

Clicars se corona como el mejor eCommerce del año en España 2023

La decimocuarta edición de los premios, con un total de 360 inscripciones recibidas, entre las que se presentaron más de 175 proyectos nacionales e internacionales; se ha celebrado en una gala con más de 140 asistentes presenciales de las marcas participantes, patrocinadores y jurados, y 100 personas conectadas al streaming. Casa del libro, Alsa, Too Good to Go y Saigu Cosmetics, fueron otras de las compañías premiadas en los galardones

En el marco de una ceremonia celebrada en el auditorio del Meeting Place del edificio Castellana 81 en Madrid en la que han participado más de 140 asistentes presenciales de las marcas participantes, patrocinadores y jurados, y 100 participantes por streaming; la decimocuarta edición de los premios Ecommerce Awards España ha anunciado el pasado viernes 6 de octubre a los ganadores de los premios a las mejores empresas y expertos del sector digital de 2023, reconociendo sus buenas prácticas en el desarrollo de sus estrategias e impulsando así la transformación de sus compañías y la economía digital española.

La ceremonia, que se ha convertido en uno de los principales puntos de encuentro para el sector eCommerce en el país, ha reconocido a Clicars como "Mejor Ecommerce de 2023" en España. La misma se ha desarrollado en conjunto con Digital 1to1, quien desde hace cuatro años colabora con la organización de los premios, además de otros eventos importantes del sector.

Esta edición ha contado con 360 inscripciones recibidas, entre las que se presentaron más de 175 proyectos nacionales e internacionales, reunidas en 12 categorías que componen la totalidad de los premios.

"Es el tercer año que estamos nominados, así que es un placer recibir este premio", comentó Karina Sánchez, Brand & Communication Manager de Clicars. "Nuestra estrategia consiste en adaptarnos a lo que el cliente necesita, si hay errores cambiarlos y ofrecer la mejor experiencia al cliente posible y mejorar el proceso continuamente".

Los premios "Ecommerce Awards España 2023" se entregaron a las empresas vencedoras en cada una de las siguientes categorías:

MEJOR ECOMMERCE 2023: Clicars

Varios factores contribuyen a la victoria de este eCommerce de venta de coches: la confiabilidad en un sector propiamente del mundo físico, su servicio postventa y sus integraciones con lo último en sistemas de scoring. Además, también se ha destacado su apuesta por la innovación aplicada en cada

una de sus ventas, así como lo bien trabajada que está su página web, con excelentes fichas de producto que aportan gran cantidad de información relevante para ayudar al cliente en su decisión de compra.

Otro factor decisivo ha sido su facturación, y más teniendo en cuenta el mercado en el que operan. Así mismo, en relación a su sector, el jurado opina que "han hecho de un sector normalmente muy tradicional y con muchas fricciones algo sencillo. Y eso desde luego no es nada fácil". Clicars lleva dos años seguidos como finalista en esta categoría.

MEJOR CAMPAÑA DE MARKETING: Casa del libro, por su campaña "100 años leyendo juntos".

Con motivo de su centenario, Casa del Libro creó la campaña omnicanal "100 años leyendo juntos" cuyos objetivos principales eran conseguir awareness y generar tráfico a la web. El jurado quiso destacar tanto el concepto como la comunicación y el lenguaje escogidos para transmitir el mensaje de la campaña, así como sus resultados finales.

MEJOR ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN: Farmacia Barata

Esta farmacia online ha logrado cumplir su objetivo de aumentar su tasa de recurrencia casi un 2% gracias a la aplicación de diferentes estrategias de fidelización con su programa de clientes VIP y recuperación de clientes. El jurado ha identificado su candidatura como excelente y ha manifestado que "aporta datos de resultados muy buenos, con multitud de acciones muy elaboradas y una estrategia meditada que ha dado grandes resultados".

MEJOR INTEGRACIÓN OMNICANAL: Alsa

La empresa de autobuses y "soluciones de movilidad" ha presentado un proyecto muy interesante. Además de más de 70 puntos de venta y más de 180 kioscos de autoventa, cuenta con una web y unas apps nativas totalmente integradas y sincronizadas que comparten el 100% de las funcionalidades y los métodos de pago. Todo ello le ha valido una especial atención por parte del jurado.

MEJOR ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN: Cecotec

Con presencia en más de 50 países, la internacionalización de la compañía de pequeños electrodomésticos a través de su presencia en marketplaces le ha ayudado a crear un ecosistema de canales que han hecho necesaria la creación de sucursales de venta en otros países como Francia,

Alemania, Italia, Polonia o México.

"En un sector altamente competitivo (electrónica y electrodomésticos), Cecotec ha conseguido pasar de los 5 primeros países en los que abrió operaciones a 50 en 2023 en un periodo relativamente corto de tiempo. La visibilidad de la marca es enorme en los diferentes mercados y está ligada al concepto de calidad", ha afirmado el jurado.

MEJOR ESTRATEGIA EN MARKETPLACES: Arcos

El jurado ha dicho de ella que "Arcos es una prueba de cómo una marca tradicional puede abrazar el cambio y transformarse en una marca con un foco digital, lo cual les ha permitido realizar una expansión que difícilmente hubieran conseguido con su venta offline".

