

Birchbox supera las 50.000 suscriptoras de pago en España

•El éxito de su modelo de negocio es la capacidad de impactar en un target cualificado y segmentado por perfil de belleza. Birchbox se dirige a todas aquellas mujeres que están interesadas en probar, descubrir e introducir nuevos productos en su rutina de belleza, pero necesitan el consejo y la prescripción de un experto. Con la propuesta de Birchbox, las marcas cosméticas llegan a un público objetivo más eficientemente, obtienen feedback del producto y reclutan nuevas consumidoras

Birchbox, la empresa líder y pionera en ecommerce de belleza por suscripción, ha superado la cifra de 50.000 suscriptoras de pago en España que reciben mensualmente una selección personalizada de cinco productos de cosmética de diferentes categorías.

Desde su llegada a España en 2013, Birchbox ha conseguido adaptar la propuesta de valor de la marca internacional a los gustos y necesidades de las mujeres españolas, consiguiendo un crecimiento exponencial en pocos años.

Conectando marcas con consumidores

El enfoque innovador del modelo de negocio de Birchbox se basa en conectar a marcas y consumidores de una manera única; gracias a la personalización y segmentación -las suscriptoras rellenan un cuestionario inicial- la compañía ofrece una experiencia que permite a sus suscriptoras probar una selección de productos de belleza de diferentes marcas de forma fácil, divertida y personalizada.

Otra de las ventajas del modelo de negocio de Birchbox es que, tras la prueba, las clientas pueden adquirir los productos en tamaño venta en su tienda online, en la que encontrarán referencias de más de 250 firmas de belleza de todo el mundo.

La usuaria de Birchbox: abierta a probar, aprender e introducir nuevos productos en su rutina de belleza

Birchbox ha identificado un amplio segmento de la población que, hasta ahora, no estaba siendo bien atendido; la "causal beauty consumer". En este concepto engloba a las mujeres que, sin ser expertas en cosmética, se interesan por la belleza y están abiertas a probar nuevos productos para incorporarlos en su rutina de belleza, pero necesitan el consejo y la prescripción de un experto para su correcta aplicación.

De esta manera, la compañía se acerca a las suscriptoras de forma cercana para explicarles cómo se utilizan los productos; así incentiva e incrementa la demanda y recluta nuevas consumidoras para las marcas.

Ventajas para las marcas

Gracias a este modelo de negocio, las marcas consiguen, a través de la prueba de producto, llegar a su público objetivo de la forma más eficiente obteniendo feedback directo del producto por parte del consumidor e impactando en una gran comunidad a la que hacer llegar su mensaje.

Para Alex Vallbona, presidente de Birchbox Europa, “la clave de nuestro éxito se basa en la personalización, la conexión de marca-consumidor y, muy importante, nuestro papel como asesor, prescriptor y editor de belleza. Nuestras consumidoras, que podríamos definir como “casual beauty consumer”, encuentran en el concepto “prueba, aprende y compra” una forma divertida de descubrir productos de belleza adaptados a sus gustos y necesidades. Además, trabajamos estrechamente con las marcas para asegurarnos de que su producto llega al target más adecuado. La cifra de 50.000 suscriptoras supone un hito para la firma en España; esto nos anima a seguir trabajando en crear una experiencia única y personalizada que ayude a la “casual beauty consumer” a probar, descubrir e introducir nuevos productos de cosmética en su rutina de belleza adaptados a sus gustos y necesidades”.

Acerca de Birchbox

Fundada en Estados Unidos en 2010, Birchbox es una empresa líder en ecommerce de belleza para mujeres y hombres. Birchbox redefine el proceso de compra ofreciendo a los consumidores una forma personalizada de descubrir, comprar y aprender sobre los mejores productos de belleza. Los usuarios de Birchbox pueden probar nuevos productos cada mes y tener acceso a contenidos editoriales elaborados por expertos que les ayudarán a sacarles el máximo partido. Adicionalmente, a través de la tienda online de Birchbox, los clientes pueden comprar una selección de productos en tamaño completo de más de 500 grandes marcas como Rituals, Caudalie, Wella Professional, Isdin y L’Occitane. Birchbox tiene su sede en Nueva York y ahora opera en cuatro países a nivel mundial: Estados Unidos, Reino Unido, Irlanda y España.

Datos de contacto:

Birchbox
692075701

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

Categorías: [Nacional](#) [Moda](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Belleza](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>