



O encontro entre dois unicórnios: Outsystems e Talkdesk

No palco do Portugal Digital Awards, dois unicórnios de origem portuguesa, a Outsystems e a Talkdesk, contaram a suas histórias e os desafios que representa o facto de, nas últimas rondas de investimento, terem sido avaliadas em mais de mil milhões de dólares.

A Outsystems recebeu cerca de 340 milhões e o objectivo é crescer em alta velocidade, e acima dos 70% actuais, “porque acreditamos que vamos fazer uma empresa gigantesca no Mundo”, como referiu Rui Pereira, co-fundador e VP Digital Transformation da Outsystems.

Os cinco fundadores da Outsystems receberam o primeiro milhão de euros de um fundo de investimento holandês em Setembro de 2011 pouco depois do 11 de Setembro, e teve como primeiro cliente a Optimus, que se fundiu com a Zon dando origem à Nos. Mas “até 2010 foi uma travessia no deserto, mas com boa gente em Portugal que acreditou na empresa. Tem sido um caminho com mais baixos do que altos, e alturas em que tivemos dificuldades em pagar salários”, contou Rui Pereira.

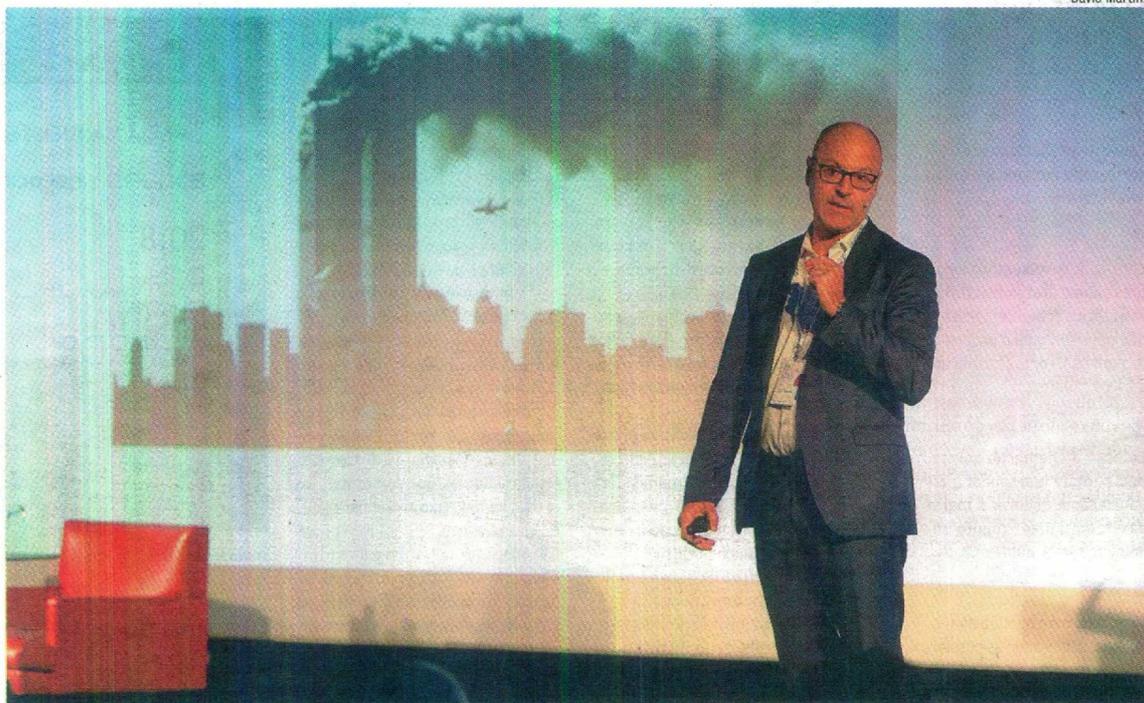
Grande empresa mundial

“Há sete anos que passamos a acreditar que poderíamos ser uma gigantesca empresa no Mundo, pois temos um produto de classe mundial”, diz Rui Pereira. Hoje têm mil pessoas, têm negócios em 33 países e 1200 clientes, com centros de engenharia em Lisboa, Porto e Braga e do “ponto de vista de engenharia encontra-se talento e serviço”.