Y es que esta marca tradicional de menaje y útiles de cocina está en plena expansión digital con presencia en casi una decena de marketplaces en Europa y América. Con más de mil productos en catálogo han logrado superar el umbral de que el 80% de su facturación proceda del medio online.

MEJOR MARKETPLACE: ManoMano

Especializado en muebles de jardín y decoración exterior, ManoMano tiene al mes 50 millones de visitas y en todas ellas, los usuarios aprecian su selección de productos, sus precios competitivos y su buen asesoramiento.

Sin duda, toda una referencia en el sector del bricolaje que se ha colado entre los finalistas gracias a su "perspicacia al crear uno de los primeros proyectos online de un sector muy enfocado al offline y lanzar un marketplace que tiene una gran facturación y presencia internacional".

MEJOR ECOMMERCE SOSTENIBLE: Too Good To go

A día de hoy, la aplicación ya está operativa por todo el país (incluidas las islas) contando ya con una comunidad de más de 6 millones de usuarios y más de 18.000 establecimientos gracias a los cuales se han salvado ya más de 15 millones de packs de comida. Esto equivale a haber evitado el desperdicio de más de 15.000 toneladas de alimentos en apenas 5 años y haber evitado la emisión de más de 37.500 toneladas de CO2. Un caso que el jurado ha seleccionado como ganador gracias a su gran orientación producto-servicio y a la consistencia de su relato.

MEJOR ROOKIE ECOMMERCE: Allzone

Creado en 2020, este eCommerce multicategoría destaca porque su porcentaje de facturación anual 2021/2022 superó el 200%. Su ambición, potencial y grandes resultados le han servido para convencer al jurado y convertirse en finalista. "Valoramos su crecimiento en un sector muy complicado en márgenes y difícil en obtención de confianza por parte del cliente por la categoría de producto. Si sigue por el camino que apunta, dentro de mucho podrían estar compitiendo con los grandes", ha comentado el jurado.

MEJOR CHALLENGER ECOMMERCE: Klast Home

Esta marca de muebles ha sido seleccionada por el jurado por innovaciones como la introducción de un Asistente Virtual con inteligencia artificial que mejora la experiencia del usuario al proporcionar una guía personalizada para encontrar productos. Un claro indicativo de la capacidad de la empresa para abrazar la innovación y utilizarla para impulsar el crecimiento que, además, ha aumentado su tasa de conversión un 20%.

Además de este "movimiento audaz y revolucionario", el jurado profesional ha valorado muy positivamente que Klast Home muestre "un compromiso con el cumplimiento y el respeto de los derechos de los usuarios. En el entorno digital actual, donde la privacidad y la seguridad de los datos son preocupaciones importantes, destacar en este compromiso fortalece su posición como empresa de comercio en línea sólida y confiable".

MEJOR SMART ECOMMERCE: Saigu Cosmetics

Esta marca nativa digital de cosmética ha demostrado que merece estar entre los finalistas de esta categoría por sus últimos objetivos logrados: lanzarse al físico, campañas de social media redondas y éxitos de ventas. Asimismo, el desarrollo de su estrategia omnicanal para impulsar sus resultados también ha sido merecedora de elogios.

DIRECTIV@ DEL AÑO: Víctor Juárez, CEO de Craftelier (antes conocida como Mi Tienda de Arte).

El jurado le ha definido como un "líder tenaz, cercano, que ha conseguido lo que muchos intentan: darle la vuelta a un negocio tradicional, convirtiéndola en una empresa rentable, digital e internacional".

Víctor Juárez ha logrado que la que empezó como una pequeña tienda física de bellas artes en León se convirtiese en un eCommerce que ya vende en toda Europa, además de en EE.UU., Canadá, México y Chile. Esto le ha convertido en un modelo de dirección digital, revelando que como cabeza

empresarial no solo domina la gestión de su compañía, sino que conoce en profundidad el ecosistema digital, sus herramientas y su complejidad.

Estos premios de 2023 contaron con Webloyalty como patrocinador Gold Sponsors. Acompañaron también como Silver Sponsors: Celeritas, el operador español especializado en logística para eCommerce con una red de más de 4.000 puntos de recogida; CTT Express, la empresa de paquetería urgente con una amplísima red de reparto a nivel ibérico; Paycomet, plataforma de pagos referencia en el sector; SeQura, el método de pagos aplazado para eCommerce; SoCloz, plataforma de transformación omnicanal, y, por último, Vtex, la plataforma todo en uno de comercio digital, que son los Silver Sponsors este año.

Entre los Bronze Sponsors que han brindado su apoyo se encuentran Naiz Fit, la plataforma que resuelve las dudas de tus clientes de una manera sencilla; Tradedoubler, situada entre las empresas líderes en marketing digital, y, por otro lado, Fotografía Ecommerce, un partner para todo lo vinculado con producción audiovisual para una tienda online.

Datos de contacto:

Axicom para Marketing4eCommerce

Axicom

916 61 17 37

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing Madrid E-Commerce Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>