

## SinMaletas

### Transportar la comoditat

Malgrat l'auge dels viatges *low cost*, no tot són comoditats. Recàrrecs per excés de pes, cues per facturar i recollir equipatges o fins i tot la seva pèrdua. L'empresa catalana SinMaletas ha sabut trobar el seu espai al mercat *online* convertint-se en una referència pels estudiants amb beques a l'estranger, empresaris o equips esportius. Recullen les pertinences de l'usuari i les porten on ell desitgi perquè pugui viatjar amb les mans a les butxaques.



Nascuda el 2008 com un projecte pioner a Espanya, a SinMaletas no li ha calgut un espai físic per créixer. La seva decidida aposta per un negoci 100 % *online*, ha rebut una bona acollida per part d'un nombre d'usuaris que no ha parat de créixer. Aquesta exclusiva presència a la xarxa ha triomfat "gràcies a la viralitat dels nostres clients a les xarxes socials, fòrums, blocs i comunitats *online* en

general", assegura Verònica Rioja, responsable de Tecnologia i Comunicació de l'empresa.

#### Sempre connectats

Per la dirigent de SinMaletas, la seva tasca permet "una nova manera de viatjar: ràpida, còmoda i segura tant pels clients com pel seu equipatge". La idea va sorgir per tal "d'omplir un buit en el mer-

cat, donant una alternativa a tots els viatgers que necessiten endur-se la seva roba, llibres o efectes personals amb ells”. Per Rioja, “l’usuari tenia la necessitat de poder viatjar tranquil·lament, sense estar pendent de les seves maletes ni de pagar recàrrecs si a última hora porten sobrepès”.

### “La comunicació constant i fluïda amb l’usuari és vital per oferir la confiança necessària en aquesta activitat”

Un negoci que aposta de forma decidida pel sector *online* i els *social media*. “La comunicació amb els clients és vital per nosaltres”, destaca Verònica Rioja. L’usuari realitza la seva comanda a través del web, on indica la quantitat i el pes del que vol transportar. Un cop rebut l’encàrrec, des del departament d’Atenció al Client contacten amb l’usuari via telefònica per contrastar que les dades siguin correctes i acordar una data per a la recollida de l’equipatge. Segons la responsable de Tecnologia i Comunicació de l’empresa, “el porta a porta és el gran avantatge del nostre servei”, on “a banda del web, que és el canal principal, el suport telefònic i el correu electrònic són imprescindibles per donar un servei òptim i de qualitat”.

### Estendre la xarxa

Tot i així, detectar un buit al mercat i oferir un servei atractiu, no resulta profitós si no arriba al públic potencial. Per Verònica Rioja, en aquest sentit les xarxes socials i el màrqueting digital han tingut molta importància. Ho exemplifica la cam-

#### Raó social

SinMaletas  
Multiboxes, SL (Sinmaletas.com)  
C/ Prat de la Riba, 60  
08401 Granollers  
Catalunya

#### Any de constitució

2008

#### Ciutat de la seu

Granollers

#### Producte

Transport de maletes i equipatges

#### Web

[www.sinmaletas.com](http://www.sinmaletas.com)

panya “**Ambaixadors SinMaletas**, una aposta digital amb uns resultats més que satisfactoris”. La dirigent de l’empresa explica com “vam iniciar un càsting a Facebook on sol·licitàvem estudiants d’Erasmus que haguessin de cursar la seva beca a qualsevol país europeu durant el primer semestre de 2011”. L’objectiu era seleccionar les persones adients per ser els ambaixadors de l’empresa a través dels perfils digitals creats a diverses xarxes socials, i d’un bloc creat especialment per aquesta campanya. La recompensa d’un sou mensual i un *iPad* de regal va ser prou llamenera perquè més de 600 persones es presentessin al càsting *online*. Una acció amb elevat grau de viralitat que va permetre a SinMaletas aconseguir en deu dies més de 1500 seguidors a Facebook. Verònica Rioja assegura que estan tan satisfets del resultat de la campanya que “la repetirem aquest 2012 per buscar els nostres nous ambaixadors”.

### “Amb una acció viral van aconseguir 1500 seguidors a Facebook en deu dies”

Malgrat que donar xifres de resultats en les primeres accions digitals és complicat per l’absència d’una referència prèvia, Rioja té clar que “aquestes accions ens han aportat més estabilitat i *branding*; ens han apropat al públic, a més usu-



Quatre joves van ser el 2011 els primers Ambaixadors SinMaletas

aris i a fer créixer el coneixement de la marca”. A tot plegat hi ha ajudat de manera especial ACCIÓ. Tal com explica la dirigent de SinMaletas, “el programa 2B Digital ens va permetre crear un web i una estratègia *online* amb resultats molt positius”. Ha estat, en definitiva, “una anàlisi, una millora i un salt professional dins aquest món digital”.

Un creixement que permet a SinMaletas anar ampliant horitzons i treballar cada vegada amb més països. A hores d'ara “arribem a tota Europa, els Estats Units, Canadà i una part cada vegada més àmplia d'Àsia”, segons destaca Rioja. Destins on “les xarxes i comunicacions logístiques del país puguin ser d'alta qualitat per tal d'oferir un servei de transport ràpid i fiable”. A grans trets, països semblants al nostre, “amb un gran ús d'Internet, turisme i estudiants”.

SinMaletas vol continuar creixent de la mà de noves campanyes a la xarxa i consolidar-se del tot com un referent abans d'iniciar la internacionalització a través d'una nova marca com ByeLuggage. Viatjar ja no té per què ser una càrrega.

### Amb el suport d'ACCIÓ

ACCIÓ ha donat suport a SinMaletas en la creació del web i l'estratègia online a través del **programa 2B Digital**



SinMaletas permet embarcar sense pensar en cues de facturació

### Idees força

- SinMaletas va detectar un buit en el mercat per tal d'oferir un sistema de transport d'equipatges que permeti a l'usuari viatjar de forma còmoda.
- L'empresa té molt clar el públic objectiu: estudiants d'Erasmus, empresaris o equips esportius.
- Les accions a la xarxa de gran viralitat permeten un creixement constant del nombre d'usuaris, i un reforç del coneixement de la marca.

Accediu a totes les bones pràctiques a: [www.anella.cat/experiencies](http://www.anella.cat/experiencies)