



The Mail Company

The Mail Company ha introducido en Iberia (ESP. + POR.) la pionera solución Cartería Digital (DMR), un concepto completamente innovador e único hacia las oficinas *paperless*.

[The Mail Company](#) es una empresa española especializada en la consultoría y el desarrollo de Soluciones personalizadas en los ámbitos de la Transformación Digital, Expediciones y Servicios Auxiliares. Su misión es ayudar a empresas y comunidades de negocios a optimizar sus recursos, proporcionándoles soluciones y herramientas a medida para facilitar la gestión eficaz de los servicios externalizados y el control de sus presupuestos.

EL RETO de eyCom

The Mail Company se propuso lanzar la revolucionaria solución de la [cartería](#) digital, en plena crisis económica, junto a la exclusividad tanto en el target (Empresas multinacionales con y/o grandes edificios inmobiliarios). El desafío de eyCom fue diseñar e alinear toda la estrategia de comunicación y medios con la propia de las fuerzas de venta. En primera instancia, se debía dar a conocer las bondades como así el ahorro de costes de la solución con un argumentario técnico tanto a los medios especializados los cuales ya están acostumbrados, como medios de carácter generalista.

CÓMO ayuda eyCom

Dada la especializada actividad a la que se dedica The Mail Company, eyCom planteó la estrategia de RRPP en distintos ámbitos:

1. Formación sector y actividad

Con una solución tan específica, existía la necesidad de no solo comunicar sus características sino también las necesidades y el impacto que tiene la digitalización de las grandes compañías como así su camino hacia el *paperless*.

2. Notoriedad de marca

Campaña de medios donde los portavoces de The Mail Company, son entrevistados poniendo el foco en la empresa y/o el mismo portavoz.

Cliente desde

2010



Correos gestionados
diariamente

+500.000

Empleados

+200

“Desde eyCom han entendido cuáles son nuestras necesidades en comunicación generadas por este reto y nos están acompañando, con plenas garantías, en la estrategia, ejecución y valoración de las acciones de comunicación integral 4.0 de nuestra compañía”

Luis del Barrio. Director de Marketing y Rel. Ext. de The Mail Company

QUÉ se consigue

Además de ayudar a The Mail Company a poner en relieve las necesidades relativas a la solución de la Cartería Digital, a la vez que se explicaba en los medios de comunicación la actividad a la que se dedican y las tendencias del sector. El resultado se cuantifica en 42 impactos de gran valor en medios de comunicación generalistas, empresariales y sectoriales entre los que destacan: [El País](#), [Cinco Días](#), [El Economista](#), etc.



HITOS CONSEGUIDOS

+ Lanzamiento exitoso de la nueva solución técnica Cartería Digital DMR

Advertising Value Equivalence

2017: 83.069 € AVE

2016: 74.860 € AVE

2015: 69.705 € AVE