



CROSSCALL™

OUTDOOR MOBILE TECHNOLOGY



***“NUETRO OBJETIVO ES OFRECER UN TELÉFONO
QUE ANIME A LA GENTE A SALIR EN BUSCA
DE EXPERIENCIAS OUTDOOR CADA VEZ MÁS
INTENSAS”.***



Hoy en día, en el sector de la telefonía móvil diez años pueden parecer un siglo. A pesar de que tanto el smartphone como su mercado acaban prácticamente de nacer, ya se han convertido en actores sociales y geopolíticos. Los próximos años representarán un cambio importante. La urgente necesidad de preservar los recursos de nuestro planeta se une a que los consumidores y profesionales quieren productos todoterreno, lo que hace que la tecnología outdoor y el teléfono duradero se impongan como una solución obvia que para nosotros es ya un deber.

Este es el reto que **CROSSCALL** ha aceptado: crecer de manera continuada, pero respetando nuestra historia e identidad, mientras nos enfrentamos a un mercado mundial lleno de gigantes que libran una guerra sin cuartel. Todos han adoptado la misma estrategia: acelerar los lanzamientos al mercado de nuevos productos parecidos pero con un ciclo de vida útil más corto, utilizando el pretexto de avanzar en tecnología con el único propósito de justificar un precio cada vez más alto para productos cada vez más efímeros. En **CROSSCALL**, nuestra visión nos lleva en la dirección contraria a esta continua carrera sin futuro.

Hemos desarrollado nuestra marca de modo que responda a las necesidades de los usuarios y esté en armonía con su estilo de vida, independientemente del entorno en el que se encuentren. La verdadera innovación consiste en pensar en el usuario a la hora de diseñar nuestros productos y su durabilidad. Gracias a nuestros diez años de experiencia, toda la nueva **gama CORE** tendrá una garantía de tres años. El smartphone **CORE-X4** y la tableta **CORE-T4** tienen también el certificado de Android Enterprise Recommended. Esta nueva gama, que se ha convertido en nuestra principal referencia, comienza ahora un nuevo capítulo de teléfonos resistentes, productos que responden a las necesidades de las situaciones más exigentes, a la vez que mantienen su elegancia y versatilidad: seña de identidad de **CROSSCALL**.

Cyril Vidal
Fundador y Presidente

David Eberlé
Vicepresidente de CROSSCALL

UNA MARCA NACIDA EN UN DÍA DE TORMENTA	6-7
EL SHARK , 9 AÑOS YA	8
UN ÉXITO DE VENTAS QUE LA MARCA HA HECHO CRECER	9
CROSSCALL , LOS HITOS	10-11
NUESTROS SOCIOS	12-13
DE START-UP A SCALE-UP EN 10 AÑOS	14-15
CROSSCALL , UNA AVENTURA HUMANA	16-17
UNA AMIBICIÓN INTERNACIONAL	18-19
MÓVILES HECHOS PARA LA VIDA REAL	20

DE AVENTUREROS DIARIOS AL MUNDO EMPRESARIAL	21
EL USO, LO MÁS IMPORTANTE DEL DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS CROSSCALL	24-37
DURABILIDAD , EL COMPROMISO DE CROSSCALL	38-39
EQUIPAR A LAS EMPRESAS	42-43
GAMA CORE	44-55
ADAPTADO A CUALQUIER USO	56-59
ACCESSORIOS DEDICADOS AL OUTDOOR	60-61
ENTREVISTA CON CYRIL VIDAL	62-65

“Cuando me uní al equipo de **CROSSCALL**, lo hice porque comparto los mismos valores. Cinco años después, estoy orgulloso de ser un miembro de este equipo y de poder contar con el apoyo de **CROSSCALL** para conseguir mis aspiraciones.”

AURÉLIEN DUCROZ

Doble campeón mundial de esquí freeride y co-skipper del equipo **CROSSCALL** Chamonix-Mont-Blanc

NUESTRA HISTORIA

UNA MARCA NACIDA EN UN **DÍA DE TORMENTA**

Si intentáramos resumir la trayectoria de Cyril Vidal, podríamos emplear como titular “Proyecto y ser humano en proceso de desarrollo”. Cyril fue siempre un perspicaz comercial, con un gran espíritu emprendedor. Con 16 años vendía ya sus primeros teléfonos móviles como representante de ventas independiente para el grupo Virgin Megastore. Tras trabajar para el grupo Loxam, llegó a director de ventas del grupo Mediaco y, al mismo tiempo, sentó las bases para su sistema modular.

Su pasión por los deportes al aire libre y su experiencia laboral resultarían cruciales para la creación, en 2009, de **CROSSCALL**.

DE UNA NECESIDAD PERSONAL A UNA AVENTURA PROFESIONAL

“No tenía ningún sentido conducir de pie una moto acuática en un día de tormenta con el teléfono dentro de una funda impermeable para sentirme seguro. Era obvio que mi teléfono iba a acabar en el agua y, si me pasaba algo, no tendría forma de pedir ayuda”. Un día de tormenta en la cala de Pointe Rouge, en Marsella, identificó una necesidad que ninguna otra empresa podría satisfacer en esos momentos: un teléfono resistente al agua y duradero. Eso fue lo que le llevó a crear **CROSSCALL** en 2009.

“Teníamos que convertir la visión en realidad y conocer a los representantes del sector industrial. Viajamos a China con un objetivo en mente: concebir nuestro primer producto”. Cuando Cyril encontró el socio adecuado, la maquinaria se puso en marcha. *“No se hizo todo en un día. Tardamos un año en desarrollar nuestro primer producto, el Shark. Y una vez terminado el producto, comencé a buscar un distribuidor”.*

En 2010, la marca CROSSCALL estaba disponible en Decathlon y conseguía su primer volumen de ventas.

“En aquellos tiempos nuestra sede estaba en Châteauneuf-les-Martigues y en el equipo no éramos más que dos personas. Las instalaciones que alquilábamos en aquella época hoy parecerían pequeñas, pero era muy significativo. Quería decir que la aventura había comenzado y era real. ¡Estábamos en las primeras oficinas de la historia de CROSSCALL!”.

LOS PRIMEROS DISTRIBUIDORES

En 2012 CROSSCALL comenzó un crecimiento vertiginoso y amplió su gama, todavía con el SHARK, uno de los superventas de **CROSSCALL**, y en 2014, añadió su primer smartphone. *“Para nosotros fue un año clave, pues cumplimos nuestro objetivo: producir un smartphone totalmente concebido y diseñado en Francia. También aseguramos una alianza estratégica con una importante empresa del sector de la construcción, el grupo Saint-Gobain”.*

La marca apareció en grupos minoristas como Loxam, POINT P, Le Vieux Campeur, etc., donde arraigó con fuerza. *“Tuvimos que convencer, uno por uno, a todos los distribuidores, pero al final todos apoyaron nuestra historia y todavía hoy siguen siendo nuestros distribuidores”.*

En 2016, la marca atrajo a David Eberlé, que en ese momento era el presidente de Samsung Francia. Se unió al equipo con la misión de desarrollar la marca a largo plazo con los proveedores de telefonía, y de llevar a cabo la expansión internacional.



EL SHARK, 9 AÑOS YA

Algunos productos simbolizan la identidad de una empresa. Están vinculados a sus orígenes y representan lo que ha creado una marca en un determinado momento y el por qué. El **SHARK** es uno de esos productos. Define en sí mismo el ADN de **CROSSCALL** y las necesidades que, tanto entonces como hoy, cubre la marca. En el momento de su lanzamiento, el **SHARK** era el único móvil del mundo que podía flotar, lo que permitió a **CROSSCALL** conseguir el contrato de Decathlon. Hoy en día el **SHARK** se ve como un éxito de ventas atemporal. En 2017 la marca presentó el **SHARK-X3** con un nuevo diseño más moderno, manteniendo así las promesas de los productos que representan sus fortalezas.



