



El Grupo Salesland celebra 20 años con un importante plan de expansión en Latinoamérica

El Grupo Salesland, multinacional especializada en el desarrollo y ejecución de proyectos comerciales a medida, celebra hoy su 20 aniversario con una importante estrategia de expansión por Latinoamérica que ya ha mostrado sus primeros avances con la entrada en Ecuador el pasado mes de agosto, sumando así un país más a los 7 en los que ya opera.

El arranque en Ecuador se produce de la mano de uno de los partners estratégicos de Salesland, Movistar, que una vez más ha confiado en el expertise de la compañía para implementar sus proyectos comerciales. En concreto, la iniciativa arranca con la gestión de 5 de las tiendas de la marca en el país, con perspectivas de continuar ampliando puntos de venta en los próximos meses.

El plan de expansión de Salesland encontrará su siguiente hito en la entrada en Costa Rica en las próximas semanas, y cerrará el 2020 con la incorporación de Panamá, Honduras y El Salvador.

Solvencia Financiera

Desde sus inicios en 2000, el Grupo Salesland ha experimentado un crecimiento imparable en facturación y ventas de productos y servicios de sus clientes, que le ha llevado a tener una amplia presencia en España, Portugal, Perú, Chile, Colombia, México, Guatemala y Ecuador, y próximamente en Costa Rica, Panamá, Honduras y El Salvador. La adquisición de una participación mayoritaria del Grupo Salesland por parte de Acon Investments, firma internacional de inversión de capital privado, el pasado mes de febrero, será clave en los planes de futuro de la compañía, reforzando su posición de liderazgo dentro del sector de soluciones comerciales y servicios de fuerza de ventas a nivel internacional y realizando algunas adquisiciones que complementarán y fortalecerán aún más la propuesta de valor de Salesland.

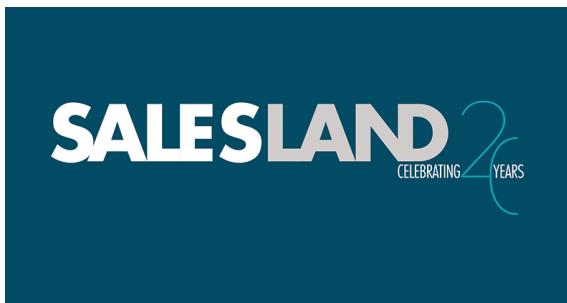
A medida que ha ampliado su presencia territorial, Salesland también ha crecido en su oferta de servicios, adaptándolos a las situaciones del mercado y las necesidades de sus clientes. Así, sus equipos son capaces de desarrollar proyectos de ventas dentro de todos los canales existentes,

enmarcados en sus 5 líneas de negocio: Fuerza de Ventas, Punto de Venta, Venta Remota, Digital y Brands Soluciones de Marketing.

Salesland en cifras

Las cifras que resumen qué es Salesland, 20 años después de su fundación, reflejan la solidez y capacidad de la compañía. Sus equipos desarrollan más de 220 proyectos que Salesland tiene en activo para las 130 marcas líderes que han confiado en su metodología, muchas de las cuales lo hacen en más de un país. La gestión comercial de 21.200 puntos de venta, la captación de 25.000 pymes al año o los más de 53 millones de contactos telefónicos con clientes o contactos comerciales de manera anual, son datos que ilustran las capacidades y gran expertise de la entidad en el ámbito de las ventas.

Miguel Artero, Presidente y socio fundador del Grupo Salesland: "La celebración de estos 20 años de Salesland hace que me acuerde de todas y cada una de las personas que han pasado por esta compañía a lo largo de todo este tiempo. Sin el talento y el esfuerzo de cada uno de ellos hubiera sido imposible llevar a cabo este sueño llamado Salesland. Mi agradecimiento a todos los trabajadores y trabajadoras por haberse sumado a este proyecto y ser parte clave del éxito que cosechamos cada día".



Contacto de prensa:

Alba Fernández Serrano
albafernandezs@salesland.net
917489080
www.salesland.net