

gopili



DOSSIER DE PRENSA

MARZO 2017

PRIMER BUSCADOR INTEGRAL DE VIAJES

WWW.GOPILI.ES

ÍNDICE

- **¿Quiénes somos?**
- **¿Qué nos diferencia de otros?**
- **Por qué utilizar gopili**
- **Un modelo de negocio transparente**
- **Innovación al servicio del usuario**
- **¿Quién es quién en gopili?**

¿QUIÉNES SOMOS?

Gopili es el buscador de viajes multi-transporte que permite, en apenas unos clics, encontrar la mejor opción de transporte disponible para trayectos domésticos y nacionales, así como para los principales destinos europeos.

Gracias a gopili, startup lanzada en España en el año 2015, el usuario puede buscar el mejor servicio de transporte, tanto a través de la web Gopili.es como desde una aplicación móvil, entre multitud de opciones:

tren, autobús, avión o coche compartido. De esta forma, el usuario elige de forma sencilla y en apenas unos clics, la opción más barata, la más cómoda o el viaje más rápido.

Además, gopili permite ver todas las ofertas para un viaje a lo largo de todo un mes, lo que facilita la elección de las fechas más ventajosas para el usuario.

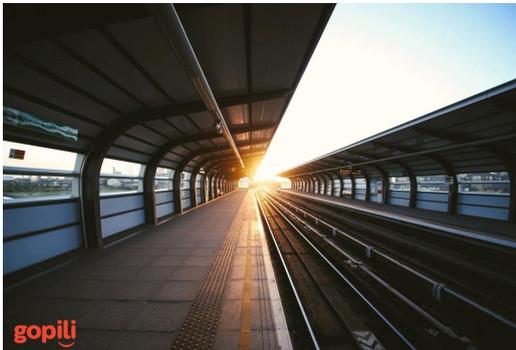


Gopili cuenta con una amplia oferta con más de 500 firmas de transporte diferentes entre las que se encuentran nombres como Renfe, ALSA, Autobuses La Unión, Grupo Damas, Lycar, Hife, SNCF, la National Express, Deutsche Bahn, Eurolines, Flixbus, OUIBUS y prácticamente todas las compañías aéreas regulares y low cost. Además de plataformas de coche compartido como Blablacar.

Lanzada en mayo de 2015 en el mercado español, el conjunto de sitios web de gopili en Europa ya supera los 4 millones de visitas al mes, siendo España el país con mayor crecimiento (entre un 25-30% mensual).

Para su expansión en Europa, la compañía ha llevado a cabo una inversión de 2 millones de euros y, en 2015, alcanzó un volumen de negocio de 40 millones de euros.

¿QUÉ NOS DIFERENCIA DE OTROS?



Gopili no es un buscador más: es el primer y único buscador integral de viajes. Gopili no está dedicado a un único transporte sino que trabaja búsquedas multi-modales lo que permite al usuario comparar los cuatro modos de transporte: trenes, autobuses, vuelos y coches compartidos.

Además, gopili no vende billetes, tan sólo compara ofertas y es el usuario el que decide cuál adquirir,

sin comisiones ni extras.

La razón de este modelo de negocio es que la relación con el viajero es, para gopili, una de las claves del comercio electrónico y por eso la mayoría de compañías prefieren trabajar con metabuscadores como gopili que no sustituye su relación con el cliente sino que la impulsa.

20%

de viajeros europeos comparan las ofertas de varios modos de transporte antes de reservar su viaje.

POR QUÉ UTILIZAR GOPILI

Son muchas las razones para utilizar gopili a la hora de planificar un viaje pero tan sólo destacaremos dos:

Ahorro de tiempo: Gopili ofrece todas las opciones que hay para realizar un viaje en una sola web o aplicación y evita así el tener que invertir horas y horas en comparar ofertas de distintas compañías de autobuses, trenes, aviones o plataformas de transporte colaborativo.

Ahorro económico: Gopili muestra, rápida y sencillamente, el precio más barato para viajar a donde quiera y a la hora que lo necesite. Incluso permite descubrir “chollos” o precios muy baratos de compañías que pueden ser desconocidas para los viajeros.



UN MODELO DE NEGOCIO TRANSPARENTE

Gopili ha desarrollado un modelo de negocio eficiente que hoy permite a la compañía consolidar una posición de liderazgo en su mercado y llevar una política de desarrollo de gran éxito, especialmente a nivel internacional.



El planteamiento económico de gopili es el clásico modelo metabuscador, basado en acuerdos de coste por clic con las compañías de transporte y agencias. La empresa factura unas decenas de céntimos por cada usuario redirigido a la página de compra de su socio.

Esto permite, además de un modelo de negocio sostenible, que el usuario no tenga que pagar más por su billete o trayecto y conozca en todo momento el precio final que

tendrá que abonar por él.

Gopili, a diferencia de otros buscadores, no comercializa billetes. Gopili compara todas las ofertas para que el viajero decida la que prefiere y acceda directamente al sitio web de la compañía para finalizar el proceso de compra.

La mayoría de buscadores venden sus propios billetes y hacen pagar una comisión al usuario. Gopili, sin embargo, es completamente gratuito para el consumidor.



INNOVACIÓN CON EL USUARIO COMO PROTAGONISTA

Gopili es fruto de una ardua labor de investigación e innovación. El desarrollo de su motor de búsqueda requirió de cinco años de trabajo y labores de I+D y, con el fin de obtener una plataforma acorde a las necesidades de usabilidad, en él participaron más de 100 voluntarios, que colaboraron en el diseño de la plataforma.

La vocación de escuchar al usuario y responder a sus necesidades marca toda la acción de gopili. Así, tanto el desarrollo de su motor de búsqueda como el diseño de la aplicación móvil de la compañía han sido concebidos con la ayuda y opinión de los potenciales usuarios. El resultado final: un buscador de viajes pensado, creado y utilizado por y para el viajero.



gopili



**Totalmente transparente.
Sin comisiones añadidas.**

¿QUIÉN ES QUIÉN EN GOPILI?

CEO, Yann Raoul



Diplomado ingeniero especializado en arquitectura software, la experiencia de Yann en la creación de sitios web comienza en 1995. En 2009 lanza kelBillet en Francia, la empresa madre que derivará en gopili, con el fin de ayudar a los viajeros a encontrar la mejor oferta de transporte para su viaje.

Director España, Neil Mac Lean

Neil Mac Lean es el máximo responsable de gopili en España. Desde el primer momento, fue el encargado de la estructura y creación de la web y del desarrollo comercial necesario para ponerla en marcha. Neil cuenta con varios años de experiencia en comunicación y marketing tanto a nivel nacional como internacional.



Product Manager, Laure Bauman

Laure Baumann es la responsable del desarrollo internacional del motor de búsqueda multi-transporte. Poseedora de una doble competencia en tecnología y marketing, Laure cuenta con diez años de experiencia en marketing digital, especializada en la adquisición de tráfico cualificado.



Para más información:
Mar Carpena
mar@indiepr.es

Hernán Vallés
hernan@indiepr.es

