Publicado en Madrid el 13/02/2020

Masaltos.com ofrece ‘5 claves’ a jóvenes y emprendedores para triunfar en el negocio digital

Antonio Fagundo, CEO de la compañía, ha participado en las ponencias 'Marketing Fighters'

Tener un producto singular, un proyecto viable, ejecutarlo con paso firme, aprender de los errores y no dejar de innovar. Estas son las pautas esenciales para triunfar en el comercio electrónico, según Masaltos.com, la empresa española especialista en fabricación y venta de calzado para aumentar la estatura de los hombres hasta siete centímetros. Así lo ha expuesto su CEO, Antonio Fagundo, durante su intervención en el congreso de marketing digital y comercio electrónico Marketing Fighters, celebrado por Foro Marketing Sevilla en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la capital hispalense.

En el encuentro, Fagundo ha dado algunas pautas sobre cómo vender en todo el mundo con sólo una tienda y una página web y ha puesto el foco en el desarrollo de la marca y el marketing directo como las mejores herramientas para atraer al público desde cualquier canal. “Con 4.500 millones de usuarios en todo el mundo, Internet es un universo de oportunidades para jóvenes que quieren poner en marcha su propio proyecto digital”, ha indicado. “Pero no todo vale: hay que encontrar un producto realmente original, desarrollar un plan de negocio realista, ponerse en la piel del cliente y darle todas las facilidades”.

Masaltos.com nació de la pericia de su fundador, Andrés Ferreras, que fue uno de los pioneros en abrir lo que hoy se conoce como ecommerce. Exploró un mercado casi inexistente en España, el del cazado masculino con alzas, una idea que importó desde Alemania, donde cursó sus estudios universitarios. La compañía nació en 1993 vendiendo por catálogo y teléfono. Un año más tarde, cuando internet estaba en fase incipiente y apenas unos miles de profesionales en España tenían acceso a la red, Masaltos.com puso en marcha su primera versión de tienda online, decana en Andalucía.

Al recibir su primer pedido ‘online’ de Holanda en 1994 descubrieron el potencial de Internet. Han pasado 27 años y hoy Masaltos.com vende sus zapatos en 120 países de todo el mundo. Siete de cada 10 pedidos proceden del extranjero.

Perseguir un objetivo

Fagundo ha querido mostrar en el congreso que lo importante en un proyecto es tener un objetivo, estudiar su viabilidad y llevarlo a la práctica, con esfuerzo y con paso firme. Para ello ha puesto como ejemplo a muchas personas que persiguieron sus sueños y lograron el éxito con esfuerzo, dedicación y proximidad a su público. Es el caso del grupo musical ‘Héroes del Silencio’, que viajaron fuera de España con la pretensión de enseñar su música y, tras encontrarse muchas piedras en el camino, lo consiguieron.

Más del 90% del negocio de Masaltos.com es online. Por ello, el marketing digital es de vital

importancia. Explorar los nuevos canales de comunicación es básico para que la estrategia de negocio funcione. En la actualidad, las métricas, los análisis y la presencia activa en la red juegan un papel imprescindible.

“Combinar los dos modelos de negocio, online y offline, nos proporcionará un campo de trabajo amplio y muchas estrategias para conseguir ampliar nuestros canales de ventas”, ha indicado el CEO, apuntando que medios de comunicación nacionales e internacionales se han hecho eco de sus noticias, ya sea por sus productos y servicios o por los logros conseguidos. Masaltos.com fue seleccionada como ejemplo de empresa europea que abre comercio entre España y Japón, dos mercados a priori, muy distantes tanto geográfica como culturalmente.

El decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla, Antonio Navarro, ha sido el encargado de inaugurar la jornada. En ella han participado asimismo el delegado de Economía del Ayuntamiento de Sevilla, Francisco Javier Páez Vélez Bracho, y la presidenta de Foro Marketing Sevilla, Rocío Tornay, quien ha presentado un informe sobre el marketing en Andalucía.

Masaltos.com comercializa más de 100 modelos de zapatos de ceremonia, de vestir y moda casual. El impulso de la exportación ha sido una de las grandes apuestas de Masaltos.com en los últimos años, con resultados notables. Entre sus más de 90.000 clientes en todo el mundo figuran empresarios, directivos y personalidades del mundo político y social, así como hombres de cualquier edad interesados en ganar estatura -hasta siete centímetros-, pero también son zapatos destinados al día a día por su comodidad y por la variedad de estilos que hacen que adapten a todo tipo de usuarios.

Zapatos para mujer
Tras más de 25 años haciendo a los hombres 7 centímetros más altos a través de internet, la empresa ha creado una nueva colección de zapatos de mujer denominada Olivia Nature. La nueva marca aprovecha el conocimiento y la experiencia acumulados por el equipo directivo en estos 27 años. Siguiendo el modelo de Masaltos.com, los zapatos de Olivia Nature se venden exclusivamente por Internet y se entregan a domicilio en 24-48 horas en cualquier punto de Europa. A diferencia del calzado de Masaltos.com, estos zapatos no aumentan la estatura, ya que las mujeres pueden utilizar tacones tradicionales.

Datos de contacto:
Círculo de Comunicación
910001948

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Nacional Finanzas Moda Marketing Andalucia Emprendedores E-Commerce Recursos humanos Consumo Otras Industrias

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es