

# **The Valley y VOGUE anuncian el lanzamiento del Executive Master in Luxury Digital Transformation**

## **Un programa que nace ante la demanda de profesionales digitales en el sector del lujo que afronta su vertiginosa transformación hacia la economía digital**

El 2021 ha traído consigo nuevos hábitos de consumo y formas de hacer las cosas. Y si existe un denominador común para todos estos cambios, ha sido la digitalización. También en el sector del lujo, en el que la transformación digital está impactando con gran fuerza y donde será más necesario que nunca que los profesionales estén al día de cómo los procesos y las metodologías de trabajo, los canales de venta, e incluso los productos, están cambiando.

Para responder a esta necesidad del mercado, VOGUE y The Valley han lanzado conjuntamente el Executive Master in Luxury Digital Transformation, un programa creado con el objetivo de formar a ejecutivos y directivos innovadores para liderar la transformación digital del sector del lujo. La primera edición de este programa que se imparte en formato part-time presencial y online comenzará en noviembre de 2021 y constará de 150 horas lectivas distribuidas en 10 módulos que incluyen clases magistrales además de workshops, visitas, debates y case studies de la mano de los mejores profesionales y las principales marcas premium del mercado.

La unión de The Valley y VOGUE para la creación de este programa se basa en el expertise y larga trayectoria que tienen ambos partners en las temáticas de esta formación: por un lado, la transformación digital y la innovación, y por otro, el lujo. The Valley lleva más de 10 años trabajando para dar respuesta a la imperiosa necesidad de empleabilidad que existe en el ámbito digital mediante la creación de un modelo de educación enfocado en resolver los retos de las personas, al mismo tiempo que en satisfacer las necesidades que tiene el tejido empresarial en todo lo relacionado con la transformación digital, algo que ha sido posible gracias a su constante innovación, sus metodologías innovadoras de formación y sus diversas áreas de servicio como pueden ser el headhunter The Valley Talent o el centro de innovación The Place, que le permiten estar siempre a la vanguardia de las últimas tendencias digitales. Por su parte, VOGUE es la marca editorial más famosa del mundo de la moda, un sinónimo de autoridad y de estilo que ha traspasado las fronteras del soporte para convertirse en un auténtico icono de la cultura de nuestro tiempo. Su capacidad de conectar con las audiencias, así como de avanzar las claves de los nuevos hábitos sociales y de consumo, hacen de la marca un agente fundamental de la industria.

Juan Luis Moreno, Chief Innovation Officer en The Valley y Profesor del Executive Master in Luxury Digital Transformation del mismo centro, afirma que “2021 se nos presenta como un escenario radicalmente distinto, donde competidores, reglas y consumidores han cambiado. El mundo del lujo no ha sido indiferente a este gran cambio, y de ahí la importancia de que los nuevos líderes entiendan y asuman las claves de la transformación digital para un sector tan exigente, competitivo y emblemático como es éste. Y para ello, es clave que los profesionales del sector obtengan formación especializada y actualizada al nuevo entorno digital para contar con los conocimientos y habilidades que el nuevo entorno exige”.

La directora de Condé Nast College Spain, Ana García-Siñeriz afirma: “Vogue siempre ha sido un agente clave en la evolución de la industria del lujo y ha promovido, adelantado y acompañado su evolución y sus cambios durante más de cien años. Hoy, más que nunca, lidera y explica los cambios de una industria en transformación y sirve de guía a sus socios y anunciantes que ven en la marca el faro de seguridad y autoridad que necesitan en el mundo digital. Vogue siempre va por delante, también en materia de formación como demuestra su alianza con The Valley, cuyo prestigio y visión disruptiva casa a la perfección con el carácter avanzado de una marca que es una referencia y guía para la industria”.

