

Freshly Cosmetics cierra sus cuartos Freshly Days con récord de facturación y pedidos

La compañía ha conseguido aumentar su facturación un 2.36% respecto a la campaña del año anterior, llegando a un total de 67M€ facturados en apenas 10 días. El número de Freshly Fans sigue creciendo y a lo largo de la campaña se han sumado 43.813 nuevos clientes

La segunda campaña de ventas más importante del año para Freshly Cosmetics es ya un indispensable en el calendario de los Freshly Fans. Durante más de una semana del mes de julio, los clientes de la marca han podido disfrutar de descuentos de hasta el 40% en sus productos favoritos, comprando a través de la página web, tiendas físicas y distintos retailers donde la marca está presente.

Este año, se ha celebrado el cuarto año consecutivo de los Freshly Days, consiguiendo un nuevo récord de facturación. En apenas 10 días, la compañía ha facturado más de 67M€ en ventas, lo que se traduce en 154.635 pedidos expedidos y un total de 43.813 nuevos clientes.

A nivel de mercados, España ha seguido ocupando el primer puesto de ventas, seguido de Italia y Portugal, ambos mercados con un crecimiento espectacular respecto al año anterior. Italia ha aumentado más del 50% sus ventas y Portugal un 28%, dejando en evidencia la creciente demanda de estos mercados por los productos de la marca.

"Estamos muy contentos y satisfechos con los resultados. Como cada año se ha trabajado muy duro en todas las áreas de la compañía para hacer que estos Freshly Days fueran todo un éxito y una vez más lo hemos conseguido. Hemos crecido en todos nuestros principales mercados y hemos hecho que Freshly llegue a más clientes que nunca" declara Mireia Trepát cofundadora y COO de la compañía.

Freshly Days también en tiendas físicas

Los Freshly Days también se han vivido con especial intensidad en las 18 Freshly Stores que la marca tiene repartidas por toda España. En las tiendas físicas, la campaña ha tenido una duración mayor y se han recibido cerca de 50.000 visitas, aumentando la facturación en tiendas un 41% respecto al año anterior.

Este año, además, la campaña también se activó en los retailers donde la marca tiene presencia, como El Corte Inglés en España o Pinalli en Italia.

Nuevas contrataciones

Durante los Freshly Days, la empresa ha contratado personal extra para poder hacer frente en dos de sus áreas más implicadas: el centro logístico y su área de Customer Love (atención al cliente).

Un total de 59 nuevos empleados han completado durante casi dos semanas la plantilla del centro logístico ubicado en Gandesa, llevando a cabo labores de etiquetado, almacén, picking y envío. El rendimiento de todo el equipo ha dado como resultado unos números espectaculares, llegando a una media de 27 pedidos por persona y hora y expidiendo un total de 154.635 pedidos nacionales e internacionales, lo que se traduce en 13 tráilers completos de productos. "Como curiosidad, el pedido más grande que se preparó fue de 27 productos, con un valor superior a los 550?€" comenta su Head of Operations, Guillem Pié.

Por lo que hace al área de Customer Love, se contrataron un total de 5 personas con la finalidad de hacer frente a todas las consultas generadas a través de los distintos canales de atención al cliente. En toda la campaña, el equipo atendió un total de 26.372 consultas relacionadas con distintas temáticas (información sobre producto, información sobre envíos, asesoramiento de rutinas, solución de incidencias, etc.) También destacar este año la incorporación en el área del nuevo chatbot de inteligencia artificial, una nueva herramienta que ha permitido aumentar el número de consultas y disminuir el tiempo de espera de los clientes. Natura, que así se llama el asistente virtual, ha dado respuesta a más de 18.785 consultas a lo largo de toda la campaña.

Marta Guillén, Customer Love Content Specialist, declara: "Desde el área de Customer Love se ha hecho un 'trabajazo' enorme todos estos días atendiendo peticiones desde las 7.30?h hasta las 21.30?h de manera ininterrumpida. Cada agente ha gestionado una media de 130 consultas diarias a través de los distintos canales: llamadas, email, WhatsApp, etc. Y hemos atendido un total de 2.000 llamadas, lo que se traduce en más de 127 horas de conversación".

Productos más vendidos

En cuanto a productos más vendidos, la mayoría de clientes españoles han aprovechado estos Freshly Days para hacerse con algunos de sus productos preferidos. En el top 5 de ventas encontramos: el Golden Radiance Body Oil, el Bronzing Radiance Self-Tanning Cream, el Hair Radiance Keratin Spray, el Hyaluronic Energy Body Serum y el Vitamin C Concentrate Serum. Productos corporales y capilares muy enfocados al cuidado de la piel y el cabello durante estos meses de verano.

Datos de contacto:

Comunicación de Freshly Cosmetics
Freshly Cosmetics
977 013 226

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

Categorías: [Marketing Cataluña](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Belleza](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>