

the  
SHOPPING  
WEBOLUTION

privalia 

Oportunidades en el e-commerce  
*Foro Empresa 2010- Aragón*

- 1** De dónde vengo
- 2** El e-commerce es el presente
- 3** Un nuevo consumidor
- 4** Modelos de negocio que responden a las nuevas necesidades
- 5** Modelos predominantes en USA y España
- 6** Privalia
- 7** Claves para emprender

# 1. De dónde vengo

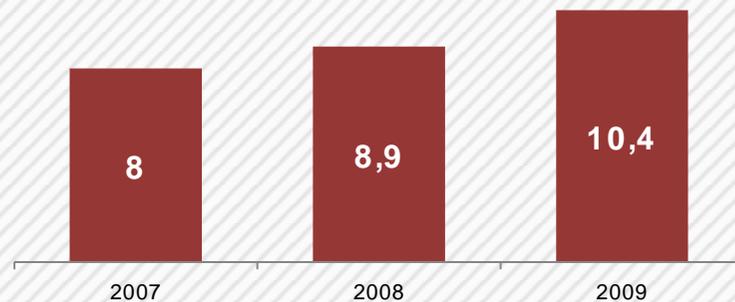


ESADE



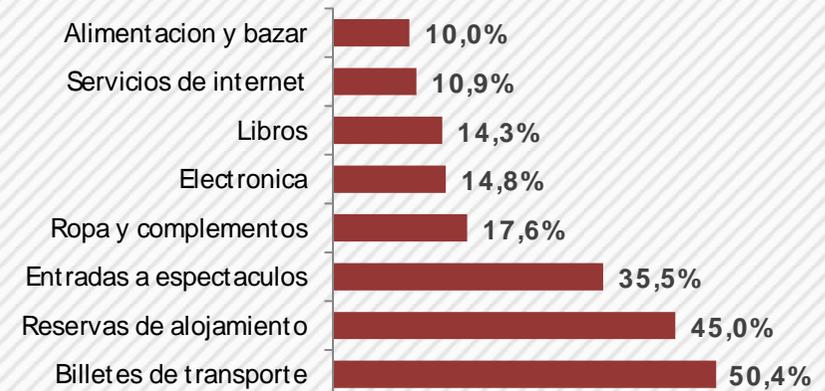
## 2. El ecommerce es el presente

### Evolución internautas compradores España (millones)



Fuente: Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI (2010)

### Bienes y servicios comprados por internet



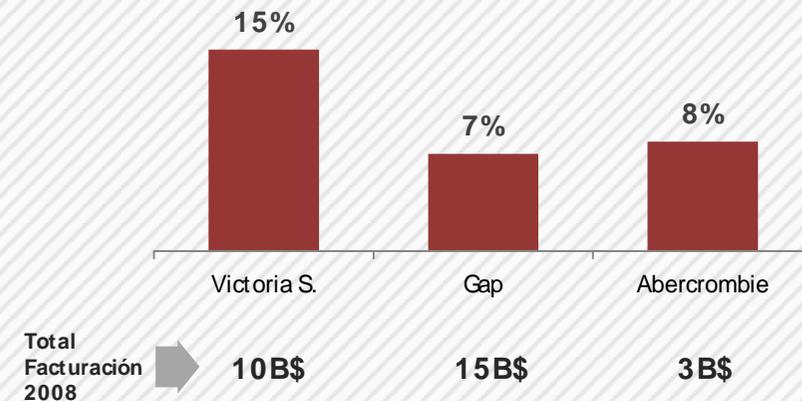
Fuente: Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI (2010)

