



'EL ENTORNO DIGITAL NOS CONECTA, PROMUEVE EL INTERCAMBIO DE OPINIONES Y CONOCIMIENTO, Y LA INFORMACIÓN SE EXTIENDE EN TIEMPO REAL'

La revolución digital ha llegado para quedarse. Ningún área de negocio o conocimiento puede quedarse fuera y el sector de la cosmética no es una excepción, siendo, posiblemente uno de los más adelantados, pero con muchos retos por delante. El Beauty Cluster de Barcelona dispone de diversos grupos de trabajo, entre los que se encuentra el Digital Beauty. Para conocer en qué consiste y qué tiene que aportar, entrevistamos a Álex Vallbona, CEO de Birchbox España, y Mayte Expósito, Directora de Marketing de la agencia de comunicación y Marketing Imago, que lideran el equipo.

¿Cuál es la función del grupo Digital Beauty y qué áreas de actuación abarca?

MAYTE EXPÓSITO: Los socios del clúster están interesados en obtener una visión global del entorno digital para escoger sus líneas de actuación en marketing y comunicación. Queremos aportar las herramientas digitales para que las marcas escojan, profundicen y saquen rendimiento a sus estrategias e inversiones.

ALEX VALLBONA: La principal función del grupo de Digital Beauty es la de ofrecer las herramientas necesarias para incrementar la competitividad de las empresas pertenecientes al Beauty Cluster Barcelona a través de la formación en los diferentes aspectos relacionados con el mundo Digital. Su objetivo es lograr que las compañías se desenvuelvan, fácilmente, en el nuevo entorno competitivo en el que nos encontramos de manera que puedan beneficiarse y adaptar a su realidad la famosa transformación digital.

¿Quiénes lo forman y cómo se integra dentro del Clúster?

ME: La dirección del clúster, Birchbox e Imago integran el equipo de trabajo del Digital Beauty.

AV: En el caso del grupo de Digital tanto Imago como Birchbox co-lideran el grupo que está abierto a todos los miembros que deseen participar ya sea con su conocimiento o expresando sus necesidades para poder materializarlo en actuaciones concretas que ayuden al resto de socios.

¿Qué pasos debe dar un socio que quiera colaborar con el grupo de trabajo o formar parte de él?

ME: Tan solo es necesario que muestre su interés al equipo y todo lo que sea aportar experiencia y conocimientos será positivo.

AV: Mediante la mera inscripción en la próxima reunión del grupo a través de la web del Clúster será suficiente, o bien directamente comunicándose con cualquiera de los miembros del grupo Digital (Imago o Birchbox) o con la dirección del Beauty Cluster Barcelona.

¿Cuáles son los principales retos que afronta la Industria Cosmética en el área digital y de nuevas tecnologías?

ME: En el mercado actual se ha convertido en imprescindible conectar con el consumidor y los clientes. El entorno digital nos conecta, promueve el intercambio de opiniones y conocimiento, y la información se extiende en tiempo real. Las formas de comunicarse han cambiado, son diversas y evolucionan constantemente.

AV: El principal reto al que, en mi opinión, se enfrenta nuestro sector es el de la transformación digital del sector. Empezando por entender el nuevo paradigma del consumidor (B2B, Business to Business o B2C, Business to Consumer) y cómo las diferentes herramientas, que están al alcance de todos, nos pueden ayudar a ser más competitivos, ya sea automatizando procesos en fábrica, procesos administrativos o logrando entender las nuevas tendencias del mercado para poder adaptarnos de manera más rápida.

La formación en el ámbito digital es esencial, teniendo en cuenta la velocidad a la que avanza este campo. ¿Cómo se articulan las propuestas formativas para los socios y cómo se gestiona la demanda de los distintos sectores que integran el clúster?



ME: Queremos ofrecer soluciones efectivas y enfocadas al sector. Las formaciones son especializadas, dirigidas a lo que realmente interesa a nuestros socios, para entender las necesidades reales hicimos una encuesta que nos está sirviendo para preparar la formación que las empresas del sector necesitan.

AV: En el Beauty Cluster Barcelona conviven empresas que trabajan en el sector B2B y también en el B2C, por lo que el gran reto que tenemos en cuanto a la formación es que resulte de interés para todos los socios, incluyendo además su grado de madurez digital, un reto apasionante.

¿Cuáles son las próximas actividades planificadas por grupo de trabajo?

ME: Estamos planificando las actividades del curso 2017-2018, que afrontarán temas como la inversión en redes sociales, la colaboración con Influencers y el marketing de contenidos, entre otros.

Para finalizar, ¿cómo veis el futuro de la digitalización en el sector cosmético a corto -medio plazo?

ME: Sin duda va a mejorar mucho. Es hacia donde, cada vez más, se dirige el mercado y las empresas son conscientes de ello.

AV: Las empresas son cada más conscientes de la necesidad que tienen de mejorar su competitividad, y lo demuestran con la gran curiosidad hacia el mundo digital y el enorme interés que hay por seguir avanzando en este ■