

Los Marketplaces son el mejor escaparate actual para las marcas

JAVIER DOMÍNGUEZ FERRER
CEO PADECO GLOBAL

Nacida en 2016, Padeco Global irrumpió como la primera agencia española especializada en Amazon (impulsada por ex-alumnos del IE Business School) con el firme propósito de impulsar la notoriedad y el negocio de las marcas en dicha plataforma.

Pero Padeco no se quedó solo en Amazon, sino que extendió su expertise a diversos marketplaces, desde B2C hasta B2B2C, colaborando como socio oficial de gigantes como Aliexpress o Mercadolibre, entre otros. Su visión es global, convirtiéndose en un pilar esencial para las marcas que buscan navegar y prosperar en los marketplaces, los cuales representan hoy día el 35% del volumen global del e-commerce. Con presencia en España, Paraguay y Colombia, ofrece a las marcas alcance y crecimiento en Europa y América. Sabemos más de Padeco hablando con Javier Dominguez Ferrer, CEO Padeco Global.

En unos tiempos de persianas bajadas en los locales de las calles, ¿o estás en un Marketplace o no existes? ¿Qué ventajas te aporta?

Los marketplaces son el escaparate actual. Representan el 35% del volumen global de e-commerce y crecen sin cesar. Para las marcas, estar ahí significa no solo ventas, sino también visibilidad internacional y diferenciación. Es un mundo 24/7, donde el cliente siempre está a un clic. Hemos ayudado a numerosas marcas nuevas (marketplace native brands) en este entorno que han logrado unos volúmenes de facturación astronómicos compitiendo de tú a tú con grandes marcas tradicionales de su industria. Esto presenta una oportunidad apasionante, así como un riesgo para marcas tradicionales de toda la vida. Adicionalmente, marketplaces como Amazon



“Hemos ayudado a numerosas marcas nuevas a lograr unos volúmenes de facturación astronómicos compitiendo de tú a tú con grandes marcas tradicionales de su industria”

ya no se utilizan solo para comprar productos online, sino también como fuente de información para los consumidores de cara a conocer más propiedades, puntos fuertes o débiles del producto o marca. Es como un Tripadvisor, influyendo en la decisión de compra on/off line.

¿Cómo ayudáis a las empresas a hacerse ver en este océano?

Profundizamos en los algoritmos que determinan la visibilidad de las marcas en plataformas como Amazon incorporando un equipo especializado al proyecto de la marca por áreas de trabajo. No solo es el estar, sino, sobre todo, destacar. Con nuestra metodología única, combinamos tecnología y experiencia para garantizar que las marcas de nuestros clientes brillen y atraigan a su público objetivo.

¿Cuáles son los desafíos de las empresas respecto a los marketplaces?

Los desafíos son múltiples: desde entender las dinámicas digitales, hasta adaptarse a cuestiones fiscales, logísticas y culturales. El e-commerce no es solo poner productos online, implica un engranaje complejo donde cada pieza debe encajar a la perfección. El control analítico es fundamental para aprovechar al máximo la cantidad masiva de datos que proporcionan los marketplaces desde muchos ángulos de negocio. La publicidad dentro de los marketplaces o alrededor de los mismos (conceptualizado como retail media) está siendo un área de trabajo cada vez más retadora y clave para el éxito de las marcas dentro de los marketplaces.

¿Y los desafíos de Padeco para el futuro?

Miramos al futuro con ambición y certeza. Anticipamos un crecimiento de negocio acentuado a doble dígito durante los próximos tres años. Conscientes de que los marketplaces ganarán aún más protagonismo, nos preparamos para estar a la vanguardia de esa evolución. Nuestro compromiso con la innovación, evidenciado por herramientas como nuestro SaaS Pangea Business Intelligence y otros nuevos proyectos futuros que estamos inmersos para aportar un valor diferencial a las marcas, creemos que nos posicionará como partner estratégico clave para los clientes que ambicionan un espacio prominente en el ámbito digital.