### Crecimiento moda online España

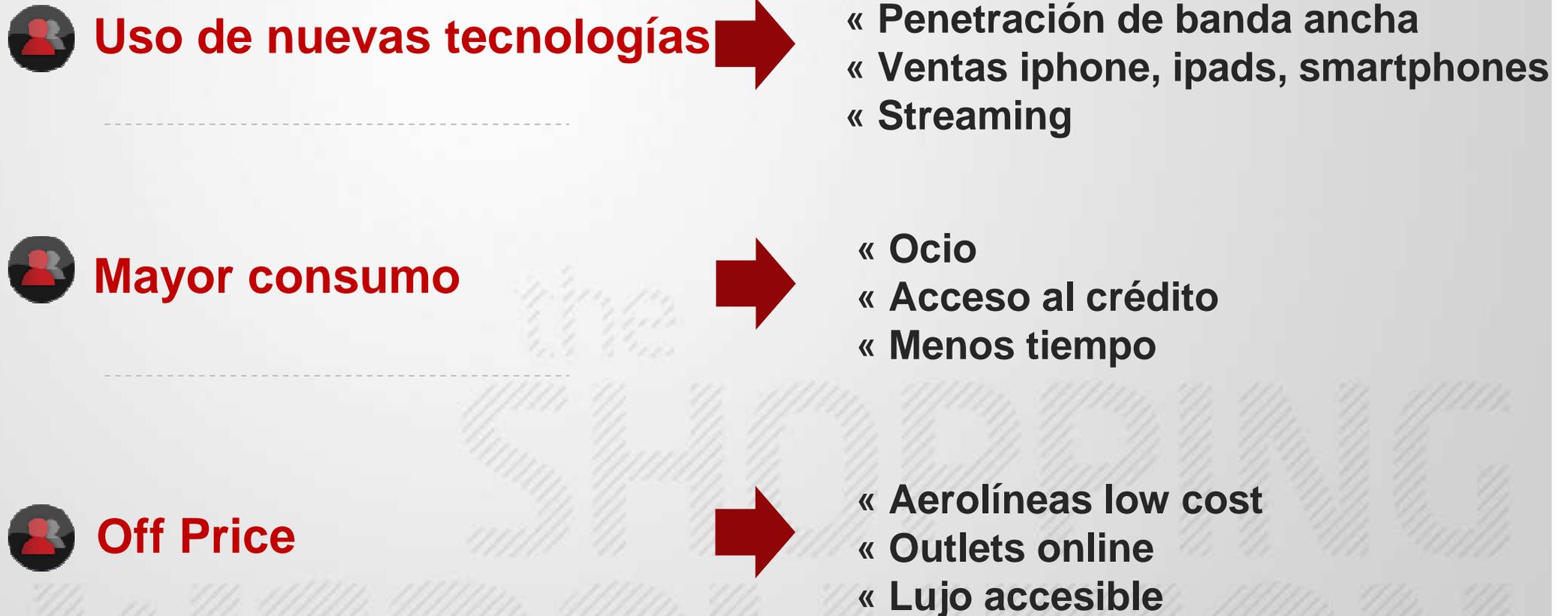


Fuente: Estudio DBK (2010)