MÓVIL FLOTANTE



SILBATO DE ALARMA INTEGRADO



TECNOLOGÍA KEEP ALIVE



UN ÉXITO DE VENTAS QUE LA MARCA HA HECHO CRECER



EL SHARK FUE UNA REVOLUCIÓN EN TELÉFONOS MÓVILES, EL PRIMERO EN FLOTAR

2011



CROSSCALL RELANZÓ SU MODELO INSIGNIA CON UN DISEÑO MÁS MODERNO

2017

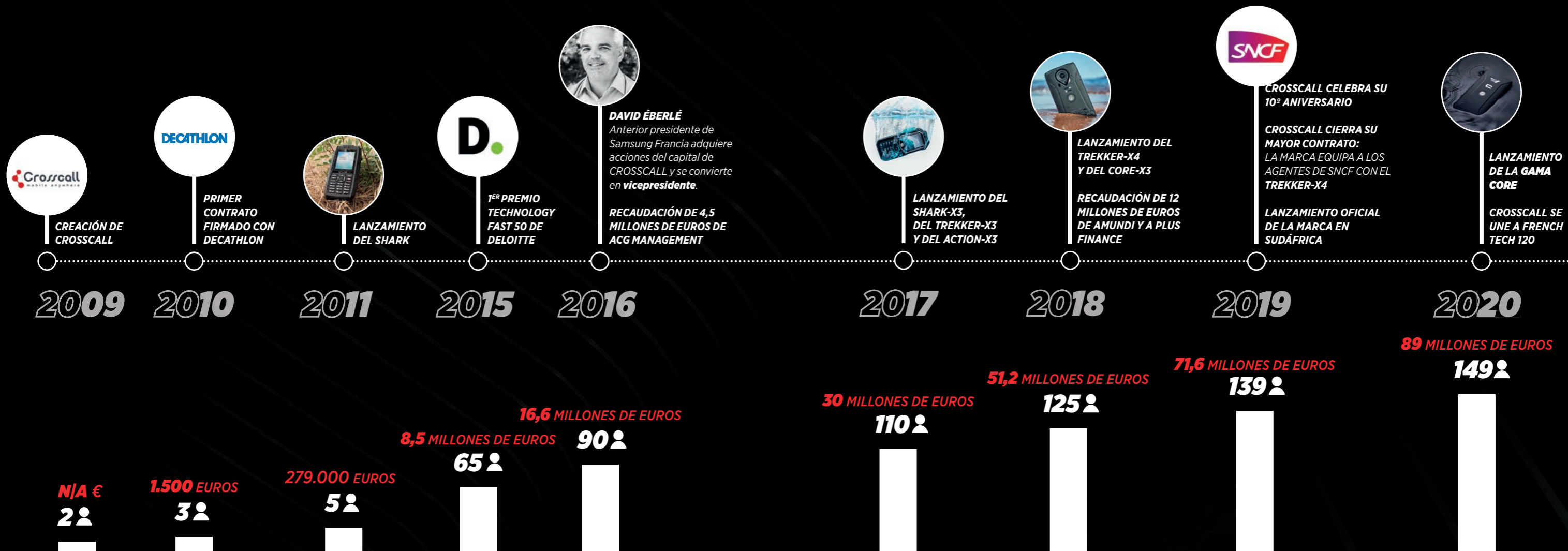
“El SHARK es el teléfono ideal para sentirse seguro en el mar. Fue concebido con ese objetivo. Desarrollamos un diseño más sofisticado, con una fuerte identidad visual, que destaca por unas burbujas de aire atrapadas detrás de la pantalla para que el teléfono pueda flotar, e incorpora también un silbato de alarma”.



LAURENT GEMIGNANI
Director de proyectos de CROSSCALL

EDAD: 40
DEPORTE FAVORITO: enduro (modalidad de ciclismo en montaña)
CURIOSIDAD: Laurent fue el primer empleado de CROSSCALL

CROSSCALL, LOS HITOS



CREACIÓN DE CROSSCALL

2009



PRIMER CONTRATO FIRMADO CON DECATHLON

2010



LANZAMIENTO DEL SHARK

2011



1ER PREMIO TECHNOLOGY FAST 50 DE DELOITTE

2015



DAVID ÉBERLÉ
Anterior presidente de Samsung Francia adquiere acciones del capital de CROSSCALL y se convierte en vicepresidente.

RECAUDACIÓN DE 4,5 MILLONES DE EUROS DE ACG MANAGEMENT

2016



LANZAMIENTO DEL SHARK-X3, DEL TREKKER-X3 Y DEL ACTION-X3

2017



LANZAMIENTO DEL TREKKER-X4 Y DEL CORE-X3

RECAUDACIÓN DE 12 MILLONES DE EUROS DE AMUNDI Y A PLUS FINANCE

2018



CROSSCALL CELEBRA SU 10º ANIVERSARIO

CROSSCALL CIERRA SU MAYOR CONTRATO: LA MARCA EQUIPA A LOS AGENTES DE SNCF CON EL TREKKER-X4

LANZAMIENTO OFICIAL DE LA MARCA EN SUDÁFRICA

2019



LANZAMIENTO DE LA GAMA CORE

CROSSCALL SE UNE A FRENCH TECH 120

2020

89 MILLONES DE EUROS

NUESTROS SOCIOS

OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES	RETAILERS	DISTRIBUIDORES PROFESIONALES	TIENDAS DE DEPORTE	B2B

DE **START-UP** A **SCALE UP** EN 10 AÑOS

CROSSCALL celebró su 10º aniversario en 2019. Con un crecimiento ininterrumpido desde sus inicios, nuestra empresa pasó de la categoría de start-up a la de scale-up en una década.

89
MILLONES DE EUROS

Facturación esperada en 2019-2020

+24%

Crecimiento de la facturación de 2018/2019 a 2019/2020

2,5 MILLONES

Dispositivos vendidos desde la creación de la marca

17

Número de países en los que está presente la marca

20.000

Puntos de venta



Primer logo de CROSSCALL



Seminario de junio de 2017



Pancarta realizada por los empleados de CROSSCALL con motivo de su 10º aniversario



“Es un reto super emocionante. En el departamento de Control de Gestión tenemos suerte de tener una visión de 360°. La dificultad para una empresa como CROSSCALL, tras experimentar un fuerte crecimiento, está en mantener una gestión basada en el análisis de los datos. Nuestra misión consiste en dar al equipo directivo una visión global de la empresa en un momento concreto e informarle sobre su posible evolución para que pueda definir el camino a seguir”.

MAXIME GAUCHÉ

Jefe de Control de Gestión de CROSSCALL

EDAD : 32

DEPORTE FAVORITO: Surf

CURIOSIDAD: ya era usuario de CROSSCALL antes de unirse al equipo

*“Es aquí, en Aix-en-Provence, donde se conciben todos los dispositivos de **CROSSCALL**”*



CROSSCALL, UNA AVENTURA HUMANA

¡VALORES, UN PROYECTO, UN EQUIPO!

CROSSCALL es, sobre todo, una aventura humana, con mujeres y hombres que se han unido a la empresa y han aportado sus ideas, talento y energía. Por supuesto, desde el heroico período de los comienzos, cuando solo eran unos pocos empleados, hasta hoy, nuestra empresa no ha dejado de evolucionar, y los equipos se han profesionalizado considerablemente.

Unirse a **CROSSCALL** va unido a la búsqueda de habilidades vinculadas al desarrollo de la empresa y a los valores compartidos de un proyecto empresarial en el que todos aportan algo. Con nosotros, nuestras diferencias, ya sean de género, edad, cultura, nacionalidad o religión, no son barreras, sino un recurso que une a la comunidad y crea espíritu de equipo.

En 2018 se crearon 29 nuevos puestos de trabajo, lo que supuso un crecimiento de la plantilla del 25% en tan solo un año. Cada nuevo empleado aporta nueva energía y otra forma de pensar.

149

Empleados

37

Edad media 37 años

60% 40%



Distribución por géneros

1.97%

tasa de absentismo



¡TODOS SOMOS PARTE DE LA MISMA AVENTURA!

Todos los empleados avanzan juntos. El espíritu inculcado desde la dirección de la empresa permite a los trabajadores identificarse con el proyecto a largo plazo de la compañía. En esta línea, desde 2017 se incentiva a los empleados a través de un sistema de participación en los resultados anuales, y también tienen la opción de comprar acciones de la empresa.

Este espíritu también surge gracias a una importante política de bienestar tanto social como en el lugar de trabajo, que incluye una gestión razonada del horario laboral, esquemas de evolución salarial y profesional de los empleados, medidas sociales y mejora de las condiciones laborales, un gimnasio con entrenador y seminarios semestrales.

“El espíritu de equipo se cultiva a través de una política de RRHH global. Empieza con el proceso de contratación, pero también se consigue a través de un diálogo social y pragmático, de medidas concretas y de facilitar buenos momentos en grupo”.



JULIE GRINDATTO

Jefa de Recursos Humanos de CROSSCALL

EDAD: 42

DEPORTE FAVORITO: Jogging

CURIOSIDAD: primera empleada de RRHH

UNA AMBICIÓN **INTERNACIONAL**

LEYENDA



Sede de CROSSCALL



Oficinas de CROSSCALL



Países donde está presente la marca



Filial

HONG-KONG



PRESENCIA EN 17 PAÍSES

A lo largo de los años, **CROSSCALL** ha realizado diversas operaciones internacionales. Comenzamos contratando algunos directores de ventas en Europa encargados de implantar la marca a largo plazo.



En julio de 2019, el equipo de CROSSCALL fue a Sudáfrica a lanzar la marca.

SUDÁFRICA, UN NUEVO HORIZONTE PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL

En 2019 llegamos al mercado sudafricano gracias a los contratos firmados con dos de los principales operadores de telefonía del país. Sudáfrica es clave para **CROSSCALL** por ser la mayor potencia económica del continente y un país con una gran actividad al aire libre, razón por la que la empresa ha desarrollado allí tanto el mercado B2B como el B2C.

