

La empresa malagueña holaMOBI telefonía global renueva su estrategia de crecimiento y pone en marcha seis nuevas tiendas

- La red de telecomunicaciones centra su crecimiento en espacios como los centros comerciales debido a sus posibilidades empresariales

14 de mayo de 2019. La empresa malagueña holaMOBI, especializada en servicios de telefonía low cost, ha renovado su línea de crecimiento empresarial y ha puesto en marcha seis nuevas tiendas en diferentes puntos de España, principalmente Andalucía, Levante y Galicia. La compañía ha optado por priorizar su implantación en centros comerciales, como nueva estrategia de expansión, donde hay una mayor afluencia de público y la marca puede posicionarse muy bien.

“Somos la cadena con mayor portfolio de productos de telefonía low cost, tanto en tarifas de operador como en smartphones. Este año queremos impulsar nuestra presencia en centros comerciales como estrategia de expansión”, explica María Salas, directora comercial de la cadena de telefonía. La compañía cuenta actualmente con cerca de 80 tiendas y es la tercera red más importante en España.

La empresa, que comenzó su actividad empresarial en Málaga en 2013, ha puesto en marcha dos puntos de venta en las localidades de **Boiro y Noia (Galicia)** respectivamente, con el fin de ofrecer a los residentes un asesoramiento en el ahorro y cobertura en todos los servicios de telecomunicaciones (operadores OMV, smartphones, fibra óptica, etc).

Andalucía es otra de las comunidades en las que holaMOBI ha aumentado su presencia, concretamente en Estepona (Málaga) y Los Barrios (Cádiz); la empresa dispone de ocho puntos repartidos en las distintas provincias andaluzas. Próximamente abrirán otra tienda en el Centro Comercial de La Rosaleda, en Málaga capital.

Asimismo, la compañía ha inaugurado un punto de venta en el Centro Comercial Thader (Murcia).

“Nuestro objetivo es seguir consolidándonos como la cadena líder del sector en telefonía low cost para hacer ahorrar a nuestros clientes”, afirma Salas respecto a los retos de crecimiento empresarial de la marca, por los que también se prevé un aumento de la facturación del 10% en relación al ejercicio anterior. La compañía de telecomunicaciones mantendrá la estrategia de establecer sus puntos de venta en poblaciones pequeñas y medianas.

Más sobre holaMOBI

holaMOBI, franquicia de telefonía que dio sus primeros pasos en 2013, se ha convertido en la cadena de referencia de Operadores Móviles Virtuales (OMV) y tarifas low cost como Simyo, Tuenti, Másmóvil, Pepephone, República Móvil, Lowi, entre otras.

Apostando siempre por una filosofía de asesoramiento y ahorro para el cliente, holaMOBI desarrolla diferentes líneas de negocio con un objetivo fundamental: dar servicio y cobertura a todas las necesidades del usuario en el mundo de la telefonía, no sólo respecto a las OMV, también en la venta de terminales –desde los últimos modelos hasta smartphones de segunda mano- los seguros especializados, financiación, accesorios y gadgets, etc.