

## **Deco&Lemon, Sanganxa y Mundoalfombra, premiadas como las mejores tiendas online de la Comunidad Valenciana**

**La logística inversa, o cómo dejar decidir al cliente en el proceso de entrega, nuevo reto del pequeño Ecommerce. El Marketing y la Comunicación, dos disciplinas estratégicas clave en el éxito y crecimiento online de la Pyme. El 88% de los usuarios prefiere recibir los pedidos en persona, la mayoría en el domicilio (80%) y en el trabajo (8,3%). Las apps más utilizadas por los valencianos son Amazon, Burguer King y Just Eat, según Webloyalty**

Deco&Lemon, Sanganxa y Mundoalfombra han sido los Ecommerce de la Comunidad Valenciana premiados como mejores tiendas online de origen regional en la III Edición de los Premios Ecommerce Tour Awards, celebrados dentro del marco del Ecommerce Tour Valencia 2019, que reunió a más de 400 profesionales del mundo del eCommerce y digital de la Comunidad Valenciana, en un abarrotado salón de actos de la Fundación Bancaja. Durante la jornada se pudieron conocer, compartir y analizar las últimas tendencias en comercio electrónico, logística, métodos de pago, analítica o marketing digital.

El tercer premio lo recogió Antonio Mas, CEO de Mundoalfombra, tienda online de Crevillent (Alicante), que empezó a trabajar en el mundo online en 2001. A través de esfuerzo de captación de forma orgánica y a través de las redes sociales, han conseguido dar el salto a la venta exterior. “Es un honor recoger este premio, que dedico a la capacidad de innovación continua de todo el equipo desde que aterrizamos en el mundo online”.

El segundo premio fue para Sanganxa, tienda online de música y venta de instrumentos y accesorios musicales valenciana que optó por invertir en una atención online al cliente con una marcada especialización por departamentos y necesidades de cada target persona. Actualmente cuentan ya con 4 tiendas físicas. “Estamos muy agradecidos por haber recibido este premio que nos permite destacar entre todo talento en esta área que hay en la Comunidad Valenciana, que es mucho”, comentó Jordi Ballester, Ecommerce Manager Sanganxa.com.

El primer galardón se lo llevó la alicantina Deco&Lemon, cuyo Ecommerce Manager, Carlos Muñoz Julve, también destacó el potencial innovador de la Comunidad. La tienda, que nació hace dos años ofreciendo productos de jardinería y decoración, apostó por alcanzar a un usuario joven a través de una comunicación desenfadada, llamativa y atractiva que rompiera el estereotipo de la jardinería como pasatiempo de personas de mayor edad. Eso, y el largo tiempo de toma de decisión de compra característico de este sector hizo que invirtieran en una atención al cliente personalizada en cada fase del proceso.

La ‘logística inversa’, el nuevo reto del pequeño comercio  
Abrió la jornada Paco Tormo, CoFounder and CEO de Singularu con una frase de impacto “vender en

internet es muy fácil, lo difícil es ganar dinero". En su caso, trabajan mucho las campañas de venta con ofertas llamativas que lleven al cliente hasta sus nuevas tiendas: "creamos la necesidad de comprar la joya, añadimos urgencia poniendo un día y una hora para comprarlo y rematamos con escasez diciendo que la oferta será solo para los 100 primeros. Para que lo recuerden como una experiencia que merece la pena repetir, convertimos la cola de espera en una fiesta".

Alberto Marcos Garrido, E-commerce Product Manager CORREOS EXPRESS, abordó el área de la logística, una de las que suponen un mayor reto para el pequeño ecommerce. Según sus datos de usuario, el 88% de los usuarios sigue queriendo recibir los pedidos en persona, la mayoría al domicilio (80%) y al trabajo (8,3%). Sin embargo, el reto se encuentra en la capacidad de ofrecer flexibilidad de la entrega de pedidos, pues hasta un 65% de los usuarios considera que es muy importante tener la posibilidad de cambiar las opciones que definieron en un principio y salvar cualquier contratiempo que les surja durante la espera del pedido. Para ello no solo se hace necesario hablar con el destinatario en todas sus fases a través de emails de rastreo y localización de pedidos, si no que surge un nuevo concepto, la "logística inversa", que permite al usuario poder elegir cuándo y dónde recibir el pedido en el caso de que no se le haya entregado en casa o que tenga que cambiar de dirección durante el proceso. Este reto logístico se encuentra actualmente en el top tres de las prioridades de hasta un 68% retailers.

