

«Buscamos personas implicadas, dispuestas a trabajar y que crean en el producto y en las nuevas tecnologías»

A. QUEIJEIRO El Suplemento

Migastone ha desarrollado un buscador de aplicaciones con geolocalización, lo que supone un incremento en volumen de las ventas y en el caudal de clientes potenciales. En la actualidad, mantiene su principal implantación en Italia, en donde ya cuenta con 30 oficinas, pero abriendo camino a otros países, eligiendo como objetivos prioritarios Rusia y España.

Desarrollan apps para cada tipo de actividad, para dar respuesta a un incremento en la utilización por parte de los usuarios de las aplicaciones móviles.

-¿Qué es y como surge la idea de crear Migastone?

En 2014 descubrí un sistema para crear App para Iphone y Android, con un coste mucho menor al que se pedía por entonces. Pero tuvimos también la gran idea de crear una red de franquicias para poder extender esta idea por todo el territorio.

Así fue como creamos el primer buscador del mundo con geolocalización para App, APPMETROPOLIS, que nos permitía crear un sistema conectado no solo entre nuestras App sino con las de otros desarrolladores.

Si una empresa quiere visibilidad y quiere fidelizar, tiene que estar en el móvil de sus clientes.

-¿Qué ventajas ofrece?

Uno de los puntos más fuertes de Migastone y Appmetropolis es que un franquiciado puede crear su propio circuito en su ciudad, solo le hace falta tener unas 30 aplicaciones y hacerlas interactuar entre ellas, que sus clientes tengan la habilidad de poder crear ofertas enlazadas a otras ofertas, incluso hacer campañas publicitarias de forma gratuita.

Otra ventaja, muy importante, es la constante formación de nuestros franquiciados. MIGASTONE forma a sus franquiciados de forma conti-

nuada, con un soporte de marketing y técnico lineal y muy potente.

Nosotros incluimos en nuestro pack una oferta de formación continua a través de webinars semanales y cursos presenciales, además de un soporte de marketing y técnico constante. Ningún franquiciado se siente solo y abandonado en ningún momento.

Todo son ventajas, pero nuestro punto más fuerte, quizás es la garantía que ofrecemos a nuestro franquiciado, la garantía de "o funciona o es gratis" es una garantía demostrada que le podemos explicar detalladamente a cualquier persona al contactar con nosotros.

El éxito de cada franquicia depende del empeño que muestre cada franquiciado, pues nosotros le ofrecemos todas las herramientas para garantizarle este éxito.

-Tienen una fuerte presencia en Italia ¿Por qué han elegido España, junto a Rusia para su expansión internacional?

Si hablamos de España, es un país estratégico para las franquicias. El peso de las franquicias supera un 25% a Italia, donde todavía está muy presente la empresa familiar que se traspa de una generación a otra. Esperamos llegar a los



resultados que estamos teniendo en Italia o incluso superarlos.

-La evolución en el uso de las nuevas tecnologías ¿ha cambiado los hábitos de compra?

El móvil se ha convertido en una parte de nuestro cuerpo, una pequeña ventana que nos ofrece poder acceder a todo el mundo. Tener un icono en el móvil de nuestros clientes permite que no se olviden de nosotros, muy importante en un momento en el que recibimos tantísimas solicitudes y notificaciones.

Pero todo cambia cuando re-

cibimos solo las notificaciones que nos interesan. ¿Quién no quiere recibir una oferta o un regalo de nuestro restaurante o tienda favoritos?

Las App se instalan muy rápidamente y si además es el dependiente de confianza que está cobrando en la caja el que se ofrece a hacerlo, en un momento la puede descargar e instalar. De esta manera, el propietario de la tienda le está pidiendo explícitamente a su cliente que pueda contactar con él pero sin tener que pedirle el número de teléfono, ya que hoy en día ya muchos clientes se niegan a hacerlo por miedo a recibir sms de forma continuada y sin poder impedirlo.

Estar en el móvil de un cliente, además permite interactuar con la actividad de la tienda, a través de la cámara, por ejemplo, puede desbloquear descuentos u obtener contenidos añadidos que están presentes en el almacén de la tienda, stock que no ve nadie pero que puedes vender solo a través de quién tenga tu App.

Además, la geolocalización es fundamental para poder crear notificaciones cada vez más específicas y objetivas.

-La expansión la realizan con franquiciados ¿qué perfil deben reunir sus candidatos?

Buscamos personas que crean en el producto y en las nuevas

tecnologías. Personas implicadas y dispuestas a trabajar conjuntamente ya que su éxito es el nuestro y nosotros le ofrecemos todas las herramientas para garantizarlo.

-¿Qué diferencia a Migastone de sus competidores?

Migastone trabaja con el envío de notificaciones, pero notificaciones atrayentes y reales: ofertas, regalos, cupones, tarjeta de fidelización, rasca y gana.

El canal de las notificaciones es ideal para poder estar en contacto con los clientes. Su eficacia es increíble, con resultados del 90% en la entrega y lectura.

Migastone instruye a sus clientes en cómo hacer que sus App seas eficaces y poco invasivas en este género de comunicación tan potente.

-¿Cuáles son sus proyectos de futuro?

Vamos a trabajar para potenciar APPMETROPOLIS, con informes detallados de la recuperación de la inversión. Nuestro objetivo para el 2017 es demostrar que creando sistema, las APP en circuito son mucho más eficientes.

Si quieres formar parte de nuestro equipo Migastone entra aquí:

www.migastone.com/es/franchising

