

2ª JORNADAS DE GESTIÓN DE EXPLOTACIONES AGRARIAS. “LA VENTA DIRECTA COMO OPORTUNIDAD”

Fecha: 29 OCTUBRE 2020

PRIMERA PARTE: Comunicación de la Venta Directa

6º PONENCIA: Ejemplos de diferentes modalidades de herramientas de venta. Venta en cestas de empresas particulares.

Raul de la Vega. Product Owner de *Correos Market*. Raul es un apasionado de la comunicación, del marketing y el *E-commerce* y la tecnología, y de su impacto en la relación y desarrollo de personas. Cuenta con más de 10 años de experiencia gestionando proyectos a través de internet. Es licenciado en Comunicación audiovisual, con Máster en negocios de internet, en marketing y comunicación digital y executive MBA. Actualmente trabaja en Correos, en la unidad de desarrollo digital como *Product owner* de *Correos Market* y coordinando la tienda on-line de Correos que es lo que precisamente quiere contar.

Raúl trabaja en el departamento de desarrollo digital que es donde se desarrollan y se impulsan los proyectos digitales de la compañía. Tradicionalmente se han dedicado al correo postal y paquetería, pero desde hace unos años ayudan a las empresas a vender por internet lo que les ha conllevado el desarrollo de distintas plataformas o herramientas: disponen de una plataforma para que una empresa cree su propia tienda *on-line*, otra plataforma para ayudar a vender en distintos *Marketplace* y ayudar gestionar esas ventas de manera agrupada y eficaz, y disponen de otra plataforma para ayudar a empresas a crear su propia aplicación móvil para mantener presencia en todos los canales de internet. Y otra idea fue la creación de *Correos Market* (*Marketplace* de productos locales de Correos) que es como un centro comercial virtual donde cualquier persona productora artesana local puede publicar sus productos ofreciendo soporte para dar visibilidad en internet y potenciar que las personas consumidoras, cada vez más demandantes de este producto artesano, puedan encontrarse. Su objetivo es mantener la esencia y tradición gastronómica artesanal del país, poniendo en valor este tipo de producto de gran calidad. Son conscientes de que por España pasan muchos turistas que prueban productos locales y a los que luego les gustaría consumir estos productos en sus países y tienen dificultades para encontrarlos.

El marco de actuación del *Marketplace* es el territorio nacional y exclusivamente para artesanos en este territorio, aunque si que los pueden vender también en Portugal y están trabajando para que pueda venderse en otros países, donde estos productos están bien valorados.

Sus objetivos son:

- Dar visibilidad al negocio de las personas productoras y que puedan contar su historia, sin riesgos de inversión, ya que no hay cuotas (se cobra una comisión por las ventas), asesorando y acompañando en todo el proceso.
- Ofrecer un sello de calidad (pivota sobre la idea de que son productos hechos en España) para aportar un plus.
- Integración con la paquetería de Correos.

En *Correos Market* los productos se distribuyen por categorías. Actualmente existen artesanía, belleza, moda y textil, bebidas, alimentación y hogar, aunque se pueden incluir categorías nuevas si así se demandan.

El eslogan de *Correos Market* es “Reivindica lo auténtico”.