

Fersay participará en la mesa redonda sobre Estrategia Digital, organizada por Madrid Foro Empresarial

José Carrasco, director general de la compañía, será uno de los cuatro participantes junto a responsables de OTIS, I3s Ingeniería y Dígitos, de Mio Group

La compañía española Fersay participará el próximo viernes 12 de marzo en la Mesa redonda sobre “Digitalización de la Relación con el cliente B2B: Retos y oportunidades”, impulsada por Madrid Foro Empresarial, y patrocinada por Deusto Business School e Ibercaja.

El evento, será inaugurado por Hilario Alfaro, Presidente de Madrid Foro Empresarial y continuará con una ponencia titulada “Estrategias para generar demanda digital B2B”, impartida por Juan Liedo, Fundador y CEO de The Revenue.

Seguidamente, tendrá lugar la mesa redonda en la que participarán Pablo Benito, responsable de operaciones comerciales de la empresa OTIS; Andoni Aranzamendi, director general de I3s Ingeniería en integración de sistemas de información; Enrique Mut, por parte de Dígitos, Mio Group, y José Carrasco, fundador y director general de Fersay.

El evento, que se extenderá entre las 11.00 y las 12.15 horas es de carácter abierto y gratuito. Existe un número limitado para asistir presencialmente al encuentro en Deusto Business School y estará abierto a la participación vía online a través del siguiente enlace.

Más información sobre Fersay

Fersay es una compañía española, perteneciente al Grupo Etco, y especializada en la distribución de repuestos y accesorios de electrodomésticos de todas las marcas. La compañía cuenta en la actualidad con un total de 15 tiendas franquiciadas y 49 córners, lo que supone 12 nuevos puntos de venta en nuestro país (frente a 2019). En cuanto a clientes profesionales, más de 5.500 empresas diferentes han realizado algún pedido en 2020.

En estos puntos de venta, la compañía pone a disposición del cliente repuestos de gama blanca y marrón y PAE (Pequeños Aparatos Electrodomésticos para la cocina, el cuidado personal y el hogar, como cafeteras, tostadoras, planchas, básculas, maquinas de afeitarse, secadores, aspiradoras, cepillos de dientes eléctricos, etc., de marca propia.

En número de unidades, más de 1.300.000 productos han salido de sus instalaciones centrales. En la venta on-line el incremento de pedidos ha sido de un 62,8% y han comprado 210 clientes profesionales más que en 2019.

La exportación ocupa un 7% dentro de esta cifra de negocio, situando a Francia y Portugal como destinos internacionales prioritarios por su claro crecimiento, seguidos por 36 países a los que la compañía exportó sus productos el año pasado.as

Datos de contacto:

Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACION
91 434 82 29

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

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Otros](#) [Servicios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>