

NEWSLETTER EXPORTAR PARA CRECER, Número 10

Rafa Olano, profesor de ESADE Executive Education y Responsable del Taller “Exportación 2.0” del Programa Exportar para Crecer, 13 de setiembre de 2013

ENTREVISTA A IVÁN LOZANO, RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN DE SALERM COSMETICS, CASO DE ÉXITO DE EXPORTAR PARA CRECER

SALERM COSMETICS es una multinacional española dedicada al tratamiento capilar que exporta un 80% de su facturación, presente en más de medio centenar de países y con delegaciones en más de 20. El pasado 17 de junio, dentro de la Jornada Exportar para Crecer celebrada en ESADE Creápolis, tuvimos la oportunidad de escuchar los excelentes consejos de su Presidente, Víctor Martínez Vicario (ver vídeo en este [link](#)). Hoy os traemos esta entrevista a Iván Lorenzo que nos habla de cómo están utilizando las redes sociales a nivel internacional, tanto en el entorno B2B (con el objetivo de transmitir imagen de marca y recibir feedback puntual de producto de los salones de peluquería) como en el B2C (para crear expectación y “engagement” entre sus consumidores finales).

Pregunta: ¿Cuáles son los objetivos de vuestra estrategia de comunicación internacional?

Iván Lozano: El principal objetivo de Salerm Cosmetics en materia de comunicación en el exterior es posicionar la marca para que sea más conocida, obtener una mayor notoriedad, no solo entre el profesional peluquero, que es a quien se dirige directamente el producto, sino también al consumidor final. Que identifiquen la marca como la de unos productos profesionales de peluquería de calidad, que solo pueden encontrar en los salones. Además queremos tener una relación y conversación directa con nuestros clientes y profesionales, que sepan a quién recurrir. Por ello a cada pregunta, duda, queja, sugerencia les contestamos en un máximo de 24 horas.

Pregunta: Vuestro sector es territorio natural de redes sociales, tanto en Facebook (con 150.000 seguidores en vuestro Facebook y cientos de comentarios a vuestras fotos de peinados estupendos de celebridades) como en YouTube (con más de 11.000 reproducciones del vídeo de David Bustamante en vuestro canal YouTube). ¿Cuál es vuestra estrategia en redes sociales y cuánta gente tenéis dedicada a esta área?

Iván Lozano: Nuestra estrategia en redes sociales tiene también que ver con la estrategia global de comunicación y marketing. Por un lado está la presencia de la marca para ser conocida entre los usuarios, aprovechando las posibilidades que ofertan las redes sociales (campañas de Facebook Ads, concursos, etc), por otro crear un vínculo entre nuestros clientes ya seguidores en redes (profesionales y particulares). Nos gusta conversar con ellos, recibir sus críticas, asesorarles en sus preguntas técnicas. Es un canal directo de atención. Además les ofrecemos información diaria, no solo de nuestros productos y novedades, sino también de peinados, tendencias de moda. Aportamos un valor añadido, no solo hablamos de productos.

En cuanto a las personas que se dedican en esta área, en la actualidad hay un Community Manager interno que se dedica a la elaboración de los calendarios de contenido y hablar con la comunidad. En los próximos meses se incluirá un Community Manager más. A esto se le añade las tres personas del departamento de Diseño que dan soporte y un fotógrafo.

Pregunta: He visto como tenéis diferentes páginas de Facebook oficiales, repartidas por países (España, Méjico, Paraguay, etc.). ¿Cómo es vuestra gestión de estas páginas? ¿Les enviáis vosotros los contenidos de producto a publicar y editáis los contenidos "locales"?

Iván Lozano: Salerm Cosmetics solo dispone de un Facebook oficial que se gestiona desde la sede de Barcelona. Lo que pasa es que esta comunidad está dividida en función de los idiomas. Los contenidos se lanzan en español, inglés, francés, checo y portugués segmentado para aquellos países con esas lenguas. En cuanto a los contenidos locales, son las delegaciones locales las que nos envían álbumes de fotos u otras noticias de interés que después se publican directamente segmentadas en los países en cuestión.

Pregunta: Referente a venta online a través de terceros (sección de cosmética de Amazon internacional, etc.), ¿cuál es vuestra experiencia hasta la fecha? ¿Os planteáis hacer venta tipo e-commerce?

Iván Lozano: Salerm Cosmetics no tiene previsto realizar venta a través de internet, ya que nuestra filosofía de empresa es visitar al profesional directamente a través de nuestro equipo comercial. Con eso conseguimos una atención totalmente personalizada y directa con nuestro cliente, valorando sus necesidades y asesorándole personalmente en todo momento. Sobre la venta de terceros, obviamente no podemos poner puertas al campo. No disponemos de datos de cuánto porcentaje corresponde a las ventas finales, pero es algo mínimo. Nuestro grueso y nuestro mercado es la venta directa a través de nuestro equipo comercial.



Foto: Iván Lozano, Responsable de Comunicación de SALERM COSMETICS, junto a David Bustamante, cuyo [vídeo](#) ha conseguido más de 11.000 reproducciones.

Esta entrevista da continuidad al taller “Exportación 2.0: oportunidades para la pyme en un entorno digital y global” (ver vídeo en este [link](#)) del Programa Exportar para Crecer del Banco de Sabadell. En nuestra próxima entrega hablaremos de analítica Web orientada a negocios digitales internacionales.

Rafa Olano es profesor de ESADE Executive Education y Director de LOFT & CO, marketing y comunicación 360 (rolano@loftandco.es, @rolano).



EXPORTAR PARA CRECER

Videosesión sobre
Marketing en Internet:
Exportación 2.0
15/02/2013.