

Este sitio web utiliza cookies propias y de terceros para mejorar nuestros servicios y la experiencia de Usuario, el comportamiento en la navegación. Es posible cambiar la configuración u obtener más información aquí. (<https://www.distribucionactualidad.com/politica-de-cookies/>)

ACEPTAR

D/A Retail.
DISTRIBUCIÓN/ACTUALIDAD

(<https://www.distribucionactualidad.com>)



En busca de las claves del éxito de una tienda online

ECOMMERCE ([HTTPS://WWW.DISTRIBUCIONACTUALIDAD.COM/RETAIL-OMNICANAL/ECOMMERCE/](https://www.distribucionactualidad.com/retail-omnicanal/ecommerce/))

🔄 0 💬 NO HAY COMENTARIOS 30 NOV 2018



Presentación de la primera edición de eCommerce Success, que analiza el éxito de una tienda online

Contar con la receta que garantice el éxito y, por ende, la durabilidad de una tienda online resulta casi una utopía para la mayoría de comercios electrónicos que recién arrancan. Con el objetivo de descubrir, precisamente, las claves que aseguren el triunfo de un ecommerce se ha celebrado en Barcelona la primera edición del eCommerce Success.

Este sitio web utiliza cookies propias y de terceros para mejorar nuestros servicios y la experiencia de Usuario, el evento ha reunido a un total de 500 asistentes, especializados en comercio electrónico, marketing digital y SEO. Es posible cambiar la configuración o obtener más información aquí. [\(https://www.distribucionactualidad.com/politica-de-cookies/\)](https://www.distribucionactualidad.com/politica-de-cookies/)

Celebrado en el World Trade Center de Barcelona, la jornada se ha compuesto de conferencias, mesas redondas y talleres en las que se han analizado los aspectos clave que, de acuerdo con los expertos, otorgan viabilidad a una tienda online. Estos son, **el modelo de negocio, la plataforma de ecommerce sobre la que residirá la misma, el marketing digital y la apuesta por la internacionalización.**

Con el objetivo de descubrir las claves y conseguir inspiración, en el evento Guillem Sanz, fundador de la tienda online de productos para bebés Bebitus (<https://www.bebitus.com/>), e Iván Monells, cofundador de la firma de moda Brava Fabrics (<https://bravafabrics.com/es/>), han revelado algunos de los factores que han contribuido al éxito en sus respectivos sectores.

Casos de éxito

El primero ha aprovechado el congreso para presumir de datos. Creado en 2011, **el ecommerce de productos de bebé cerró 2017 con una facturación de 32 millones de euros.** El comercio online, que pertenece hoy día a la firma alemana Windeln, cuenta con 38.000 referencias y una base de datos de **500.000 usuarios registrados.**

De acuerdo con Sanz, el éxito de su empresa ha residido en el propio modelo de negocio, el one stop shop, que ofrece a los progenitores la opción de encontrar en un único lugar todos los productos necesarios para el cuidado de su bebé.

En el caso de Brava Fabrics, **la alianza con influencers en el diseño de las prendas;** el uso de **fábricas locales** donde producir la mercancía; y la apuesta por la **omnicanalidad** – mediante la combinación de un showroom y varias pop-up stores en eventos como Palo Alto Market y 080 Fashion Market- le han llevado a una facturación de 950.000 euros en el último año. Y ello con tan sólo tres años de vida. Actualmente la compañía posee tres tiendas físicas y se halla preparando su desembarco en Estados Unidos.