y empresas, creando una marca más cercana que refleje mejor sus valores y su evolución, tras incrementar en un 70% -alrededor de 10.000 nuevos pacientes- el número de personas que dieron el paso de acudir a terapia.

Con esta transformación de marca, que implica la renovación de su nombre, logotipo y un nuevo spot publicitario, la compañía pretende reflejar la evolución de su propuesta de valor hacia una experiencia más cercana y accesible. Bajo el objetivo de mejorar el día a día de las personas, Summa Branding, su partner de estrategia y comunicación, ha sido el encargado de hacer realidad este *rebranding*, diseñando una plataforma de marca que empatiza con las inquietudes de la sociedad y gira alrededor de una idea: poner la salud mental en el centro.

Además de facilitar y poner en valor el trabajo de psicólogas y psicólogos, la nueva marca Therapyside vertebrada en tres pilares fundamentales: profundidad, sensibilidad y propósito. A través de la actualización del relato y del concepto creativo, la compañía busca conectar de forma natural con las principales inquietudes que surgen en torno a la salud mental, al tiempo que busca trazar puentes para el paso de la conciencia colectiva que se ha generado a los últimos años a la acción individual.

Junto a la evolución del *naming* y la narrativa, la nueva identidad visual de Therapyside también apoya la construcción de este universo: mediante diferentes elementos como los colores y las formas orgánicas y naturales, la empresa pretende transmitir los matices del mundo emocional, apoyando así al lenguaje a la hora de compartir un imaginario tan subjetivo, rico y variado como el de las emociones. La elección de colores vivos por parte del equipo de Summa está inspirado en la parte positiva de la terapia como medio para sentirnos más plenos y libres, facilitando el proceso que ayuda a descubrirse,

entenderse y transformarse.

Para lograr su propósito, Therapyside pretende seguir mejorando su plataforma tecnológica, escuchando desde la humildad a psicólogos, pacientes y empresas para seguir implementando nuevas mejoras como el perfeccionamiento de la terapia de pareja y, sobre todo, el nuevo servicio para adolescentes, un sector de la población muy vulnerable a problemas psicológicos.

En palabras de Alessandro De Sario, consejero delegado de Therapyside, "Therapyside representa lo que somos y de dónde venimos pero, sobre todo, refleja dónde queremos llegar. Desde la fundación de la compañía en el año 2016, nuestro principal objetivo ha sido ser capaces de brindar un espacio seguro y de calidad a psicólogos, usuarios y empresas para que puedan conectar sin preocupaciones poniendo el foco en lo verdaderamente importante: el cuidado del bienestar emocional. Aunque cada vez menor, el estigma de la salud mental sigue estando vigente en nuestra sociedad y aún hay un gran número de personas que desconocen cómo ir a terapia podría mejorar sus vidas. Ante ello, queremos seguir concienciando sobre sus beneficios, y el objetivo de esta nueva etapa liderada por el cambio de nombre es consolidar ese proceso en el que hemos trabajado desde el principio logrando que se facilite cada vez más el acceso a terapia a través de los valores de cercanía, confianza y solidez".

Por su parte, Marina Muñoz, directora de arte en Summa Branding señala que: "a nivel de concepto creativo hemos apostado por un discurso más emocional otorgando al símbolo un mayor protagonismo, representando los diferentes nudos o bloqueos emocionales y partiendo siempre de que cada camino y cada proceso son únicos, y dotando al nuevo logotipo de colores vibrantes, alegres y digitales nos permiten trasladar y evocar un estado de ánimo positivo y vital".

En cuanto al nuevo spot publicitario, añade, "queríamos refrescar la marca, por eso la pieza audiovisual tiene una narrativa tan especial y disruptiva en el sector que arranca con una llamada telefónica, con planos que se rompen, con ese *glitch* que metafóricamente representa la duda, con silencios que detienen el discurso, con unos planos introspectivos y cuidados", afirman desde Summa Branding.

Fundada en 2016 por Alessandro De Sario y Alejandro Ponce y con el respaldo de NextChance Invest, Mediaset España y Mediaset Italia, Therapyside seguirá actuando como punto de encuentro entre psicólogos que buscan ofrecer sus servicios de forma online y todas aquellas personas que tengan interés en potenciar su bienestar emocional. Desde entonces, ha cerrado tres rondas de financiación, en las que ha acumulado 17,5 millones de euros levantados.