“El desarrollo internacional siempre ha sido la ambición de CROSSCALL. La internacionalización de la empresa tuvo lugar paso a paso, sin prisas y dedicando tiempo a establecer la empresa en Francia antes de abordar los mercados europeo y africano. Gracias a una gestión paciente y prudente, cuando nos dirigimos a un país, nos establecemos a largo plazo”.



FANNY TERTEREAU

Coordinadora internacional de CROSSCALL

EDAD: 42

DEPORTE FAVORITO: ciclismo

CURIOSIDAD: participó en el desarrollo internacional de CROSSCALL

MÓVILES HECHOS PARA LA **VIDA REAL**

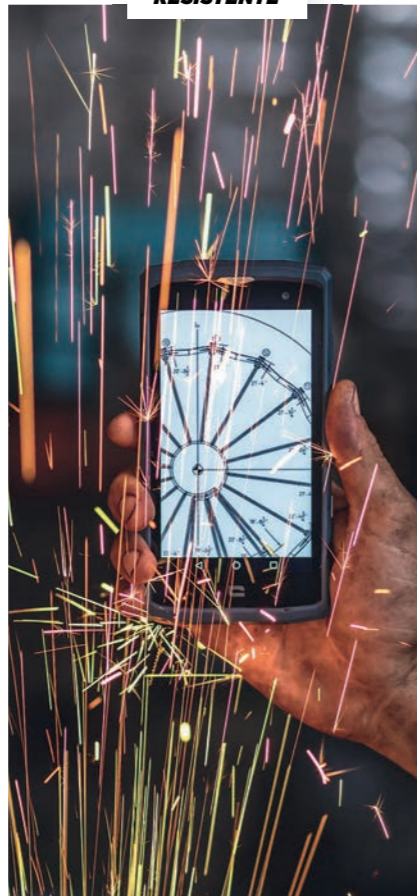
El mundo outdoor es difícil. Las condiciones climáticas pueden cambiar, pero es también el entorno lo que representa una amenaza para los teléfonos. En **CROSSCALL**, los móviles y smartphones que diseñamos resisten incluso en los entornos más hostiles para que los usuarios se puedan concentrar en su actividad, en lugar de preocuparse por su teléfono.

Nuestros dispositivos no solo siguen a los usuarios allá donde van, sino que también responden bien en entornos hostiles. Hemos avanzado. La imagen de objeto frágil que necesita protección frente a las caídas o a una lluvia intensa ya no es pertinente. El propio teléfono se ha adaptado al usuario y le sigue a todas partes

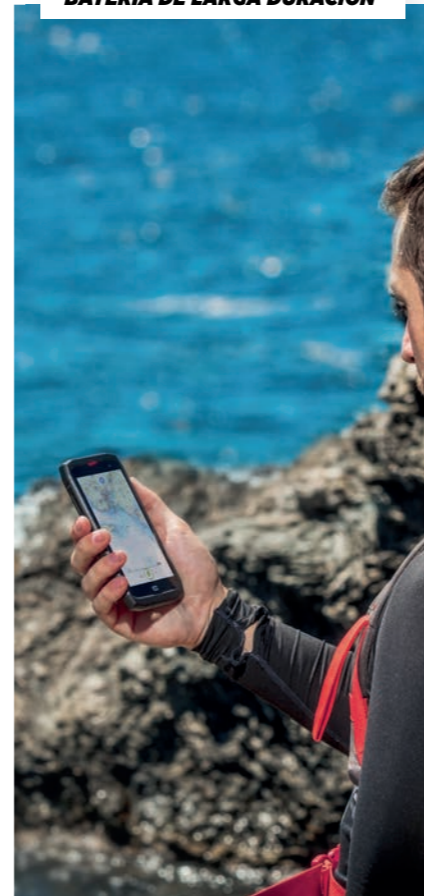
SUMERGIBLE



RESISTENTE



BATERÍA DE LARGA DURACIÓN



DE **AVENTUREROS** DEL DÍA A DÍA AL MUNDO EMPRESARIAL

Tradicionalmente, los principales clientes de los móviles **CROSSCALL** han sido usuarios que practican actividades deportivas o profesionales que trabajan en el exterior y que buscan un móvil que responda a sus necesidades en cuanto a resistencia, estanquidad y autonomía.

Actualmente nuestra clientela es más amplia, y busca un teléfono diferente, cuya vida útil sea más larga y que se adapte a su estilo de vida sin requerir atenciones especiales.



DEPORTISTAS OUTDOOR

Cualquiera que sea su actividad o nivel en trail, BTT, esquí o incluso vela, los apasionados del deporte al aire libre se enfrentan a las inclemencias del tiempo y a entornos tan diversos como extremos.



ACTIVIDADES DE OCIO

Desde las madres que hacen malabares entre sus obligaciones personales y profesionales, hasta los adolescentes ultraconectados que desean compartir en las redes sociales sus hazañas con sus amigos, cada vez más usuarios quieren un teléfono que los acompañe en su día a día y ique no muestre signos de fatiga!



EL PROFESIONAL EN EL TERRENO

Los profesionales, ya sean obreros del sector de la construcción, trabajadores del sector industrial o agricultores, necesitan un teléfono resistente y sumergible en sustancias líquidas (aceite, agua, etc.) para no tener que preocuparse de él mientras trabajan.



EMPRESAS

Para las empresas, entregar un teléfono a cada uno de sus empleados supone un coste importante. Con **CROSSCALL**, las empresas limitarán los gastos de sustitución gracias a un teléfono pensado para tener una vida útil mucho más larga que la de un teléfono clásico, sin comprometer por ello sus prestaciones. La marca ofrece a las empresas soluciones a medida que se adaptan a cualquier sector de actividad.

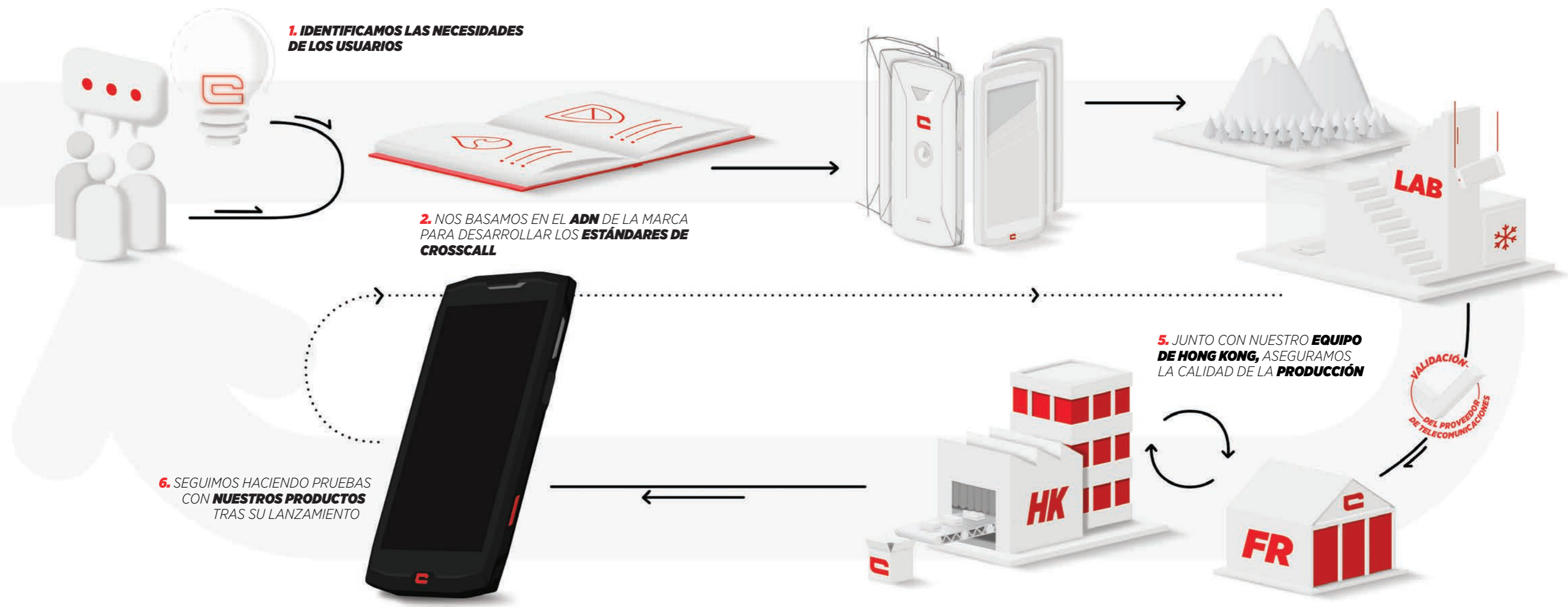
“Trabajar con una marca que comparte el valor de superarse a uno mismo y que además concibe teléfonos que me pueden seguir a todas partes es sencillamente increíble”.