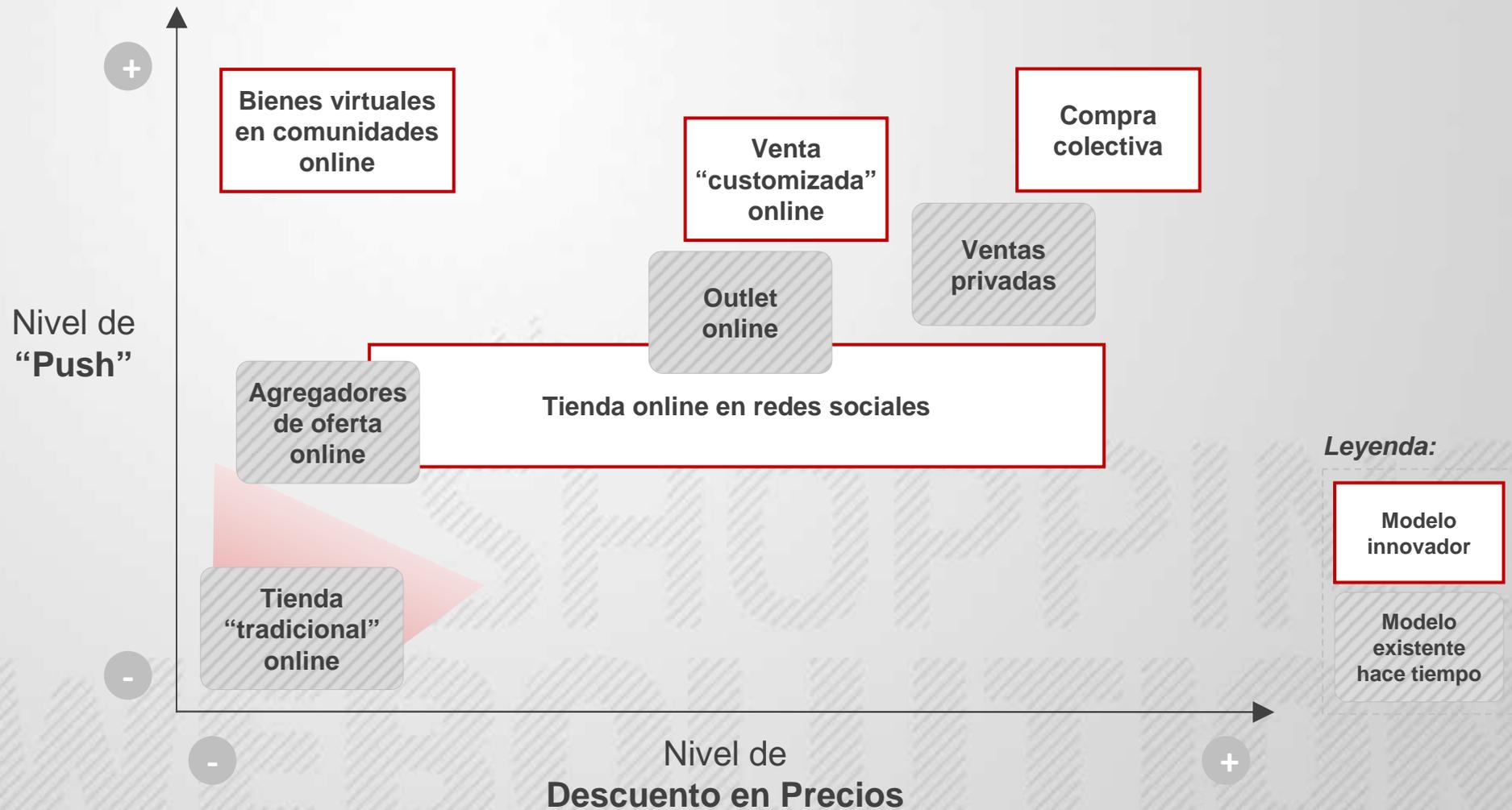
### Ratio de ventas online sobre el total de facturación



Fuente: Euromonitor



### Modelos genéricos de venta push online



# 5. Modelos predominantes en USA y España

## Modelos e-commerce Mercado líder

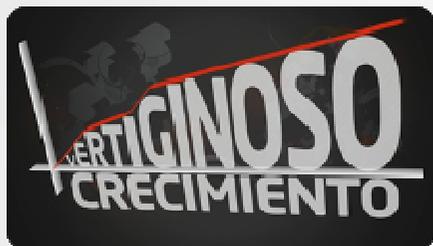


## Modelos e-commerce Mercado nacional



**Leyenda:**

Modelo innovador	Modelo existente hace tiempo
------------------	------------------------------



