

El món dels serveis es troba, actualment, amb una gran contradicció. Per una banda, la globalització, que implica una massificació, i, per una altra, la personalització. **“L'assistència personalitzada és un concepte que, sovint, es queda només com a leimotiv, però les empreses que sàpiguen contactar amb les tecnologies i amb el seu mercat són les que podran transmetre el seu missatge de la manera que interessa al consumidor i al client.”** Seguint aquesta filosofia, i després d'haver col·laborat amb multinacionals, Álvaro Devai i Pepa Forgas van constituir una empresa on l'atenció personalitzada al client fos la base, una empresa dedicada als serveis de màrqueting directe: **“A Epsilon ens mou la satisfacció del consumidor i ajudar a obtenir la seva fidelització per als nostres clients. En aquest punt la globalització és absolutament contradictòria i ho sabem prou bé. És per això que tots els nostres sistemes es basen en la microeconomia, en l'individu amb una única entitat, per conèixer tipologies de comportament que ajudin a la planificació estratègica.”** Per a dur a terme qualsevol estratègia cal estudiar-ne el procediment adequat i tenir els mitjans. I això és el que aquesta empresa ofereix: **“A Epsilon portem deu anys innovant, invertint en les eines que permetin donar el millor servei als consumidors, alhora que emmagatzemar, analitzar i gestionar tota la informació. Disposem dels més moderns sistemes de recollida d'informació (Contact Center), d'emmagatzemat (bases de dades) i d'anàlisi i gestió (CRM, Customer Relationship Management), sense oblidar els sistemes tradicionals de seguiment i gestió de la informació que demana el consumidor, i l'enviament i entrega dels més diversos elements que l'empresa vol fer arribar al públic. Tot aquest servei integral és la nostra raó de ser i el que aprecia el nostre públic.”** La millor manera d'ajudar el client és escoltar-lo, conèixer quin és el seu mercat i saber posar en funcionament les accions. Cal ser un assessor executiu: **“El client té una intuïció, un desig. Aquí entrem nosaltres, li aconsellem com fer les coses bé i com actuar per a satisfer les seves demandes específiques.”** El tracte personalitzat és un dels seus avantatges davant de la presència de les grans multinacionals consultores. Són conscients de la tendència actual vers les fusions, però prefereixen estudiar aquest tema amb molta calma: **“Resulta evident que, actualment, no es pot anar sol. El nostre criteri és vendre servei i qualitat, per això tenim aliances amb empreses i persones que ens permeten oferir tota una àmplia gamma de serveis.”**

Hi ha una nova economia que s'està introduint en les nostres vides, l'economia via xarxa, a través de recursos informàtics. De fet, és la mateixa de sempre però les eines canvien i cal conèixer-les i adaptar-s'hi. Malauradament, al nostre país encara estem fora de lloc en aquestes qüestions: **“Jo no diria tant, és cert que hi ha molt per fer a l'Administració i a les grans companyies que han de donar els nous serveis, sobretot en millora d'infraestructures que permetin la universalització, major fiabilitat i rapidesa en la transmissió de la informació, en l'ampliació dels serveis, etc., però tant Epsilon com els nostres clients estem adequant les empreses al futur de**

la nova economia. En concret, a Epsilon ja gestionem clients de venda per Internet (comerç electrònic) i utilitzem la xarxa com una eina més al servei del màrqueting estratègic.” Per a Álvaro Devai el nivell de l'empresariat català és equiparable al d'Europa, però no es pot quedar enrere: **“S'ha prosperat en gestió, tecnologia i agressivitat. Tot i que hem viscut en un mercat aïllat, ara ens comparen amb empreses franceses i alemanyes. Estem a l'alçada d'Europa, però venim d'un món completament diferent i això és admirable; som uns lluitadors nats i uns romàntics. Però hem de tenir en compte que s'estan desaprovechant oportunitats importants per culpa del moment polític. No en som prou conscients, però avui s'està repartint el món i ens hem de centrar en això, en quina part ens pertoca, per no quedar-nos aïllats.”**

Avui en dia, i en qualsevol camp, cal tenir una base d'aprenentatge sòlida i no deixar mai de formar-se. En la seva feina, la font de coneixement més intensa és, curiosament, el client: **“D'on més aprenem és d'ells. Ens involucrem en les accions i en les estratègies dels nostres serveis i col·laborem en l'execució i el disseny del pla estratègic. No fem un treball aïllat, ens integrem dins de l'empresa per seguir l'evolució del projecte i és aquí on establim contacte amb grans professionals. Treballem amb empreses que tenen assessors excel·lents i, en integrar-nos-hi, sempre n'aprenem alguna cosa.”**

Epsilon Technologies pot dir amb orgull que molts dels seus clients fa anys que hi confien, i saben que fan bé la seva feina justament per aquesta dada: **“La millor satisfacció és que el client repeteixi, és veure que no et deixa. No sabem mai exactament la magnitud de l'èxit en xifres, perquè el client no ho comunica, però és evident que si segueix encomanant-nos els seus assumptes és perquè ell també està satisfet. Un altre indicador important és el fet que som els únics proveïdors de grans empreses, ens confien tots els assumptes a nosaltres, i això no és gens habitual.”** Els empresaris ja són conscients de la necessitat de contractar assessors externs, però la dificultat de captar un client nou segueix sent important: **“El que realment costa vèncer és la barrera mental del canvi. Decidir-se a moure de mans els teus assumptes és complicat. El nostre avantatge és que tenim una targeta de presentació molt bona; per una banda, ens avalen tots els grans clients i la seva fidelitat i, per l'altra, sabem fer veure la necessitat dels nostres serveis. Els expliquem actuacions concretes i els fem replantejar la seva manera d'actuar. Per això, molts dels qui vénen per un assumpte concret, després ens ho traspassen tot.”** La confiança que transmeten és el resultat de saber escoltar i adaptar-se als clients. La seva filosofia és la mateixa que la de cada client i la de cada mercat: **“No es tracta d'imposar el que tu penses, sinó d'escoltar i de comprendre el client, saber quina és la seva mentalitat i treballar a partir d'aquí. No es pot pretendre que qui corre el risc i paga pels teus serveis, s'hagi d'emmotllar a la teva filosofia. Les coses s'han de fer fàcils, perquè les coses complicades no funcionen. La meua escola és l'eficàcia i la rendibilitat.”**



**“S’està repartint el món
i ens hem de centrar
en això, en quina part
ens pertoca, per no
quedar-nos aïllats”**

Álvaro Devai - Barcelona (Barcelonès)