

[Women's Leadership Table by Womenalia en OMExpo 2014](#)

“A través del e-commerce, se venden 900.000 millones de euros anuales”

- Marketing Digital y tendencias en e-commerce han sido las temáticas centrales de la mesa redonda moderada por María Gómez del Pozuelo, CEO de Womenalia.
- Elena Gómez del Pozuelo, presidenta de Adigital, Maria Fanjul, CEO de Entradas.com y Beatriz Navarro, Directora de Marketing y Comunicación de superSol; han puesto el foco en la importancia de escuchar al cliente y ofrecer experiencias gratificantes en su consumo.
- La mesa redonda, a la que han asistido más de cien personas, ha tenido lugar en el marco de OMExpo, la feria anual del marketing digital.

Madrid, 10 de abril de 2014.- En la actualidad más de **tres millones de personas se conectan en todo el mundo a Internet**. El mundo tal y como lo conocíamos ha cambiado radicalmente gracias a las nuevas tecnologías y ahora es el consumidor quien tiene el poder de decisión. Es por ello por lo que el marketing digital y el e-commerce se han convertido en dos de los focos de atención primordiales para las empresas.

Para hablar sobre la repercusión que está teniendo el e-commerce en las empresas, Womenalia ha reunido a tres grandes mujeres referentes del sector; **Elena Gómez del Pozuelo, presidenta de Adigital, Maria Fanjul, CEO de Entradas.com y Beatriz Navarro, Directora de Marketing y Comunicación de superSol**. Se han dado cita en [Women's Leadership Table by Womenalia](#), una mesa redonda moderada por María Gómez del Pozuelo, CEO de Womenalia, que ha tenido lugar en el marco de la feria OMExpo.

“En la actualidad se están produciendo tres anacronismos; un 65% de los habitantes del mundo no tienen acceso a Internet, un 85% de las personas no tienen libertad de prensa y Google sabe mucho más de un producto cualquiera que el propio fabricante”, expuso **Elena Gómez del Pozuelo al inicio del debate**. “Pero sin embargo, ya se facturan más de **900.000 millones de euros anuales** en todo el mundo, un tercio en Estados Unidos y Latinoamérica, un tercio en Europa y un tercio en el sudeste asiático”

Por su parte, **Beatriz Navarro** señaló como dos de los principales retos a nivel empresarial; la necesidad de un mayor desarrollo de las plataformas e-commerce en las compañías y la necesidad de ofrecer experiencias al consumidor y no solo productos. “La tecnología cambia a tal velocidad que las propias empresas no pueden adaptarse a las nuevas tendencias todo lo rápido que querrían, y tampoco el propio consumidor”.

María Fanjul, quiso destacar la importancia que tienen en este momento los datos estadísticos y la analítica para la empresa, como elemento diferencial para anticiparse a la necesidad del usuario. “Estamos trabajando en medir las decisiones de compra del consumidor, su

recurrencia, y sus intereses para averiguar qué quiere y poder estar ahí en el momento en que lo necesite para ofrecérselo”.

Estrategia digital y redes sociales

Las tres expertas hicieron hincapié en la importancia de las redes sociales como canal de escucha y atención al cliente, así como la necesidad de ofrecer experiencias al consumidor al mismo tiempo que productos o servicios.

“A través de las redes sociales cumplimos dos objetivos; escuchar las necesidades del usuario como mecanismo de atención al cliente e informar”, explicó María Fanjul. Algo que secundó Beatriz Navarro: “Las redes sociales son el mejor canal de escucha, por ello no las enfocamos como un canal de venta, si no como un canal de información y atención al cliente”.

Para finalizar, Elena Gómez del Pozuelo quiso señalar las claves que debe tener una estrategia digital en los canales sociales: “Ser inimitable, tener un estilo propio, crear historias para ofrecer la experiencia, adaptarse al estilo y las necesidades de los clientes y cumplir los valores de cercanía, simplicidad y honestidad”.

El debate se desarrolló en el auditorio Rocket Fuel Debate Hall de OMExpo que ofreció un innovador sistema de interacción para el público. Gracias a ello, a lo largo del debate, María Gómez del Pozuelo pudo lanzar tres preguntas a la audiencia que mediante un sistema de mandos a distancia pudieron responder en el momento.

Acerca de Women’s Leadership Table by Womenalia:

[Women's Leadership Table by Womenalia](#) es un innovador espacio de debate en el marco de El "Rocket Fuel Debate Hall" de la Feria OMExpo. El debate, ha estado moderado por María Gómez del Pozuelo, CEO de Womenalia, ya ha contado también con la participación de María Fanjul, CEO de Entradas.com, Beatriz Navarro, Directora de Marketing y Comunicación de superSol y Elena Gómez del Pozuelo, Presidenta de Adigital.

En la Women's Leadership Table by Womenalia se ha hablado de cómo la digitalización ha transformado al consumidor incorporando nuevos hábitos de consumo, tendencias y nuevas fórmulas de comunicación con los clientes... etc.

Uno de los puntos fuertes de este espacio es su carácter interactivo donde todos han podido participar, incluidos los asistentes. El diseño de la sala así como la disposición de la audiencia hacen de él un espacio totalmente diferente del resto de salas de conferencias. Los asistentes podrán hacer valoraciones en tiempo real.

Acerca de Womenalia.com

[Womenalia.com](#) tiene como misión crear la 1ª Red social de Networking Mundial de Mujeres Profesionales que ayude a fomentar e impulsar la presencia de mujeres en puestos directivos, en la creación de empresas o en la generación de auto-empleo. Para ello, Womenalia.com pone a disposición de la mujer profesional una plataforma online colaborativa que integra red social, portal de contenidos y herramientas profesionales. El objetivo final es que las usuarias puedan desarrollarse profesionalmente más rápida y eficazmente fomentando además su visibilidad y notoriedad en sus mercados de referencia.

Womenalia.com ha sido seleccionada finalista en los [Cartier Women’s Initiative Awards](#), siendo la primera empresa española en lograrlo en los últimos seis años.

Además, Womenalia.com ha sido elegida por la organización internacional sin ánimo de lucro de apoyo al emprendimiento femenino, [Astia](#), entre 3.000 proyectos como una de las 21 startups con más potencial de desarrollo en los Estados Unidos.

Iniciativas como Womenalia StartUp Day by ONO posicionan a Womenalia como plataforma de referencia de oportunidades para las emprendedoras en nuestro país.

Womenalia.com cuenta con más de 255.000 usuarias en la plataforma. Actualmente está presente en [Twitter](#), [Facebook](#), [Linkedin](#) y [YouTube](#).

Para más información:

Womenalia.com – 91 192 05 00

Blanca Moreno – bmoreno@womenalia.com

Marta Cáceres – mcaceres@womenalia.com