Há sete anos crescia a 10/15%, em vez dos 70% actuais. “O que mostra que este negócio não é uma corrida mas uma ultra-maratona”, conclui Rui Pereira.

Este gestor afirmou ainda que “não há estratégia para os próximos três anos, planeia-se a seis meses e altera-se em três meses, o que tem impacto na organização porque a ideia de hierarquia desaparece e porque as pessoas precisam de âncoras de estabilidade e estas não existem”.

Referiu a importância da cultura, que é muito difícil de quantificar em indicadores mas é fundamental pois permite atrair talento, marca a forma de relacionamento com os clientes. “Copia-se estratégia e produtos mas a cultura não, é um elemento distintivo e competitivo”.



David Martins

Como referiu Rui Pereira, a empresa nasceu a seguir ao 11 de Setembro de 2003, e lutou para sobreviver. Hoje acredita que pode vir a ser uma grande empresa mundial.

A rapidez da Talkdesk

A Talkdesk tem 100 milhões de dólares para passar dos actuais 300 engenheiros para mil e contratar já mais 110 vendedores para o Reino Unido e nos EUA. Já contam com mais de

1400 clientes em 60 países, são o player que no contact centre mais rapidamente tem crescido.

Há sete anos a Talkdesk surgiu porque os fundadores queriam um Mac. Ganharam com um protótipo para a criação de call centers digitais e pouco depois eram convidados para a conferência anual da Twilio, em São Francisco. No final, receberam 50 mil dólares e um convite para integrar, durante seis meses, a aceleradora 500 startups, para transformar a ideia em empresa. A Talkdesk nasceu em Outubro de 2011 nos Estados Unidos em Silicon Valley.

Um dos fundadores, Tiago Pava, ficou em São Francisco e Cristina Fonseca veio para Lisboa continuar a desenvolver o produto. “Esta foi talvez a melhor decisão que tomaram”, diz Marco Costa, general manager EMEA e responsável pela engenharia e tecnologia da Talkdesk.

Já na altura os concorrentes eram de grande dimensão, facturavam mais de mil milhões de dólares. Por isso fizeram as coisas de um modo diferente. Montar uma solução de contact-center demora entre seis a nove meses, a Talkdesk faz em semanas.

Cientes nos EUA

O grosso do customer base está nos Estados Unidos. Estão presentes em São Francisco, Salt Lake City e Londres onde encontram o talento e a expertise no software as service, marketing, vendas.

Em Lisboa e Porto está o I&D para fazer o desenvolvimento do produto, “onde gastamos 50% das nossas receitas e isso reflecte-se na evolução em termos de fixers, todos os anos acrescentamos mais coisas ao nosso produto”, diz Marco Costa.

A plataforma é aberta e permite

a integração de parceiros tecnológicos como a Salesforce, Oracle, Microsoft. Lançaram também uma store para empresas, que é uma plataforma de aplicações como voice analytics, workforce, etc. para os que os clientes possam tirar partida dessa tecnologia. “Como não podemos controlar a tecnologia, controlamos a experiência e a integração”, refere Marco Costa.

O futuro passa cada vez mais por “ser uma empresa de dados”, disse Marco Costa. Em 2018 a Talkdesk processou 1,5 biliões de interações, tendo guardado cerca de 300 atributos, o que dá 450 biliões de dados sobre os clientes dos clientes da Talkdesk. Por isso, como diz Marco Costa, “os dados podem ser o enabler de uma experiência crescente e do crescimento do que pode ser a Talkdesk 2.0”.

FILIPES FERNANDES



Copia-se a estratégia e os produtos, mas a cultura não é copiável, é um elemento distintivo, único e competitivo.

RUI PEREIRA
VP Digital Transformation
da Outsystems