MIKE HORN

*Aventurero - Explorador
Pole2pole 2019 y Antártida 2017*

NUESTRO MODELO

EL USO, LO MÁS **IMPORTANTE** DEL DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS **CROSSCALL**



1. IDENTIFICAMOS LAS NECESIDADES DE LOS USUARIOS

2. NOS BASAMOS EN EL ADN DE LA MARCA PARA DESARROLLAR LOS ESTÁNDARES DE CROSSCALL

3. INSPIRADOS POR LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS, CONCEBIMOS VARIOS PROTOTIPOS

4. GRACIAS A LAS PRUEBAS CON USUARIOS Y A SUS OPINIONES, DETERMINAMOS EL PRODUCTO IDEAL, EL "GOLDEN SAMPLE"

5. JUNTO CON NUESTRO EQUIPO DE HONG KONG, ASEGURAMOS LA CALIDAD DE LA PRODUCCIÓN

6. SEGUIMOS HACIENDO PRUEBAS CON NUESTROS PRODUCTOS TRAS SU LANZAMIENTO

VALIDACIÓN DEL PROVEEDOR DE TELECOMUNICACIONES

FASE 1:

IDENTIFICAMOS LAS NECESIDADES DE LOS USUARIOS

Los equipos de I+D de **CROSSCALL** supervisan muy de cerca la inteligencia tecnológica para estar al día de las tendencias del mercado y de las próximas innovaciones. Al mismo tiempo, consultan con un panel de usuarios, la “comunidad de innovadores”, para conocer sus expectativas y necesidades y, a partir de ahí, diseñar la futura hoja de ruta del producto.

LA COMUNIDAD DE INNOVADORES DE CROSSCALL

Desde los inicios de **CROSSCALL**, el proceso creativo siempre ha contado con la ayuda de los usuarios. Trabajamos estrechamente con un panel de 1.400 usuarios, la “comunidad de innovadores”, y les enviamos encuestas para conocer sus necesidades. Nos proporcionan información muy valiosa que utilizamos como base del proceso de desarrollo de nuestros próximos productos.

El panel incluye diferentes tipos de perfil: algunos ya tienen teléfonos **CROSSCALL**, otros practican deportes o actividades profesionales al aire libre. Esta diversidad nos ayuda a entender y a enumerar múltiples usos y a desarrollar productos que cumplen todas las expectativas, tal y como ha hecho siempre **CROSSCALL**.



CROSSCALL en la UTMB, principal carrera de trail.



Encuentro de CROSSCALL con profesionales en la feria BATIMAN.



Xavier De Le Rue y Cédric Gracia con Cyril Vidal y el equipo de CROSSCALL, pensando en los próximos productos.

“Contamos con toda una comunidad que nos ofrece periódicamente su opinión. Les enviamos encuestas y sus respuestas nos ayudan a concebir los productos que más se ajustan a sus expectativas. Son también los primeros en probar nuestros nuevos teléfonos para luego recopilar sus opiniones”.



DAMIEN LAGIER

Jefe de Proyecto, Pruebas y Uso de Producto de CROSSCALL

EDAD : 24

DEPORTE FAVORITO: wakeboard

CURIOSIDAD: dirige diariamente la comunidad de innovadores

ENCUENTRO CON NUESTROS USUARIOS

En **CROSSCALL** nos gusta intercambiar opiniones con clientes para entender mejor sus estilos de vida. Participamos en eventos nacionales e internacionales en los que coincidimos habitualmente con nuestros usuarios y les pedimos su opinión sobre nuestros productos y sus expectativas.

FASE 2:

NOS BASAMOS EN EL ADN DE LA MARCA PARA DESARROLLAR LOS ESTÁNDARES DE CROSSCALL

Una vez completada la lista de las expectativas más relevantes para la comunidad, los ingenieros de **CROSSCALL** establecen las especificaciones técnicas que luego se enviarán a la fábrica, donde se cumplen estrictamente todas y cada una de ellas. Estas especificaciones incluyen los componentes que queremos utilizar y también los estándares de durabilidad que deben cumplir los nuevos smartphones para respetar el ADN de la marca.

La elección de los materiales es fundamental para concebir productos duraderos, estancos y resistentes. Con el paso de los años, los ingenieros de **CROSSCALL** han estudiado las mejores opciones para encontrar el equilibrio perfecto entre robustez, peso y durabilidad.

1

La carcasa del teléfono se fabrica con materiales compuestos de plástico con fibra de vidrio. Gracias a esta combinación aumenta la **dureza del material y, por lo tanto, su resistencia a los impactos y rayaduras.**

2

Gracias a una técnica de moldeo llamada coinyección, los ángulos y las partes superior e inferior del teléfono se fabrican con poliuretano termoplástico (TPU). Cuando el dispositivo se deforma por un impacto, **este revestimiento adicional amortigua el golpe y limita la difusión de la onda de choque en el teléfono.**

3

Se monta una fina capa de espuma de polímero bajo la pantalla para amortiguar el golpe y **protegerla en caso de caída.**

4

Una tapa de metal y otra de material compuesto refuerzan **la protección de los circuitos electrónicos.**

5

Una capa interna de magnesio garantiza la rigidez del teléfono. Al estar sostenida por una sobreinyección de TPU, **aumenta la rigidez de todo el teléfono y, por lo tanto, la resistencia a la flexión, la torsión y las caídas.**

6

Las barras de aluminio situadas en los lados del teléfono garantizan una **protección adicional contra los golpes.**



“Cada componente del móvil ha sido meticulosamente seleccionado, probado y aprobado. Esto es lo que nos permite garantizar su estanquidad, resistencia y duración de la batería. Para las baterías, por ejemplo, intentamos seleccionar los componentes electrónicos y procesadores de mayor eficiencia energética, con el objetivo de utilizar la menor cantidad de energía posible y garantizar a nuestros usuarios un alto nivel de autonomía”.

SANDRA EYNARD-MACHET

Ingeniera mecánica de CROSSCALL

EDAD: 25

DEPORTE FAVORITO: escalada

CURIOSIDAD: escribió los “CROSSCALL Standards”

7

Unas membranas poliméricas protegen los elementos de audio (micrófono, auricular y altavoz). Son **impermeables a los líquidos y al polvo**, pero dejan pasar el aire y, por lo tanto, el sonido.

8

Una **junta polimérica garantiza la impermeabilidad** entre las partes delantera y trasera del teléfono.

9

Unas tapas estancas de elastómero protegen el sistema de conexión y garantizan **la impermeabilidad total de los conectores del teléfono.**



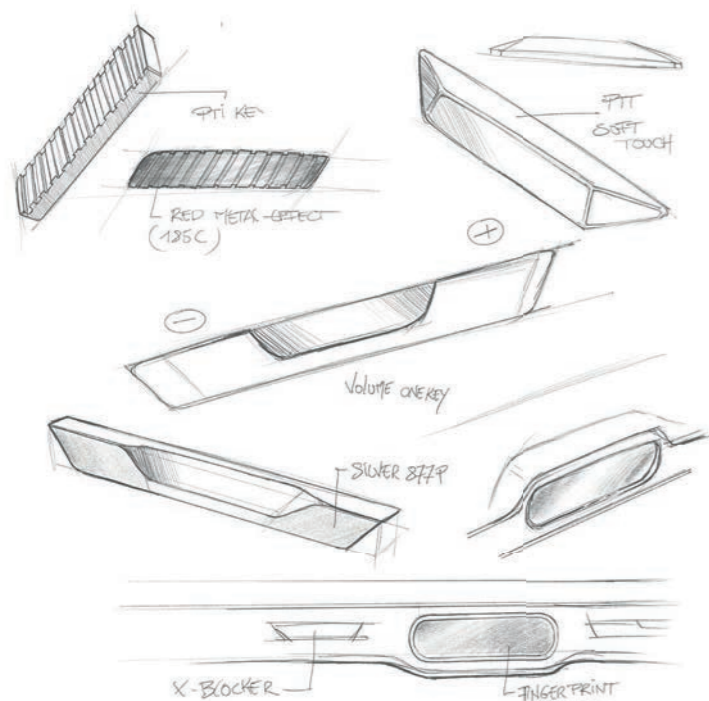
FASE 3:

INSPIRADOS POR LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS, CONCEBIMOS VARIOS PROTOTIPOS

Una vez las especificaciones técnicas han sido aprobadas con fábrica, los equipos trabajan en el diseño y la usabilidad del smartphone para que tenga un estilo y un aspecto atractivos. Esta es una fase compleja, ya que los estándares de durabilidad de **CROSSCALL** pueden presentar un reto para los equipos.