2006

2010

**Privalios**

5

650

**Facturación**

400k€

140M€

**Mercados**

España

España- Italia – México -

Brasil  
85M€**Financiación**

300k€

Ahorros  
personales

5 rondas de financiación

WEB SOLUTION

**Video Corporativo**

the  
SHOPPING

WEBSOLUTION



**Modelo de  
negocio**



**Equipo**



**Dedicación**



**Equilibrio**

the  
SHOPPING  
WEBOLUTION

privalia 

Gracias

### E-mailing diario

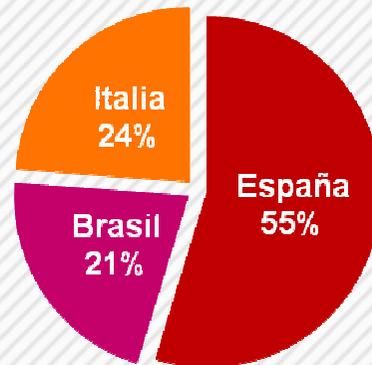


en sólo 3  
Clics



### Más de 10 tiendas al día

Más de **500.000** vistas diarias



# 5.5m Socios

## Concepto Privalia

### Club de ventas privadas online:

- Que organiza ventas puntuales (de 4 días de duración)
- De productos sólo de **primeras marcas**
- **Principalmente de moda y deporte**
- A precios excepcionales (descuentos de hasta el 70%)
- En exclusiva para sus socios.
- **Presencia real** en España, Italia, Brasil y México



## Beneficios para las marcas

### El canal ideal para vender un volumen relevante de sus productos que han llegado al final de su ciclo de vida (restos de serie)

- Venta **controlada** del producto
- Canal muy **discreto** y rápido
- **Conocimiento** del perfil y los hábitos de sus consumidores
- **Cuidado** de su imagen de marca
- Canal **rentable**
- Cobertura a targets habitualmente desconocidos

## Beneficios para los socios

### La forma más inteligente de comprar primeras marcas

- **Marcas Premium**
- **Selección** cuidada de producto
- Descuentos entre un **30% y 70%**
- **Ofertas directamente en su e-mail**
- Compra **segura** en sólo **3 clics**
- Entrega del pedido en la **dirección elegida**



### Modelo de Negocio

- Club de venta privado que organiza ventas puntuales mono-marca (sólo de primeras marcas)
- A través de Internet
- A precios excepcionales (descuentos de hasta el 70%)
- En exclusiva para sus miembros



### Principales Magnitudes

- **Crecimientos anuales en ventas de 3 dígitos** desde su creación
- Más de **500 “primeras” marcas** en cada uno de los mercados donde hacemos presencia
- Más de **3,000 campañas** al año
- **1,000 nuevos productos** a la venta cada día
- 4,000 fotos al día
- **10 mil nuevos socios cada día** y 50% por recomendación de los propios usuarios
- Más de **4 millones** de emails al día
- Más de **6,000 pedidos** al día



### Acciones Push

- E-mail diario
- Email semanal “teaser”
- Campañas específicas de CRM (fidelización, promocional)
- Campañas de captación (Adwords, SEM y plataformas de afiliación)
- Participación en redes sociales como Twitter, Facebook, Orkut
- Member Get Member

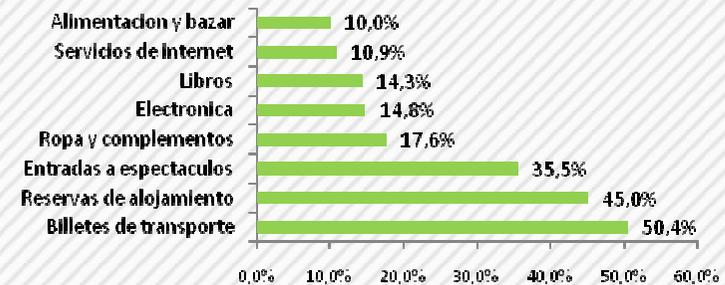
# 1. El ecommerce es el presente

**Evolución internautas compradores**  
(millones)



Fuente: Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI (2010)

**Bienes y servicios comprados por internet**



**Evolución B2C ecommerce España**  
(millones de €)



**Crecimiento moda online ecommerce**

