

## Con éxito se llevó a cabo la primera edición del eFashion Day Medellín

*La industria de la moda y la belleza por Internet se consolida en el país*

Colombia, febrero 2020.

El pasado 27 de febrero se llevó a cabo por primera vez en el país el **eFashion Day**, una jornada intensiva de capacitación sobre la industria de la moda y la belleza en Internet, organizada por la [Cámara Colombiana de Comercio Electrónico](#) y el [eCommerce Institute](#).

Durante el evento se abordaron, a través de distintas charlas y talleres, los desafíos que enfrenta el sector y se analizaron las tendencias de la industria en Colombia y Latinoamérica de la mano de reconocidos profesionales. El evento se realizó en el **Centro de Eventos El Tesoro**, de la ciudad de Medellín.

“Para la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico es gratificante iniciar su temporada de eventos de la mano del eCommerce Institute; uno de nuestros pilares es entender las vocaciones productivas de las regiones y la aprehensión del comercio electrónico como una de las alternativas más idóneas y relevantes para desarrollar la competitividad del país. Medellín es el segundo mercado más grande de compradores internautas en la categoría de moda con un 18,2% respecto al promedio nacional que es del 15,15%, por esto para la CCCE es muy significativo que este tipo de discusiones sobre el sector moda y belleza se den en esta región”, afirmó María Fernanda Quiñones, presidente ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Los negocios por Internet son una industria que crece y se consolida en Colombia y los ecommerce de moda y belleza no son ajenos a esta tendencia. Aquí les compartimos algunas conclusiones a las que se arribaron durante el eFashion Day acerca de estas verticales que han venido creciendo en el país durante los últimos cuatro años:

- Las **estrategias multicanal** impulsan el crecimiento del **revenue y ganancias**
- Omnicanalidad: **lograr una experiencia unificada a través alineada a los comportamientos de compra** de los consumidores es clave
- **Las compras a través de dispositivos móviles sin duda son una tendencia.** Indumentaria es el rubro que más empuja las ventas a través de mobile
- Trabajar en la **optimización de la logística directa e inversa** (políticas de devoluciones y retiro en tiendas) es uno de los desafíos a resolver por ambas industrias, ya que pocas empresas lo tienen implementado 100%.
- **Buscar recrear una nueva experiencia en el canal**, no queriendo copiar los atributos del retails, sino **generando una nueva sensorialidad**. La tecnología nos

brinda herramientas en este sentido como realidad aumentada, probadores virtuales entre otros.

- A nivel transaccional se recomienda **brindar herramientas para acompañar la compra online**, como la habilitación de medios como el whatsapp para la interacción inmediata con el consumidor.
- Aprovechar el **big data** y aplicarlo en el **conocimiento de patrones de consumo de nuestros clientes**, optimizando así las campañas de marketing que se llevan a cabo
- **Trabajar en la fidelización a través de la evaluación de experiencia de compra:** para mejorar procesos (experiencias no tan satisfactorias) y para capitalizar los reviews (experiencias satisfactorias).

*“Desde el eCommerce Institute impulsamos la profesionalización del sector a través de eventos y capacitaciones que permitan mejorar la oferta, facilitar el desafío que tienen en este 2020 para mantener el crecimiento y lograr superar los dos dígitos de participación de los canales digitales sobre los canales offline en forma sustentable y rentable con foco en brindar así una mejor experiencia a los consumidores. Estamos muy satisfechos con los resultados de este primer eFashion Day. El nivel de profesionales, la calidad de los expositores y la concurrencia ha superado nuestras expectativas. Los invitamos a participar de todas las actividades que organizamos en pos del desarrollo del eCommerce en Colombia y la región”,* sostuvo Marcos Pueyrredon, Presidente del eCommerce Institute.

El eFashion Day Medellín fue la primera parada del Tour eCommerce Day 2020, la gira de convenciones de comercio electrónico más importante de América, organizada por el eCommerce Institute. A lo largo del año, el Tour llegará a 17 países de la región: México, Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay.