

AEC Y ECOMMASTER FIRMAN UN CONVENIO DE COLABORACION PARA POTENCIAR EL MARKETING DIGITAL EN EL SECTOR DE LOS COMPONENTES PARA EL CALZADO.

Elche 18 de abril de 2019

AEC y ECOMMASTER, Escuela especializada en Marketing Digital y Ecommerce firman un convenio de colaboración para ayudar y formar a los profesionales del sector de los componentes para el calzado con el objeto de aportar conocimientos, herramientas y soluciones que permitan a las empresas del sector ser más competitivas a nivel internacional.

Gracias al aumento del comercio electrónico a nivel internacional por las comodidades que ofrece a los usuarios y la variedad de productos, muchas empresas están arriesgándose a entrar en la economía digital por medio del e-commerce. De esta manera y aun teniendo en cuenta que las empresas de componentes para el calzado, no todas, se centran más en la operativa comercial B2B tradicional de venta directa de productos y servicios, materiales y componentes para el calzado y la marroquinería a través de su red comercial, eso no les priva de tener que abordar con cierta celeridad la entrada en el mundo digital de una manera global, en la que puedan no solo promocionar sus productos, sino en algunos casos, incluso comercializarlos y venderlos al consumidor final.

La transformación en el proceso de compra del sector moda en España está conllevando un cambio importante por el crecimiento de las ventas a través de Internet. Concretamente el sector del calzado, es el que mas crece, siendo líder en ventas de moda a través de internet con un 7,5%, seguido de los Accesorios, el Textil hogar y las Prendas de vestir, según declaraba recientemente en una presentación celebrada en AEC Francisco Sanchis, Director de Consultoría de Negocio de la Consultora PWC.

Entendiendo los cambios en los hábitos de compra que ya experimentamos a través de Internet y la velocidad a la que el consumidor y la tecnología evoluciona, las empresas que operan en un sector industrial B2B tendrán que aplicarse para poder mantener su nivel de posicionamiento y cuota de mercado si quieren seguir comercializando sus productos en un futuro no muy lejano. Así lo demuestra un estudio reciente publicado por 'The Content Marketing Institute' que descubrió, que casi el 90% de las empresas B2B ahora usan el marketing de contenidos como núcleo central de su estrategia de marketing digital. "Y, el 52% de las compañías que actualmente no tienen un plan de marketing digital B2B, afirman que lo harán dentro de los próximos 12 meses".

Como tal desde AEC y ECOMMASTER, tenemos la voluntad de poner en marcha en un periodo de tiempo corto, una serie de programas formativos executive, para ayudar a las empresas a desarrollar su estrategia de Marketing Digital y si cabe den paso al ecommerce.