UN SMARTPHONE RESISTENTE PERO COMPACTO

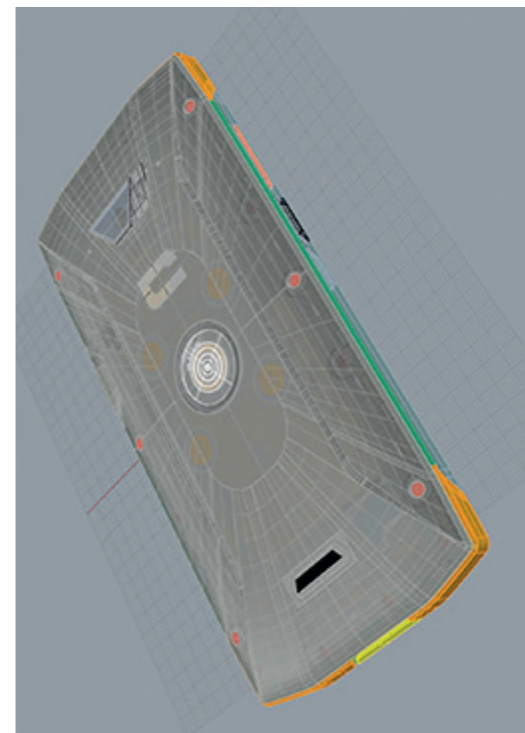
La parte más dura para nuestro equipo de diseño consiste en combinar el smartphone más delgado y ligero posible, que quepa fácilmente en una mano o en un bolsillo y que, a la vez, resista los golpes más fuertes. Nuestros equipos llevan diez años trabajando para ofrecer a nuestros usuarios el equilibrio perfecto entre firmeza y finura.



La primera fase del diseño comienza con lápiz y papel



DE LOS PRIMEROS **ESBOZOS** A LOS PRIMEROS **PROTOTIPOS**



Luego llegan las maquetas con software de diseño 3D

EMBALAJE ECOLÓGICO

Para reducir nuestro impacto medioambiental decidimos eliminar el plástico del embalaje de nuestros productos. Actualmente utilizamos una caja de cartón compacta para poder transportar más teléfonos de una vez y reducir así todavía más nuestra huella de carbono.



Novedad 2020: el embalaje de la gama CORE es totalmente reciclable

“Es un reto continuo, pero también una enorme fuente de orgullo, diseñar un producto atractivo, inspirado por nuestros usuarios y que respeta los estándares de durabilidad. El diseño de los productos está al servicio de las promesas hechas a los usuarios y es eso lo que los convierte en productos **CROSSCALL**”.



FRANÇOIS ROCHAIS
Responsable de Diseño de **CROSSCALL**

EDAD: 35
DEPORTE FAVORITO: patinaje
CURIOSIDAD: diseñó los últimos cinco teléfonos y la primera tableta de **CROSSCALL**

FASE 4:

GRACIAS A LAS **PRUEBAS CON USUARIOS** Y A SUS **OPINIONES**, DETERMINAMOS EL PRODUCTO IDEAL, EL **“GOLDEN SAMPLE”**

Los primeros prototipos se envían al laboratorio, donde se realizan pruebas de estanquidad y de resistencia a la flexión y a las caídas, entre otras, para comprobar que satisfacen las expectativas del equipo de I+D de CROSSCALL.

Posteriormente los prototipos se envían a los miembros de la comunidad de innovadores para que prueben los smartphones en condiciones reales. Después de varias idas y venidas de los prototipos, los equipos eligen el que mejor se ajuste a las expectativas: el “golden sample”.

ESTÁNDARES MÁS ESTRUCTOS QUE LA COMPETENCIA

En **CROSSCALL** sometemos a nuestros productos a una serie de pruebas muy estrictas de durabilidad y estanquidad, entre las que se incluyen 13 de las pruebas de laboratorio de la norma militar **MIL-STD 810G**, para garantizar que cumplen con los estándares de **CROSSCALL**.

Al contrario que la mayoría de nuestros competidores, nosotros hacemos pruebas de estanquidad en nuestros teléfonos después de haber probado su resistencia: queremos garantizar que nuestros teléfonos no solo son estancos nada más salir de fábrica, sino también a lo largo de todo su ciclo de vida. Esperamos que nuestros usuarios puedan vivir intensamente sin tener que preocuparse de si su teléfono va a sufrir daños.

PRUEBAS EN SITUACIONES REALES

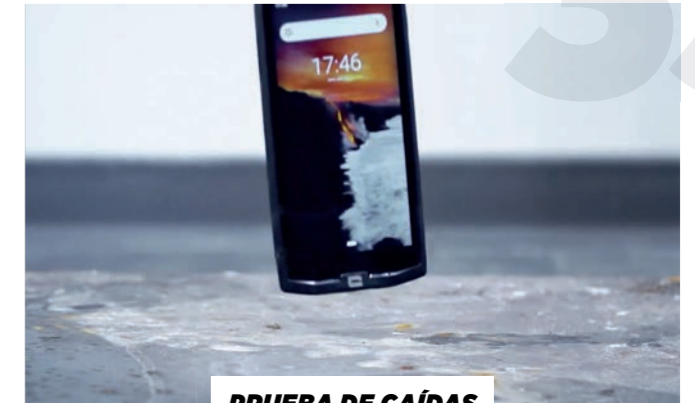
Como nuestros teléfonos están diseñados para funcionar en entornos hostiles, los ponemos a prueba sobre el terreno. Consultamos con los miembros de la comunidad de innovadores desde el inicio de la fase de concepción y, más adelante, se les envían los primeros prototipos.

A partir de este momento los equipos de I+D recopilarán sus primeras impresiones y opiniones sobre el diseño o la usabilidad del smartphone.

A continuación pondrán a prueba los dispositivos mientras realizan sus actividades diarias profesionales y personales, para comprobar que resisten y funcionan en situaciones reales. Toda esta información contribuirá a conformar lo que llamamos el “golden sample”, el modelo de referencia aprobado por los equipos de **CROSSCALL**, que luego se utilizará como referencia para la fase de producción.



PRUEBA DE FLEXIÓN



PRUEBA DE CAÍDAS



PRUEBA DE ESTANQUIDAD



PRUEBA DE RAYADURA

“iSon muy exigentes con los smartphones! Por eso es muy interesante trabajar con esta comunidad. Tienen en cuenta las promesas de nuestros teléfonos, lo que nos ayuda a identificar los puntos débiles durante las fases de pruebas. El objetivo: trabajar con los usuarios e identificar el uso que nos haya llevado a fijarnos en el componente frágil para, así, corregir el producto hasta lograr el modelo perfecto que acabará comercializándose”.



DAMIEN LAGIER

Jefe de Proyecto, Pruebas y Uso de Producto de CROSSCALL

EDAD: 24

DEPORTE FAVORITO: wakeboard

CURIOSIDAD: dirige diariamente la comunidad de innovadores



PRUEBA SOBRE EL TERRENO

FASE 5:

EN PRODUCCIÓN, **GARANTIZAMOS LA CALIDAD Y CANTIDAD DESEADAS**

Si bien el modelo de producción de **CROSSCALL** depende de una red de partners de Asia, no por ello **CROSSCALL** deja de ser un actor industrial.

Por esta razón, el modelo desarrollado a lo largo de los años tiene un objetivo doble: producir dispositivos de una calidad excepcional en los plazos exigidos y mantener la capacidad de procesar grandes pedidos en plazos ajustados.

Esto requiere mantener un vínculo muy estrecho entre la sede central y las fábricas remotas, siendo capaces de liderar y controlar la producción sobre el terreno. Ese es el papel asignado a la oficina de **CROSSCALL** de Hong Kong. Dicha oficina contacta diariamente con cada fábrica para

garantizar que las especificaciones técnicas indicadas desde la sede central son gestionadas con precisión y se auditan constantemente, verificando así que se respetan los estándares, las normas y los calendarios de producción, además de las responsabilidades sociales y medioambientales, tan esenciales para **CROSSCALL** como todo lo demás. En estos procesos participan los departamentos de logística, finanzas e I+D de la sede central. Ocurren dentro de un marco establecido entre el equipo directivo de **CROSSCALL** y su equivalente en los lugares donde se encuentran los socios industriales. Estos procesos se evalúan de manera periódica para ajustarse a la lógica de un progreso permanente.



CROSSCALL headquarters in Hong Kong

“Mantenemos contacto diario tanto con el equipo de I+D de Aix-en-Provence (Francia) como con nuestros socios industriales de China. Teniendo en cuenta nuestro ADN y nuestros compromisos, es primordial para una marca como la nuestra supervisar muy de cerca la calidad de la producción”.



THOMAS LAU
Jefe de proyecto

EDAD : 37
DEPORTE FAVORITO: bádminton
CURIOSIDAD: viaja periódicamente de Hong Kong a China

FASE 6:

SEGUIMOS HACIENDO PRUEBAS CON NUESTROS PRODUCTOS TRAS SU LANZAMIENTO

El nuevo smartphone de **CROSSCALL** se lanza entonces al mercado, pero la historia no termina ahí. Dado que la durabilidad y el rendimiento de nuestros productos a lo largo del tiempo es de enorme importancia para nosotros, continuamos poniéndolos a prueba en cada fase de su ciclo de vida con el objetivo de ofrecer al usuario una experiencia cada vez más óptima.

UN EQUIPO CERCA DE TI

Aunque **CROSSCALL** ha pasado de la categoría de start-up a la de scale-up en una década, la marca sigue cuidando la parte humana del negocio. Cada empleado participa activamente en el desarrollo de nuestros productos y se implica en todas las etapas del proceso. Nuestro departamento de Atención al Cliente, con sede en cada mercado en el que tenemos presencia, simboliza esta continuidad, pues están diariamente en contacto con los consumidores finales y son quienes mantienen esa relación.

