

La transformación de SaleCycle, el experto en soluciones de *performance marketing*, ¡finalmente revelada!

Desde la navegación hasta las conversiones, el enfoque integral de SaleCycle se sustenta en más de 10 años de experiencia y ayuda a más de 500 clientes activos en todo el mundo en tres sectores comerciales principales: retail, moda y turismo.

SaleCycle revela su nueva oferta basada en tres pilares clave "Reach - Retain - Re-engage" para aumentar las conversiones online de los ecommerce como nunca antes.

¿Cuál es su objetivo? Convertir a los visitantes en compradores y generar hasta un 10 % de ingresos adicionales. El año pasado, SaleCycle ayudó a sus clientes a recuperar casi **1.700 millones de euros de facturación**.

La empresa posee una gran cantidad de clientes, incluidos los de España, como **Adolfo Dominguez, Lacoste, TAP Portugal, L'Occitane, Best Western, Vodafone, Breitling, Tommy Hilfiger** y muchos más.

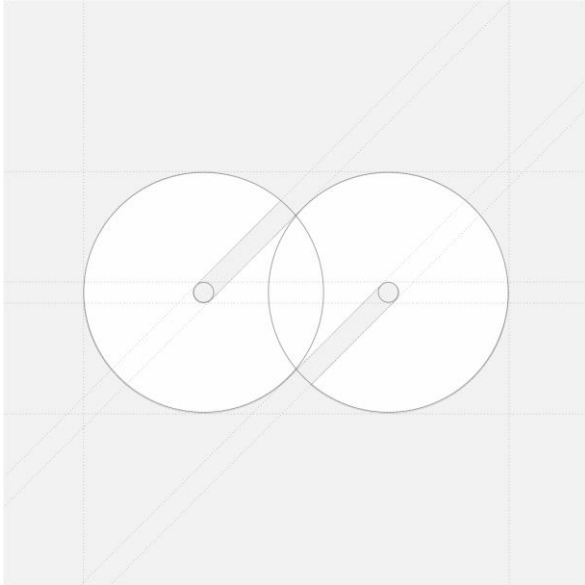
SaleCycle entra en una nueva era, ¿qué significa esto específicamente?

SaleCycle fue históricamente una solución conocida por su solución de emails de carrito abandonado, con un modelo de negocio basado en el rendimiento. Desde su creación, este modelo de negocio nunca ha sido cuestionado, hasta el día de hoy.

En un ecosistema en constante evolución, SaleCycle necesitaba detenerse para repensar su negocio y estar más cerca de las expectativas actuales del mercado.

"Tenemos soluciones que funcionan con resultados que hablan por sí solos, un equipo de Account Managers cuya calidad de servicio es excepcional y, en líneas generales, clientes de renombre satisfechos, algunos de los cuales han estado con nosotros desde nuestros inicios. Esto demuestra su lealtad hacia nuestra marca y especialmente el rendimiento de nuestras soluciones. Es hora de que nos atrevamos a mostrar más nuestras fortalezas y ser el centro de atención" comenta Fabien Sanchez, consejero delegado de SaleCycle

Una nueva identidad visual para una nueva era



Nuestro logotipo representa la esencia del movimiento perpetuo y la continuidad, simbolizando el ciclo infinito de compromiso e interacción. Es el elemento principal de nuestra identidad de marca y refleja nuestro compromiso por conectar y evolucionar de forma totalmente transparente.



¿Por qué esta elección de colores?

"Queríamos darle una nueva vida a SaleCycle y revivir nuestra marca. La nueva paleta de colores refleja nuestra personalidad y valores. Desde el marfil cálido, suave y elegante, hasta el púrpura más atrevido y contrastante, pasando por el naranja, nuestro color primario que aporta energía y vitalidad. Este cambio de marca añade un toque fresco y dinámico a esta nueva identidad visual brillante y asertiva", explicó la directora de marca y comunicación.

Más que una nueva identidad visual, un nuevo enfoque

SaleCycle se ha embarcado hoy en una transformación mucho más profunda, más allá del aspecto estético y la identidad visual.

¿Su misión? Ayudar a las empresas a prosperar en la era digital ofreciendo soluciones de vanguardia que impulsen un compromiso significativo y un crecimiento sostenible.

En palabras de Fabien Sanchez, CEO de SaleCycle:

"A través de la innovación constante y el compromiso inquebrantable, SaleCycle se esfuerza por ser el catalizador de un cambio positivo en el panorama digital, fomentando el éxito de nuestros clientes y socios".

¿Cuál es su visión? Revolucionar la forma en que las empresas se conectan con sus clientes, ofreciendo soluciones innovadoras que trasciendan fronteras e inspiren relaciones auténticas, fructíferas y duraderas. Al explorar nuevos caminos y adoptar la evolución tecnológica, imaginamos un futuro donde cada interacción esté llena de impacto y oportunidades.

Un nuevo enfoque para un nuevo comienzo

A lo largo de los años, SaleCycle ha sabido adaptarse a los nuevos estándares, requisitos y regulaciones del mercado, especialmente con la llegada del RGPD.

"Con el fin de las cookies de terceros, las marcas son mucho más exigentes y quieren entender mejor a sus clientes. Como nuestra tecnología no se basa en cookies, no hay ningún impacto para nosotros. SaleCycle se reinventa proponiendo un nuevo modelo de negocio. El objetivo es simple; ser más transparentes y dar una mejor comprensión de nuestra oferta y elementos diferenciadores. Con el modelo de actuación nos quedamos atrás en lo que queríamos proponer. A lo largo de los años hemos podido observar y analizar las principales tendencias del mundo del ecommerce. Por eso mismo, pasamos de un enfoque a medida a uno integral, basado en tres pilares principales: Reach-Retain-Re-engage. Esta nueva oferta permite una interacción más completa con el cliente", explicó Fabien Sanchez, consejero delegado de SaleCycle.

¿Qué son estos pilares?

Con su enfoque integral, SaleCycle te ayuda a implementar una estrategia ganadora en ecommerce, aprendiendo a comprender mejor el recorrido del cliente en tu sitio web y optimizarlo para estar presente en todos los momentos clave para promover la finalización de la compra por parte del usuario y su fidelización..

¿Te preocupan estos problemas de retención y reconexión en ecommerce? Nuestros expertos estarán encantados de responder a tus preguntas y ayudarte.

[Quiero hablar con un experto](#)