

CAYETANA VELA Y CRISTINA QUESADA SOCIA FUNDADORA Y SOCIA DE LUXURYCOMM

EL LUJO MÁS DIGITAL A MEDIDA

Hace unos años, las firmas de lujo eran unas desconocidas en el mundo digital, por ello, Cayetana Vela fundó en 2013 LuxuryComm, una empresa que marca la diferencia porque ofrece servicios profesionales de consultoría estratégica, pero que también es una agencia especializada en comunicación y marketing digital. La experta asegura que "al principio fue todo un reto hacer entender a las marcas de lujo en nuestro país la necesidad que pronto iban a tener de estar plenamente digitalizadas. El sector del lujo era muy reacio en sus inicios a introducirse en el entorno digital por miedo a perder su propia esencia y masificarse", pero la era digital era un hecho y Luxurycomm el camino que les llevaría a alcanzar el éxito en internet.

Cinco años después de lanzar la compañía, el mercado del lujo es muy diferente, ya que evoluciona rápida y exponencialmente, y está cada vez más consolidado en el canal digital, situación que Cristina Quesada, socia de Luxurycomm, ve como una oportunidad. "Nos encontramos ante la nueva era del lujo digital, un paradigma de comunicación totalmente nuevo para las firmas más exclusivas, donde el éxito les llega de la mano de estrategias que implican desarrollar acciones que nunca antes habían llevado a cabo. Las firmas de este sector buscan trasladar sus valores de marca tradicionales al entorno digital. También quieren prescribir a través de internet o plataformas sociales para seguir creando esa aspiracionalidad y deseo que hace que estas marcas sean lo que son. Además, un 8% de las ventas digitales ya son puramente *online*. En definitiva, las marcas de lujo poco a poco también quieren vender en el canal *online*. La oportunidad para Luxurycomm pasa porque las marcas vivan esa transformación, se actualicen y finalmente tengan estrategias 360° basadas en la multicanalidad y con cada vez más peso en la 'pata' digital".

En este sentido, Vela subraya que la joven compañía, que se encuentra en pleno crecimiento, "se mantiene muy fiel a su ADN de empresa *boutique* de lujo digital: todo proyecto se estudia y se ejecuta de manera especializada y diferencial para cada cliente". ●



Cayetana Vela y Cristina Quesada hablan del posicionamiento de las firmas de lujo en la era digital.