EL 5%

de las devoluciones son por pantallas rotas (cerca del 60% en el caso de otras marcas)*

EL 3.4%

solamente de devoluciones de flotas de smartphones profesionales

*Encuesta realizada por UFC Que Choisir con 1.704 subscriptores de su boletín.

“En el equipo de Atención al Cliente tenemos un contacto directo con los usuarios. Es muy interesante, ya que la mayoría de sus opiniones nos permiten identificar algo concreto que se puede cambiar y mejorar. Siempre ha sido una prioridad para **CROSSCALL** estar cerca de sus usuarios y poder reaccionar de forma rápida y eficiente. Creo que los consumidores confían en **CROSSCALL** gracias a esta proximidad y eso crea un vínculo con la marca”.



SALLY COPLEY

Atención al Cliente Internacional de **CROSSCALL**

EDAD : 48

DEPORTE FAVORITO: salsa y bailes latinos

CURIOSIDAD: habla francés, inglés y español con fluidez

COMPROMISO DE **CROSSCALL:** **DURABILIDAD**

A menudo se acusa al mercado de los teléfonos móviles de obsolescencia programada, residuos industriales y roturas frecuentes. En este clima tan tenso, CROSSCALL va contra corriente y ofrece productos duraderos. Gracias a su experiencia y capacidad de innovación, la marca diseña productos que se rompen menos, se pueden reemplazar rápidamente y son capaces de funcionar a largo plazo.

De cara a su licitación, la compañía SNCF contrató al laboratorio independiente Greenspector para que calculara la vida útil de la batería del TREKKER-X4. El resultado es rotundo claro: 39 meses, mucho más tiempo que cualquier otro proveedor de teléfonos móviles (18 meses de media) *.

A lo largo de nuestros diez años de existencia, hemos implementado procesos muy precisos, normas de calidad muy exigentes y más

*Encuesta realizada por el laboratorio independiente Greenspector para la licitación SNCF.

de 80 pruebas de laboratorio, sin olvidar los cientos de usuarios que comprueban sobre el terreno el uso y las capacidades técnicas de nuestros productos. Hemos creado relaciones de confianza con nuestros socios industriales, quienes llevan a cabo trabajos precisos de ensamblaje y utilizan componentes que han pasado diversas pruebas para constatar su elevada calidad y su disponibilidad a largo plazo

No nos basta con ofrecer teléfonos resistentes, estancos y con baterías de larga duración. Queremos ir más allá y ofrecer teléfonos móviles que puedan transmitir y reflejar nuestro compromiso. Todos estos años repletos de rigor, capacidad, innovación y esfuerzo nos llevan hoy a adoptar un firme compromiso con nuestros usuarios: **hemos decidido ofrecer 3 años de garantía para todos nuestros próximos productos.**



CUANDO **GREENSPECTOR** REALIZA PRUEBAS CON NUESTROS SMARTPHONES PARA **SNCF**

Todas las pruebas realizadas por GREENSPECTOR para la licitación de SNCF correspondieron a un problema específico.

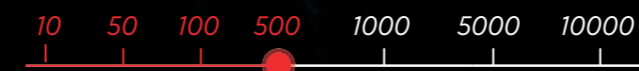
TIPO DE DISPOSITIVO

TREKKER-X4

CORE-X3

CORE-X4

NÚMERO DE DISPOSITIVOS

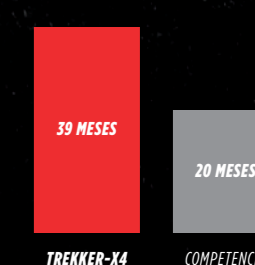


RESULTADOS

AUTONOMÍA: 20% MAYOR



DURACIÓN DE LA BATERÍA:




“La garantía de tres años es el resultado de más de diez años de investigación, innovaciones y pruebas. Siempre hemos elegido los mejores componentes sin comprometer nuestros productos. Ser capaces de ofrecer hoy una garantía de tres años es el reconocimiento de nuestros logros y un increíble impulso para intentar superar nuestros propios límites y seguir avanzando”.



SANDRA EYNARD-MACHET
Ingeniera mecánica de CROSSCALL

EDAD: 25
DEPORTE FAVORITO: escalada
CURIOSIDAD: escribió los “CROSSCALL Standards”



“Ser parte de la familia CROSSCALL es una gran oportunidad. Estoy muy orgullosa de ser una de sus embajadoras. Siempre resulta inspirador tener una marca que cree en ti, sea cual sea tu proyecto, como hace CROSSCALL”.

MARION HAERTY
Campeona mundial de
snowboard freeride 2019

NUESTROS PRODUCTOS

EQUIPAR A LAS **EMPRESAS**

CROSSCALL aspira a intensificar su presencia en el mundo empresarial. La empresa se apoya en su ADN y en su capacidad innovadora para dirigirse a un mercado de enorme potencial. Así, la marca estructura su oferta en torno a cinco compromisos muy firmes, algo que nos ayudó a ganar la licitación de SNCF.



TRABAJAR INCLUSO EN LOS ENTORNOS MÁS HOSTILES

Gracias al ADN de sus productos, **CROSSCALL** ofrece teléfonos eficientes, fiables y que funcionan en cualquier entorno, lo que permite a los profesionales utilizar su teléfono en cualquier situación y aumentar su productividad.



PROLONGAR LA VIDA ÚTIL DE LOS PRODUCTOS

Gracias a una técnica de moldeo llamada "coinyección", los ángulos y las partes superior e inferior del teléfono se fabrican con poliuretano termoplástico (TPU). Cuando el dispositivo se deforma por un impacto, este revestimiento adicional amortigua el golpe y limita la difusión de la onda de choque en el teléfono.



FÁCIL IMPLEMENTACIÓN Y GESTIÓN DE UNA FLOTA DE MÓVILES

CROSSCALL se aseguró de que sus dispositivos fueran compatibles con los principales actores de EMM* para poder ofrecer una **solución fiable, segura y adaptada para los gestores de flotas.**

* Software de Gestión de la Movilidad Empresarial (por sus siglas en inglés).



GARANTIZAR LA SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS Y DEL MATERIAL

Toda la gama de productos ha sido concebida para garantizar la seguridad del usuario. Dentro de su diseño, todos tienen un botón programable que se puede configurar en una **aplicación SOS (protección del trabajador aislado).**



UN PAQUETE COMPLETO DE ACCESORIOS PARA UNA INTEGRACIÓN PERFECTA EN TUS OPERACIONES

CROSSCALL ha desarrollado toda una gama de accesorios en consonancia con todos sus smartphones para convertir tu dispositivo en una herramienta de trabajo práctica y completa.



MAEVA POZZOLI
Gestora de grandes cuentas B2B de CROSSCALL

EDAD: 28
DEPORTE FAVORITO: deportes de combate
CURIOSIDAD: Maeva es la comercial más joven de la oficina de París

"Nuestros clientes sienten pasión por el producto. Siempre que hacemos una presentación conseguimos el efecto sorpresa por la imagen de producto outdoor. A veces sentimos que estamos aportando un halo de aire fresco. Recordemos, no obstante, que detrás de nuestra imagen hay mucho trabajo para atraer cada vez más empresas y satisfacer sus necesidades específicas".



DISTRIBUCIÓN



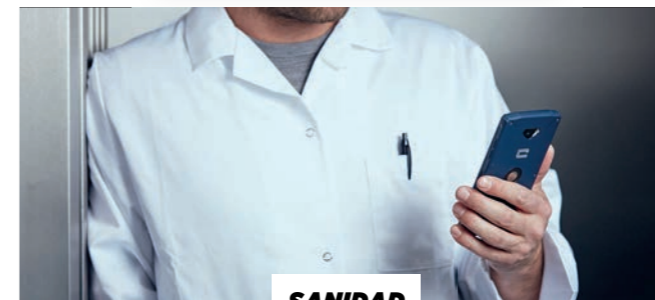
CONSTRUCCIÓN



ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



SEGURIDAD



SANIDAD



AGRICULTURA

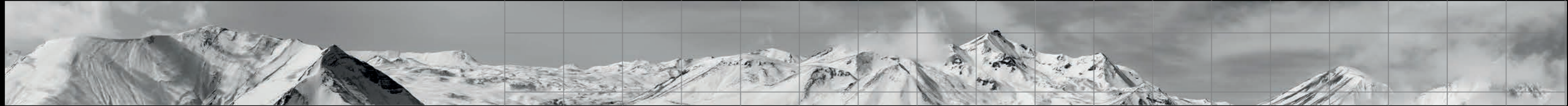


INDUSTRIA



LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

GAMA



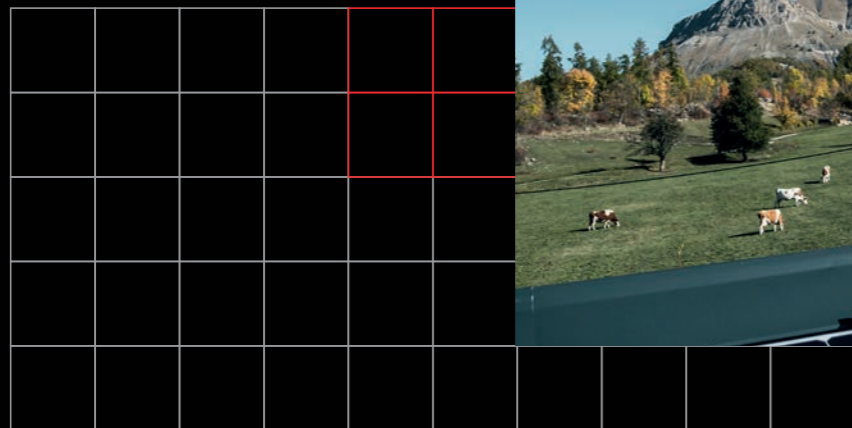
CROSSCALL PRESENTA LA GAMA CORE

CORE

LA GAMA **CORE**, CONCEBIDA PARA **TU PROFESIÓN**

Al identificar las expectativas y necesidades de los profesionales, la empresa se apoya en su ADN para ofrecer soluciones perfectamente adaptadas. A lo largo de su desarrollo, **CROSSCALL** siempre ha ofrecido productos duraderos, con la última tecnología y un diseño mejorado, sin detrimento de ninguno de los compromisos de la marca.

