

Salesland lanza Brands, una nueva unidad de negocio especializada en servicios de marketing

La multinacional de outsourcing comercial incorpora a Manuel Amat, socio y fundador de la agencia de comunicación Doctor Brown, para dirigir el equipo de Brands

El Grupo Salesland, multinacional del sector outsourcing comercial especializada en externalización de equipos de ventas y procesos comerciales a medida, lanza su nueva unidad de negocio bajo el nombre de Salesland Brands para ofrecer soluciones de marketing y publicidad. Con la integración de esta área operativa, la compañía refuerza su propuesta de ventas omnicanal, que ya ofrece servicios de fuerza de ventas, punto de venta, venta remota y venta digital.

Salesland Brands funcionará bajo la dirección de Manuel Amat, con formación en Publicidad y Relaciones Públicas, quien cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector, ocupando puestos de dirección y responsabilidad en grupos multinacionales como Grey Group – G2 o Publicis Group.

Proyectos llave en mano

La nueva área de acciones de Marketing y Publicidad complementará y aportará valor a los proyectos de ventas de Salesland, siguiendo la línea de trabajo habitual de la compañía: ofrecer planes comerciales a medida, integrando todos los canales de venta necesarios para alcanzar el objetivo marcado por el cliente.

Desde esta división, el equipo de creativos de Brands desarrollará proyectos tanto en el entorno online como offline (Marketing Experiencial y Promocional, Trade Marketing, Marketing Directo, Punto de Venta...). También ofrecerá servicios de Branding (Brand Books, Packaging, Vídeos corporativos, Sales Folders,...), así como de diseño y producción para ferias, eventos y patrocinios.

“En Salesland nos gusta sumar, y teníamos claro que el Marketing era la única pieza que nos faltaba para cerrar el círculo de nuestra propuesta integral de servicios de venta. Nuestra empresa está llena de excelentes profesionales, y en cuanto detectamos la oportunidad de poder incorporar a Manuel Amat y a su equipo, no lo dudamos. Estamos encantados de poder contar con su amplio expertise en el sector de la publicidad que, sin duda, ayudará a reforzar los buenos resultados que ya cosechan nuestros proyectos comerciales”, apunta Miguel Artero, Presidente de Salesland.

“Mi relación con Salesland no es nueva. Desde hace años, ya colaborábamos conjuntamente para el desarrollo integral de campañas para clientes de una manera recíproca. Salesland Brands es la última herramienta de venta de Salesland que cierra el círculo, y que viene a aportar y ofrecer a los clientes, a sus productos o servicios, soluciones de Marketing llave en mano, desde la estrategia, conceptualización, creatividad, e implementación hasta la gestión de resultados”, explica Manuel Amat, director de Salesland Brands.

Sobre Salesland

Fundada en el año 2000, Salesland es una multinacional de referencia en el sector del outsourcing comercial con presencia en 7 países, especializada en externalización de equipos de ventas a medida y procesos comerciales. Ofrece un servicio global basado en las nuevas tecnologías que cubre todos los ámbitos de la venta directa e indirecta (Venta Presencial, Punto de venta, Venta Remota, Venta Digital y Marketing), acelerando el crecimiento en ventas de sus clientes y optimizando la rentabilidad de su negocio.

Cuenta con un equipo de profesionales con amplia experiencia en múltiples sectores que permite cumplir con los objetivos de sus clientes a la vez que aporta un valor diferencial en cada proyecto. Actualmente, Salesland tiene más de 8.500 empleados repartidos entre sus sedes de España, Portugal, Perú, Chile, Colombia, México y Guatemala.

www.salesland.net
www.blog.salesland.net

Datos de contacto:

Alba Fernández - Responsable de Comunicación
91 748 90 80

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Nombramientos](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>