Mariana García Salazar, Business Developer Manager Spain&Colombia en Retail Rocket Europe destacó el desafío que tiene el pequeño comercio a la hora de "seducir a los usuarios durante el primer minuto de navegación", para lo que se hace imprescindible la personalización de la experiencia de usuario y "que no sean los mismos productos para cada cliente que entre en la tienda". En este sentido, no puede faltar la inversión en campañas de email marketing dirigido, así como la publicidad programática. Por su parte, José Luis González Casella, Director Comercial de Negocio TPVs y Ecommerce de Banco Sabadell, puso en valor que el cliente pueda pagar "en un click, sin salir del cuestionario en el que ya está y que además encuentre todas las disponibles en el mundo".

Dos áreas clave para el pequeño Ecommerce: la comunicación y el marketing

En la mesa redonda dedicada al marketing y la comunicación, Patricia Nieto, del área de Negocio Digital y Comercio Electrónico de Lladró contó su experiencia intentando abrir mercado con una comunicación personalizada y muy cuidada con el usuario final. Desde JYSK, Patricia Benavente explicó que el éxito de cualquier proyecto de marketing radica en que integre al cliente y le haga sentir partícipe. Las campañas de SEO, el SEM y las Redes Sociales siguen siendo vitales para acceder al usuario y lograr transacción y conversión. David Soucase de La Pócima aseguró que, en su caso, lo que mejor les funcionó para llegar a su público objetivo fueron las campañas de influencers ofreciendo la imagen joven y gamberra de la marca.

En el área de comunicación y relaciones con los medios, Mónica González, directora de la Agencia de comunicación y PR Axicom España, quiso destacar los importantes y diferentes objetivos de la disciplina frente al marketing. La comunicación sirve para gestionar correctamente la reputación, así como para establecer y mantener la relación con todos los stakeholders, algo muy importante para el éxito a medio y largo plazo. Al ser un intangible muchos nuevos negocios cometen el error de no incluirlo de forma correcta en su estrategia de crecimiento. "El principal problema de las pymes y startups es que no comunican de forma planificada y estructurada, y no son capaces de gestionar el flujo de la información de forma estratégica, algo que a largo plazo juega en su contra. La

comunicación no es una herramienta táctica, es una línea estratégica de la empresa que debe ir de la mano de la dirección de negocio”.

Por último, Paula Rodríguez Business Development director en Webloyalty presentó un estudio dedicado a la zona levantina sobre cómo se relaciona el ecommerce con sus clientes a través de las apps de gran interés para los asistentes. En el estudio se contabilizan las apps más descargadas por los valencianos con Amazon como líder en su sector, Fnac en de venta de entradas o Cabify en el de los VTCs. Las apps más utilizadas son Amazon, Burguer King y Just Eat por este orden. Además, la mayoría buscan en la aplicación y compran, no se conforman solo con buscar. Entre los factores que motivan descargar una app destaca la facilidad y seguridad en el pago y los motivos para dejar de utilizarla están que recibían demasiadas notificaciones y la desinstalan porque era una descarga para un uso puntual o por que ocupaba excesiva memoria.

La jornada, celebrada en la Ciudad del Turia contó con patrocinadores como Correos Express, Sabadell, Webloyalty, Aplazame, Digitups, DonDominio, retailCRM, Connectif, Bolsalea y con colaboradores como Divalterra, Cámara de Comercio de Valencia y Axicom.

Se pueden descargar las fotos de la entrega de premios aquí: <https://www.ecommercetour.com/ecommerce-awards-valencia-2019/>

Se puede ver el vídeo de la jornada aquí: <https://youtu.be/YpSUPEiH8Xk>

Más información sobre el evento aquí: <https://www.ecommercetour.com/iwe-event/ecommerce-tour-valencia-2019/>

**Datos de contacto:**

Axicom  
671637795

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Valencia Emprendedores](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Premios](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>