TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR DE LA COSMÉTICA

Vivimos en una sociedad que gira alrededor de la movilidad y la conectividad, por ello la transformación digital supone uno de los grandes avances de nuestra era que, tal y como en su momento lo hizo la revolución industrial, una vez esté completamente implantada, incidirá en toda la cadena de valor de un sector, suponiendo una renovación de la cultura empresarial.

Claudia Meseguué Terradas
Responsable de Comunicación, Beauty Cluster Barcelona

Desde procesos de trabajo, la comunicación interna y externa, la creación de nuevos productos y servicios, hasta la forma de relacionarse con el consumidor, la transformación digital influye en cada una de las áreas de la empresa.

El consumidor vive digitalizado, siempre conectado, rodeado de pantallas que pueden proporcionarle información constantemente actualizada de nuevos productos, de sus valoraciones, de ofertas, de comparativas y de un sinfín de datos útiles. No solo eso, si no que el cliente puede convertirse, a su vez, en emisor de contenido que puede incidir en las en comportamiento de compra de otros usuarios. Por ello la digitalización de las empresas parece un paso lógico para alcanzarle y generar impacto en las mismas formas comunicativas (canales y lenguaje) que utilice.

Teniendo en cuenta que el cliente es el pilar hacia el que se orienta toda industria, especialmente en la cosmética, en el campo del B2C la transformación digital debería enfocarse en convertir la interacción de la empresa con el consumidor en una experiencia que aporte valor al usuario siempre en con la filosofía de la marca. En este sentido, es importante tener en cuenta las grandes tendencias del momento, que en el sector de la cosmética son: la personalización de los productos, la realidad aumentada o el 3D.

Por ello cada vez más surgen nuevos modelos de negocio, orientados a dar solución a las necesidades de la transformación digital. En el caso de la personalización existen numerosas aplicaciones móviles que forman al usuario sobre la utilización de productos adaptados a su tipo de piel, edad, momento de consumo, etcétera. También existen aplicaciones que gracias a la realidad aumentada muestran al consumidor cómo queda después de la aplicación de un cosmético determinado. Desde la mayoría de estas apps se puede iniciar un proceso de compra de los productos con los que el consumidor se ha estado relacionando virtualmente, lo que constituye un cambio de paradigma en la forma de adquirir cosmética.

En un terreno más técnico, marcas de dermocosmética están utilizando tecnología 3D para hacer en el punto de venta un estudio individualizado de la piel del consumidor que permitirá aconsejarle in situ de los productos que en ese momento necesita y prevenir de los efectos a futuro que puedan tener en su piel factores externos como el sol o la contaminación.

Sin embargo, en España la mayoría de las empresas del sector aún tienen que aceptar este nuevo cambio de paradigma que supone la transformación digital: desde aprender a usar las diferentes herramientas de las que ya disponemos a entender las nuevas tendencias y adaptarse a ellas de forma rápida para poder responder a las necesidades del consumidor.

Esta revolución afecta a empresas de toda la cadena de valor de nuestro sector, por ello desde el Beauty Cluster Barcelona hemos aceptado el gran reto que supone ofrecer formación sobre digital que resulte de interés para todos los socios, tanto para compañías B2B como B2C. Y es que creemos firmemente que la trasformación digital es una muy buena forma de desarrollar la competitividad empresarial.

Tras hacer una encuesta a los socios del clúster para saber el estado de digitalización de las empresas de la entidad, el grupo de Digital del clúster está preparando un completo calendario de actividades que tienen por objetivo ayudar a los socios a mejorar en este campo. Este grupo trabajo, como todos los del clúster, está abierto a todos los socios que pueden participar abiertamente aportando ideas o proponiendo actividades, independientemente del área de la empresa a la que pertenezcan. Los eventos programados, exclusivos para socios del Beauty Cluster Barcelona, podrán verse en nuestra web **http://beautyclusterbarcelona.com/agenda/**