

Mediapost cumple una década duplicando facturación y m² y amplía sus instalaciones logísticas en Madrid y Barcelona

- La compañía especializada en marketing relacional alcanza en 2018 una facturación de 53,5 millones e inicia 2019 con 55.000 m² de superficie en todo el territorio español
- Gracias a sus 5 unidades de negocio, ofrece un completo servicio de marketing relacional a sus clientes y tiene presencia ya en 10 ciudades

Madrid, 04 de abril de 2019.- [Mediapost](#), empresa especializada en marketing relacional, ha cerrado el ejercicio 2018 con una facturación de 53,5 millones de euros, el doble que hace 10 años, posicionándose así como uno de los proveedores de servicios de marketing relacional y logística más importantes del país.

Desde que la empresa dirigida por **Ignacio Pi** se constituyera en 2008, ha duplicado su número de metros cuadrados, pasando de los poco más de 25.000 m² que tenía entonces a los **55.000** que ha alcanzado este 2019 con la apertura de sus nuevas **naves en Yeles (Toledo) y Polinyà (Barcelona)**. Estos dos nuevos complejos, a la vanguardia de la innovación y dotados de las tecnologías más punteras, tienen como objetivo dar cobertura al crecimiento continuado de sus clientes, así como al de la propia compañía y sus cinco unidades de negocio ([Quantic](#), [Galanta](#), [Vócex](#), [Geobuzón](#) y [Directia](#)).

*“Estamos muy orgullosos del camino que hemos trazado para llegar hasta aquí y de todo lo que nos queda por delante. Todo este crecimiento y expansión es fruto de los fuertes lazos que forjamos con nuestros clientes y colaboradores, así como de nuestra capacidad para **ofrecerles servicios y soluciones personalizados y adaptados a sus necesidades de negocio**. El cambio lo hacemos por ellos, para atender mejor a sus demandas”,* señala Ignacio Pi.

En esta década, **Mediapost** ha mantenido un crecimiento continuado del negocio que la ha llevado a abrir delegaciones propias, además de en **Madrid y Barcelona**, en **Valencia, Sevilla, Bilbao, Málaga, Zaragoza, Alicante, Murcia y Castellón**.

Asimismo, en estos 10 años, la compañía **ha adquirido nuevas empresas** (Sector, Líder 2000, PSM, Promarsa o Meyem por ejemplo, esta última, en 2018) **con las que ha podido ampliar y mejorar su oferta de servicios**. Esto le ha permitido desarrollar un concepto del **marketing relacional** que no era muy conocido en el mercado español y gracias al que la gran mayoría de sus clientes ha dejado de tener distintos proveedores, ya que encuentran en Mediapost todo lo que necesitan: desde una campaña de buzoneo hasta planes de fidelización, pasando por el geomarketing.



Precisamente una de las ventajas de este marketing relacional es que se puede captar y fidelizar al cliente a lo largo de todo su *customer journey*, un proceso en el que se puede utilizar desde la inteligencia artificial y el geomarketing hasta el servicio pre y post-venta, pasando por la gestión y desarrollo de promociones en el punto de venta.

Para **Ignacio Pi**, no obstante, lo más importante de esta década ha sido que la compañía se ha mantenido fiel a su filosofía de *“crecer de forma eficaz y eficiente de la mano de nuestros clientes y siempre desde la empatía, el compromiso y la transparencia, que son nuestros valores fundacionales”*.

Sobre Mediapost

Mediapost es la compañía especializada en Marketing Relacional que ayuda a las empresas a crear y mantener relaciones comerciales responsables y sostenibles con sus clientes a través de sus cinco unidades de negocio Quantic, Galanta, Vócex, Geobuzón y Directia, y mediante soluciones personalizadas que se apoyan en el conocimiento, la innovación, la empatía, el compromiso y la transparencia.

Para más información:

Mediapost
Irene Cubas
682 61 29 79

irene.cubas@mediapost.es

Trescom Comunicación
Florita Vallcaneras/Ana Vázquez
91 411 92 90/645 41 92 90

florita.vallcaneras@trescom.es/ana.vazquez@trescom.es

Creceamos contigo.

2019

Proyecto INMOTION: nuevas instalaciones en Yeles y Barcelona

Nº DE DELEGACIONES

FACTURACIÓN (millones de €)

SUPERFICIE (m²)

10

-

55.000

2018

Adquisición de Meyem

10

53,5

38.000

2017

Nuevo plan estratégico: Marketing Relacional

10

53,2

33.500

2016

Nace KOVA / Adquisición PSM y Promarsa

10

36,6

33.500

2015

Plan de Igualdad / Implantación ERP- Navision

10

36,3

33.500

2014

Nacen las unidades de negocio / Adquisición de Dispatching

10

32,6

33.500

2013

Ampliación cartera comercial Galanta

10

27,6

33.500

2012

Apertura naves logísticas Barcelona y Bilbao

10

29,0

33.500

2011

Primer convenio colectivo Mediapost / Adquisición Líder 2000

10

32,3

27.750

2010

Apertura delegación Castellón y Sevilla

9

30,3

26.750

2009

Adquisición de Sector y BK / Apertura delegación Valencia y Alicante / Equipo GIS

7

27

25.750

2008

..... Origen de Mediapost: fusión de Actea, Galanta, Ago, Aaron y Publired