La durabilidad de sus productos y la experiencia adquirida a lo largo de una década de desarrollo permiten ofrecer una garantía de tres años para cada uno de sus productos.



CORE-T4

49

¡SU TABLETA, EN CUALQUIER LUGAR!

Todos los profesionales querían poder llevar consigo su oficina a sus lugares de trabajo. Hoy cuentan con la primera tableta de **CROSSCALL**. Tiene la certificación AER (una de las primeras del mundo) y permite a los profesionales de todos los sectores llevar consigo su oficina y ser proactivos. Gracias a la conectividad WIFI y 4G+, el usuario está conectado y listo para reaccionar desde cualquier lugar, y todo ello sin miedo a quedarse sin batería

La **CORE-T4** también tiene una batería de **7000 mAh**, que permite utilizarla durante un día entero de manera continuada (correos electrónicos, Youtube, navegación por la Web, etc.).



CORE-T4

DISEÑO FÁCIL DE USAR
Pantalla de 8" - 14 mm de grosor
Foto 13MP - cámara frontal - accesorios compatibles con X-Link



TRABAJA TODO EL DÍA SIN NECESIDAD DE REGARCAR
Batería de 7000 mAh



CONECTADO ESTÉS DONDE ESTÉS
Conectividad WIFI y 4G+



CORE-X4



EL SMARTPHONE PROFESIONAL PERSONAL

El CORE-X4 es eficiente desde cualquier punto de vista porque se diseñó para ser lo más óptimo posible, combinando seguridad y facilidad de uso. Gracias a dos botones programables, el usuario puede asignar a un botón una aplicación PTT (1), que le permite utilizar el smartphone como un walkie-talkie, y seguir utilizándolo con total seguridad, ya que puede asignar una aplicación SOS(2) al segundo botón.

ElLa **CORE-X4** incorpora una cámara **FUSION* de 48 MP**, una lente fotográfica que captura tu entorno con precisión, incluso con poca luz.



USO PROFESIONAL Y PERSONAL
Dos espacios separados con Android 9
doble SIM + tarjeta SD
Accesorios compatibles con X-LINK*

*Magconn Technology.

IMÁGENES NÍTIDAS, INCLUSO DE NOCHE
Cámara Fusion* de 48MP

MANTENTE SEGURO EN TU TRABAJO
2 botones programables: PTT (1) y SOS(2)

(1) PTT: Push-To-Talk.

(2) SOS: Protección del trabajador aislado.

CORE-X4

CORE-M4



Hecho para ser fiable y eficiente, el **CORE-M4** es un smartphone de formato compacto con todas las funciones esenciales. Está especialmente diseñado para grandes flotas de terminales, utiliza Android for Work y se puede personalizar y controlar de forma remota gracias a su compatibilidad con soluciones de EMM (siglas en inglés de Gestión de la Movilidad Empresarial). Como es más ligero y pequeño que los demás smartphones de su gama, el **CORE-M4** está hecho para profesionales que quieran un modelo fiable y que quepa en cualquier bolsillo.

FIABILIDAD

GRAN

TAMAÑO,

PEQUEÑO



CORE-M4



DISEÑO FÁCIL DE USAR
Cabe en una mano - 5" (18:9) y 205 g



ADAPTADO A GRANDES FLOTAS CORPORATIVAS
Compatible con Android for Work y las principales soluciones de EMM



FIABILIDAD Y FLUIDEZ
Uso sencillo e intuitivo - Compatible con Wellbeing



Con una versión Android ligera (Android GO), el **CORE-M4 GO** ha basado su uso en la comodidad y la simplificación. Tiene el mismo tamaño que el **CORE-M4** e incorpora una cámara (12 MP) y una batería de 3000 mAh que permite utilizarlo durante un día entero.

DIRECTO AL GRANO



ADAPTADO A CUALQUIER ENTORNO
IP68 - Norma militar



USO SIMPLIFICADO
Android GO
Funciones esenciales del teléfono



DISEÑO FÁCIL DE USAR
Cabe en una mano - 5" (18:9) y 205 g

5
CORE-M4 GO

ADAPTADO A CUALQUIER USO

Al aire libre, tu lugar de trabajo, tu día a día: todos pueden ser entornos hostiles para los smartphones. Pero también ahí pueden darse esos momentos únicos y magníficos que te gustaría recordar para siempre. **CROSSCALL** quiere reforzar su enfoque y añadir sus productos a ese equilibrio.

Si **CROSSCALL** equipa a deportistas que descienden por las laderas del Mont Blanc o que recorren el Polo Norte, la marca es también el aliado perfecto de los padres cuando bañan a sus hijos, de deportistas ocasionales o de aficionados al senderismo.

CAMPEÓN MUNDIAL DE ESQUÍ FREERIDE



AURELIEN DUCROZ

UN DISEÑO CONCEBIDO PARA EL USUARIO

Al capitalizar el ADN de los productos **CROSSCALL**, se adquiere un espíritu libre. Uno puede realizar cualquier actividad, en el ambiente que sea, sin miedo a que el dispositivo resulte dañado, se quede sin batería o se caiga en un líquido y concentrarse así en su entorno. A lo largo de los años, **CROSSCALL** ha seguido trabajando en el diseño de sus teléfonos para ofrecer a sus usuarios los productos más adaptados a sus actividades. Este reconocimiento crea una sensación real de pertenencia

entre los usuarios, quienes perciben la diferencia del producto que tienen en sus manos, un teléfono concebido y diseñado para ellos.



MATTHIEU LAUBE

Gestor de grandes cuentas B2C de **CROSSCALL**

EDAD: 35

DEPORTE FAVORITO: wakeboard

CURIOSIDAD: ya ha recuperado su teléfono del fondo del agua una docena de veces sin ningún problema

*“Cada vez más personas eligen **CROSSCALL**, incluso aquellos usuarios que no son profesionales ni deportistas extremos. El hecho de que seamos una marca francesa funciona realmente a nuestro favor y yo creo que se ven reflejados en nuestros valores y en el diseño de nuestros productos. Tenemos un componente centrado en el estilo de vida que la gente encuentra cada vez más atractivo”.*

TREKKER-X4

El producto insignia de la marca. Fiel a los valores de la gama **TREKKER**, el **TREKKER-X4** se creó pensando principalmente en los vídeos, y por eso es uno de los primeros teléfonos que integra una **CÁMARA DE ACCIÓN** en su diseño. Esta última versión permite capturar el mundo que te rodea con diferentes ángulos y formatos. **CROSSCALL** ha desarrollado además su propia aplicación para usar esta **CÁMARA DE ACCIÓN**.



CÁMARA DE ACCIÓN
Graba como tú lo ves
Posibilidad de ángulo de hasta 170°



X-CAM
Graba a cámara lenta, en modo time-lapse y ojo de pez
Los ángulos varían de 88° a 170°



AUTONOMÍA
Autonomía prolongada
Batería de 4400 mAh



El **ACTION-X3** supuso un punto de inflexión en la historia de **CROSSCALL**. Fue el primer teléfono **CROSSCALL** en incorporar la tecnología **X-LINK** (Magconn Technology). Un conector magnético en la parte trasera del smartphone facilita la recarga y la transferencia de datos y es también la base de todo un ecosistema de accesorios destinados a ampliar la duración del uso del **ACTION-X3**.



MAYOR DURACIÓN
Un ecosistema de accesorios compatibles



IMÁGENES CLARAS Y NÍTIDAS
Tecnología Large Pixel



FÁCIL MANEJO
Formato compacto y fácil de usar (pantalla de 5")
Ligero (215 g)



ACTION-X3

ACCESORIOS DEDICADOS AL OUTDOORS

Para mejorar la experiencia outdoor, **CROSSCALL** ha diseñado una gama completa de accesorios perfectamente adaptados a sus smartphones. Los accesorios potencian la experiencia de usuario y encajan perfectamente con el posicionamiento outdoor de la marca. Animam a los usuarios a salir, capturar sus aventuras e inmortalizar recuerdos.

