

## Beabloo refuerza su presencia nacional e internacional con nuevas incorporaciones

- Tras la inversión de 10 millones de euros liderada por SoftBank que recibió el pasado mes de mayo, la compañía catalana ha duplicado su plantilla en España y se ha trasladado a unas oficinas más amplias y acordes con el crecimiento del equipo
- Beabloo ha fortalecido su presencia internacional, especialmente en el mercado asiático

**Barcelona, 29 de octubre de 2015.** En mayo de este año, Beabloo, empresa tecnológica especialista en la combinación de marketing digital multicanal y big data para entornos de retail y establecimientos de cara al público, recibía una inversión de 10 millones de euros liderada por SoftBank Group. Hoy, cinco meses más tarde, y gracias a esta operación, la compañía ha aumentado su plantilla en España y en el mercado asiático, y recientemente ha estrenado oficinas en Barcelona.

La nueva sede de Beabloo se ubica en el distrito tecnológico por excelencia en Barcelona, conocido como 22@, concretamente en el edificio Diagonal22@ de la calle Pujades. Las oficinas ocupan más de 900 metros cuadrados y tienen cabida para más de 80 personas. Desde que recibiera la inversión, la compañía ha duplicado su plantilla en las oficinas centrales, y se prevén nuevas incorporaciones en los próximos meses.

### Nuevos nombramientos en Beabloo

La captación de talento es una de las claves para Beabloo en este momento. La compañía, que facilita a sus clientes el análisis de millones de datos captados en los puntos de venta y permite así entender a los públicos y mejorar la experiencia de los consumidores y su relación con las marcas, ha incorporado recientemente a diversas personas para reforzar y potenciar su crecimiento. Andrew Baylis, nombrado Head of Customer Service de Beabloo, con más de 8 años de experiencia en la construcción y dirección de equipos internacionales en Italia, Reino Unido, Sudáfrica y España, se encargará de mejorar la satisfacción del cliente, el rendimiento del equipo, la eficiencia y el control de costes. Por su parte, Manuel Vivó, nuevo Chief Architect Software de Beabloo, que lleva más de 15 años trabajando en proyectos de internet en diferentes sectores como educación, videojuegos y viajes, continuará desarrollando y mejorando el software de Beabloo, en consonancia con los objetivos y prioridades determinados por la empresa.

Ernesto Bernadó, nuevo Director de Business Analytics de Beabloo, aportará más de 18 años de experiencia en áreas de negocio y análisis de datos en proyectos de base tecnológica para mejorar la propuesta de valor ofrecida por la solución de Big Data de Beabloo. A su vez, Chris Harrington, Chief Architect Infrastructure de Beabloo, contribuirá con sus más de 20 años de experiencia en el liderazgo y la gestión de infraestructuras de Internet y equipos, tanto en grandes empresas como en startups, en el desarrollo de una plataforma global que facilite y agilice el crecimiento del negocio de Beabloo.

Además, a ellos se une el nombramiento de Haiyan Bo que el pasado mes fue designada CEO de la oficina de la compañía en China y que aporta a Beabloo su profundo conocimiento del negocio y del mercado asiático y su amplia experiencia en identificar y satisfacer los requerimientos de las grandes marcas en esta región de alto valor estratégico.

“Personas con una dilatada experiencia en sus sectores y una trayectoria profesional amplia en reconocidas compañías se están incorporando al proyecto de Beabloo en las últimas semanas”, explica Jaume Portell, CEO global de Beabloo. “Este gran equipo que estamos conformando no sólo supone un gran apoyo y mayor empuje a nuestro proyecto, sino que viene a certificar que ofrecemos una solución con altísimo valor estratégico y que Beabloo es una compañía atractiva y aglutinadora de talento. Tanto el crecimiento en nuestra sede en Barcelona como la expansión y captación de talento en China son dos grandes apuestas estratégicas para nosotros”.

“Las áreas de atención al cliente, arquitectura de software, analítica e infraestructuras se ven reforzadas con las últimas incorporaciones de Baylis, Vivó, Bernadó y Harrington y todo ello con el objetivo de lograr nuestra principal meta que es ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes y seguir creciendo”, añade Portell.

Las soluciones de marketing digital multicanal de Beabloo facilitan la objetivización de datos en el mundo offline. Ello permite a los clientes de Beabloo conocer mejor a su público objetivo, mejorar su experiencia de compra o visita, facilitar la toma de decisiones de marketing, mejorar la rentabilidad y, finalmente, como consecuencia de todo ello, incrementar la satisfacción de la audiencia contactada.