

ENTREVISTA A CYRILLE THIVAT

Con motivo del cierre del Q1, entrevistamos a nuestro CEO para hablar de las previsiones del próximo quarter.

Pregunta: Cyrille, ¿qué destacarías de los resultados del Q1 2020?

Respuesta: Hemos hecho un buen Q1, incluso un poco por encima del presupuesto. Estamos trabajando duro y se nota en el resultado y el performance de las diferentes áreas. En términos de facturación estamos consolidando nuevas palancas de crecimiento. Un ejemplo son los países de África cuyo resultado del Q1 se sitúa casi un 20% por encima de las previsiones. Otro son las apps, que crecen a buen ritmo. Los datos que recogemos son muy positivos, lo que nos anima a incrementar nuestra inversión mucho más rápido que lo inicialmente previsto.

P. Lo estamos haciendo bien entonces... ¿Cuál crees que ha sido la clave del éxito?

R. Sin duda lo estamos haciendo bien. En conjunto, hay una buena performance de todos los equipos y pese a las circunstancias actuales, todo el mundo parece estar dando lo mejor de sí mismo. El secreto reside en dos características muy nuestras: la primera es nuestra capacidad de superación. Somos una compañía que se crece en la adversidad y cuando nos enfrentamos a un problema, lo hacemos con más empuje que otros. Eso nos ha ayudado siempre a seguir creciendo. La otra ventaja que tiene Telecoming es el equipo humano que siente la marca. En estos momentos, todos los equipos apuestan por Telecoming, por mantener el nivel de siempre. He podido constatar personalmente como cada uno era muy consciente de la dificultad de la situación y hacía lo máximo para que no nos afecte. Y eso, al final, es lo que marca la diferencia. Yo os animo a seguir trabajando igual de duro para superar los objetivos marcados para este año. Vamos a mantener el rumbo fijando la vista en junio y seguir creciendo.

P. Junio, suena lejos y cerca a la vez ¿qué planes tenemos para el Q2?

R. Tenemos que seguir empujando. Vamos a mantener nuestra actividad en los países actuales, con especial foco en España, Francia y Sudáfrica. Además, vamos a abrir nuevas conexiones en los países más recientes que tienen muy buenas previsiones. Por último, estamos ya en conversaciones para abrir nuevos mercados como Brasil. En el Q2 deberíamos empezar a recoger lo sembrado en Dpay, así que eso traerá buenas noticias para todos. Y como comentaba antes, las apps. Este área, tiene que crecer e incrementar su peso en nuestra cuenta de resultados. En cuanto a producto, vamos a lanzar un nuevo vertical sobre vida animal – WILDLIFE en principio para Francia, pero estoy seguro que podremos replicarlo en otros mercados porque la idea es incluirlo en nuestro portfolio de servicios.



“Cuando veo nuestra capacidad de adaptación y superación, sé que no hay reto que no podamos superar”

P. Y tenemos el fútbol, ¿seguiremos con la estrategia de los equipos?

R. Así es, el fútbol es un valor diferencial de Telecoming. Somos líderes en ofrecer servicios de DCB de los clubs más prestigiosos del mundo. Ahora la actividad deportiva está parada, y su alternativa digital puede convertirse en una oportunidad. De hecho, la industria de los esports, lejos de perder audiencia, ha batido récords. En el sprint pasado se entregaron 10 portales del PSG para distintos países. Este hito es importante por dos motivos, por un lado, porque hay demanda. Los equipos de Operaciones ven un valor añadido en las licencias, fundamentalmente para abrir nuevos países y conexiones en directo. La segunda razón es que es el ejemplo de innovación tecnológica, coordinación de proyectos y trabajo en equipo. Por el momento no tenemos en la mesa nuevas licencias, pero no descartamos que Content Acquisition consiga un cuarto equipo en 2020.

P. En estos meses han pasado muchas cosas, y entre ellas el teletrabajo de golpe.

R. Sí, de un día para otro. La verdad es que estoy muy feliz de cómo hemos conseguido que el 100% de nuestro equipo pueda trabajar en remoto y hacerlo bien. Estoy orgulloso de todos los managers que han colaborado siempre, del equipo técnico que ha desplegado herramientas para todos, así como del equipo de People que está pendiente de todas las personas, cuidando de su bienestar personal y profesional. Estoy orgulloso del equipo de Comunicación que crea contenido a un ritmo frenético para no perder ese espíritu de la compañía; de Finance que mantiene bajo control toda nuestra actividad financiera, y como he dicho antes, de los equipos de negocio que también se están dejando la piel.

Francamente, cuando veo nuestra capacidad de adaptación y superación, sé que no hay reto que no podamos superar. ■