



Workmeter innova en el mundo de la productividad de la mano del Inbound Marketing

Esta innovadora técnica se basa en un nuevo concepto de marketing que deja de vender para comenzar a educar, generando información y compartiendo el conocimiento.

Mucho se habla de productividad, mucho se escribe, pero en el fondo, poco se sabe. Workmeter, compañía que ha creado el primer software español capaz de medir la productividad de las personas, acaba de crear un blog que ofrece una información analizada sobre todos los aspectos de la productividad laboral.

A través de la experiencia adquirida acompañando a sus clientes en sus proyectos de mejora continua y del conocimiento acumulado por profesionales de diferentes ámbitos como los RRHH, WorkMeter comparte con los usuarios información y guías detalladas sobre todos los temas relacionados con la productividad y las formas de optimizarla. Igualmente, presenta a través de su blog su primer ebook, nombre con el que han sido bautizadas las guías que se irán publicando regularmente en el portal. La primera entrega tiene como título “Diez libros sobre Productividad” y es una guía imprescindible para directivos, empresarios y profesionales de los RRHH.

Todas estas iniciativas se enmarcan en una nueva estrategia integral basada en una revolucionaria técnica llamada Inbound Marketing. Desarrollada en Estados Unidos hace 6 años por la empresa HubSpot, su principal novedad es que es un marketing que aporta valor a los usuarios interesados, de manera que les forma compartiendo conocimientos hasta que son ellos mismos los que se encuentran con la marca e interactúan con ella de forma voluntaria.

WorkMeter es un software aplicado a la gestión empresarial que aporta información objetiva sobre el tiempo y el rendimiento de las personas. Es el único producto en el mercado que ofrece datos objetivos sobre la actividad y la productividad, lo que representa una verdadera revolución en la gestión y, sobre todo, la autogestión del tiempo de las personas.

Con el lanzamiento de su nueva campaña, WorkMeter se convierte además en la primera startup española en implementar una estrategia de Inbound Marketing para llegar a sus públicos potenciales.

Acerca de WorkMeter: El proyecto WorkMeter nace en 2008 liderado por el emprendedor Joan Pons, referente en el sector IT, fundador y artífice del éxito mundial de la empresa NTR Global. “Ver reflejado nuestro comportamiento en números y métricas, entender y ser conscientes de cómo invertimos nuestro tiempo, nos permite empezar a implementar cambios que afecten a esos resultados, y se acaban convirtiendo en hábitos” comenta Joan Pons. WorkMeter se ha hecho con una cartera significativa de clientes en sectores muy variados y apuesta desde los inicios por su expansión internacional, teniendo ya presencia significativa en países como Estados Unidos, Holanda, Italia y en Latinoamérica.

Para más información puede contactar con:

Virginie Tibau

WORKMETER

Av. Diagonal 600, 2º 2ª. 08021 Barcelona
tel. 638 823 003/ 93 206 39 82
prensa@workmeter.com / www.workmeter.es