El usuario puede pasar de un accesorio a otro en una fracción de segundo gracias a que los accesorios y los teléfonos comparten la misma tecnología: **X-LINK***.

Es un conector magnético inteligente con múltiples funcionalidades que, junto con el **X-BLOCKER**, permite sujetar, cargar y sincronizar los datos del teléfono.

"La tecnología X-LINK permite fijar el teléfono en diferentes accesorios creados por la marca".*

*Magconn Technology.



SUJETA

Fija y conecta a accesorios en posición vertical u horizontal.



SINCRONIZA

¡Transferencia de datos sin cables!



RECARGA

Recarga de batería rápida y eficiente.



ENTREVISTA CON **CYRIL VIDAL**

¿EN QUÉ SE DIFERENCIAN LOS PRODUCTOS CROSSCALL DE OTROS FABRICANTES DE TELÉFONOS MÓVILES?

Todos nuestros productos persiguen ante todo la eficiencia funcional. En este sentido, intentamos dar prioridad al uso y la durabilidad, en lugar de las tendencias de moda y la carrera de avances tecnológicos. Lo cual no nos impide, sin embargo, dotar a nuestros productos de una identidad estética y de diseño sin compromisos

Por eso nuestros teléfonos son muy apreciados tanto por el mundo empresarial como por deportistas extremos y por un público general que busca productos duraderos. Es este ADN lo que nos ha permitido posicionarnos en el sector de la tecnología outdoor.

El estudio independiente de Greenspector realizado para la licitación de SNCF ha revelado que nuestros teléfonos tienen una vida útil potencialmente mucho más larga que los de otras marcas. De ahí nuestro compromiso de prometer ofrecer a nuestros usuarios una garantía de **tres años** para nuestra **nueva gama CORE** y para nuestros próximos productos.

¿ES LA PRIMERA MARCA DE TELÉFONOS MÓVILES QUE OFRECE UNA GARANTÍA DE TRES AÑOS PARA SUS PRODUCTOS?

Somos de los primeros, sí. Para nosotros este paso representa la base de nuestro proyecto de ir en contra de un mercado de móviles consumista, y apostar por un mercado basado en las necesidades de los usuarios y en la durabilidad de los productos.

Aunque el mercado de los teléfonos móviles nunca será el sector más respetuoso con el medioambiente, no puede obviar la urgente necesidad de proteger los recursos de nuestro planeta. Queremos que nuestra marca evolucione con este planteamiento sostenible.

CROSSCALL se fundó sobre un valor: satisfacer las necesidades de los usuarios y respetar sus expectativas. Esto supone centrarse en la durabilidad de nuestros productos y evitar cualquier obsolescencia programada. Esto es un punto de partida hacia una solución a los problemas medioambientales creados por el sector de la telefonía móvil. Si bien todavía tenemos que centrarnos en conseguir que cada fase de las cadenas de producción y distribución sea más sostenible, hemos dado un primer paso con el diseño de un embalaje ecológico para la gama de productos **CORE**.

Asimismo, hemos emprendido procesos que nos permiten evaluar el nivel de implicación de nuestros proveedores en las cuestiones sociales y medioambientales. No se trata de controlarles, sino de garantizar que, a largo plazo, nuestros procesos de producción y distribución incorporan cada vez mejor los principales desafíos relacionados con la sostenibilidad del planeta.



AURÉLIEN DUCROZ

Doble campeón mundial de esquí freeride y co-skipper del equipo CROSSCALL Chamonix-Mont-Blanc

COMO EMPRESA, ¿CUÁL ES SU VALOR AÑADIDO A LA SOCIEDAD?

Los resultados económicos son fundamentales, pero estos solo cobran sentido si también conllevan resultados sociales. Nuestro equipo se compone de mujeres y hombres provenientes de distintas experiencias y disciplinas.

Si bien damos a muchos jóvenes su primera oportunidad laboral, intentamos trabajar siempre para mantener un equilibrio intergeneracional, que es factor de amplitud de miras, realización en el trabajo y solidaridad. Además, todos tienen la posibilidad de invertir en la empresa y, de este modo, beneficiarse de una participación en los resultados, algo que va mucho más allá de las recientes obligaciones jurídicas de las empresas.

¿CUÁL ES EL PÚBLICO AL QUE OS DIRIGÍS?

Al inicio, nuestro público objetivo eran los profesionales que trabajan en el exterior y los aficionados a deportes extremos. A medida que nos desarrollamos, no hemos dejado de ampliar los públicos a los que nos dirigimos. CROSSCALL ya no es una marca reservada únicamente a los aficionados al deporte extremo o a los profesionales de la construcción... Nuestros productos están destinados a todos los usuarios, mujeres y hombres de todas las edades que desean un móvil capaz de acompañarlos en todas sus actividades, ya sea una actividad profesional o de ocio y sin importar las condiciones de dicha actividad. Así, nos dirigimos tanto a los particulares como a las empresas. Actualmente ofrecemos nuestros productos a particulares, pequeñas empresas e incluso a grandes compañías. En algunas de las últimas licitaciones B2B que hemos ganado, como la licitación de SNCF, competíamos con algunas de las marcas más importantes, lo que demuestra que nuestros productos ofrecen a las empresas un valor añadido tecnológico y económico real, incluso para grandes flotas de móviles, y que cumplen todos los requisitos que este tipo de clientes demanda.

¿CUÁLES SON LAS PERSPECTIVAS DE DESARROLLO DE CROSSCALL A MEDIO Y LARGO PLAZO?

Nos tomamos el tiempo necesario para mejorar y crecer paso a paso, pensando en el largo plazo, basándonos en el dominio de un modelo industrial que garantiza que la calidad y la cantidad de la producción podrá responder a demandas a gran escala. No nos planteamos cambiar nuestra estrategia para seguir las fluctuaciones del mercado, un mercado saturado de marcas, con un poder industrial cada vez mayor, pero con menos ideas y menos coherencia... En cuanto al nivel internacional, proyectamos reforzar nuestra presencia en los países de Europa donde ya estamos instalados, adoptando un modelo económico adaptado a cada situación local. Con respecto al largo plazo, hemos empezado a desarrollar el mercado africano.

Nuestros primeros resultados en Sudáfrica son extremadamente alentadores. En los próximos años queremos investigar el desarrollo en otros continentes, dirigirnos a países que tengan las condiciones de mercado adecuadas y apoyarnos en partners financieros o marcas que nos ayuden a crear las circunstancias adecuadas para un desarrollo rápido y eficiente. Puede que seamos la cuarta marca de B2B más grande de Francia, con una cuota de mercado del 12%, pero queremos convertirnos en líderes nacionales e internacionales. Nuestra estrategia consiste en ayudar a verticales como **la seguridad, el transporte, la ingeniería civil, la agricultura o la salud**. Actualmente somos capaces de asesorar a grandes empresas mientras seguimos prestando servicio a las más pequeñas. Queremos desarrollar todavía más ese aspecto en los próximos años dedicando todo un departamento de I+D al sector B2B para escuchar mejor sus necesidades y conseguir un enfoque dedicado por tipo de canal. Fue teniendo todo esto en mente como concebimos nuestra nueva gama **CORE**, que incluye tres smartphones y la primera tableta **CROSSCALL**. Todos los nuevos dispositivos son compatibles con nuestra gama de accesorios. Además del hecho de que algunos de estos productos están certificados por Android Enterprise Recommended de Google, queremos respetar las promesas de nuestro ADN y ofrecer una garantía de tres años.

PARA TERMINAR, ¿CUÁL ES EL FUTURO DE CROSSCALL?

Su futuro está profundamente arraigado en su historia. Se ha construido sobre el ADN de la marca, que le permite ofrecer productos que son concebidos y evolucionan en función de las situaciones reales de aquellos clientes que los usan diariamente. Para la empresa y sus accionistas se trata de seguir un desarrollo ambicioso pero fundamentado, basado en los valores que tanto apreciamos y en un modelo económico, social y medioambiental eficiente.





FRA
150

C
CROSSCALL
OUTDOOR MOBILE TECHNOLOGY

CHAMONIX
MONT-BLANC

WATERPROOF
SMARTPHONE

fives

Freedom in Logistics

CHAMONIX
MONT-BLANC

C CROSSCALL
150

BINOCULAR ROOM

ISABEL LUQUE

isabel@binocularroom.com
+34 6 00 90 54 83

LAURA SORO VIVES

laura@binocularroom.com
+34 6 82 77 38 48

FELIX ELORTEGUI

felix@binocularroom.com
+34 676 12 16 36

CROSSCALL

PAULINE CHANUT

+33 (0) 7 84 37 72 26
pauline.chanut@crosscall.com

LUCAS GIRAUD

+33 (0) 7 63 11 34 63
lucas.giraud@crosscall.com



CROSSCALL.COM    