El impacto de la digitalización en la industria del lujo

¿Cómo ha impactado realmente la digitalización en la industria del lujo? Los expertos del ecosistema digital The Valley lo resumen en 3 tendencias:

- Una nueva experiencia de cliente, más digital, pero con la misma calidad: en todos los sectores la experiencia del cliente se dirige cada vez más a lo digital y lo virtual, una tendencia posible gracias a las tecnologías disruptivas. En este sentido, la industria del lujo se enfrenta al reto de ofrecer al usuario una experiencia innovadora, exclusiva y de calidad, pero en el entorno digital. Entre algunos ejemplos ya reales se incluyen la posibilidad de probarse maquillaje o labiales desde casa a través de la realidad aumentada o realizar tours virtuales por los hoteles antes de visitarlos. En este ámbito, se incluyen también los nuevos formatos de comunicación e interacción entre las marcas y los clientes, como pueden ser los eCommerce interactivos, los influencers digitales o los hologramas, tendencias que pueden conocerse de primera mano en el nuevo itinerario tecnológico “Future Ads - El viaje de las marcas” ubicado en The Place, en la sede de The Valley en Madrid. Se trata de un recorrido que permite a los asistentes conocer e interactuar con el viaje que hace una marca desde su creación hasta su impacto en los usuarios a través de los nuevos canales de comunicación y soportes publicitarios, como, por ejemplo, tiendas y escaparates interactivos, dependientes virtuales o experiencias sensoriales. En definitiva, si bien la experiencia física seguirá siendo fundamental para la industria del lujo, la clave está en que las empresas sean capaces de complementar lo físico con lo digital para satisfacer las necesidades y deseos de sus públicos.

- Las tecnologías disruptivas y exponenciales como columna vertebral del nuevo modelo de la industria: el mercado del lujo se encuentra inmerso en un proceso de cambio radical para adaptarse a la nueva economía digital. La aplicación de las tecnologías disruptivas y exponenciales es ya una realidad en todos los procesos de negocio, desde el marketing hasta la creación de nuevos productos o servicios de lujo que cumplan con las exigencias de exclusividad e innovación del mercado. En este sentido, una de las tecnologías que más protagonismo ha cobrado en el sector ha sido el Big Data, que permite a las marcas, entre otras cosas, poder conocer a sus públicos, dónde están, qué buscan o qué canales usan, para así poder tomar decisiones basadas en resultados objetivos y ofrecer a sus usuarios un contenido y ofertas lo más personalizadas posibles. En este sentido, cabe también destacar la integración de otras tecnologías como la inteligencia artificial o la realidad aumentada y virtual, que permiten ofrecer también servicios personalizados como puede ser la atención al cliente mediante chatbots o la interactividad a la hora de comprar a través de eCommerce.

- Profesionales capaces de adaptarse e innovar en el nuevo entorno cambiante: la economía digital dibuja un panorama completamente innovador para el sector. Y en este sentido, es imprescindible que las empresas adopten nuevos modelos de trabajo que respondan a la volatilidad y complejidad de este

nuevo entorno. Entran entonces en juego nuevos modelos y procesos de trabajo más ágiles, eficientes, flexibles y colaborativos, un liderazgo más horizontal y participativo o la necesidad inminente de que los profesionales del sector cuenten con las capacidades y habilidades digitales para innovar en el negocio y responder a las demandas del usuario digital. Para ello, la formación continua se presenta como la única solución viable para garantizar que los equipos estén siempre a la vanguardia con las últimas tendencias y que puedan así, liderar la reinención del sector lujo y lograr los objetivos de negocio. Para ello, existen diversos programas especializados como puede ser el Executive Master in Luxury Digital Transformation, un programa co-creado por The Valley y VOGUE, que ofrece a los profesionales del sector todas las claves para afrontar con garantías la transformación digital del sector lujo.

#### Un mercado en imparable crecimiento

El mercado de productos y servicios de lujo ha registrado un gran crecimiento en la última década. Según datos de Statista, en 2020 el valor del mercado mundial de artículos personales de lujo fue de 217.000 millones de dólares, un 30% más que su valor en 2010 (167.000 millones de dólares). Si bien es cierto que se trata de una industria en la que el protagonismo lo ha tenido la experiencia de comprar en tiendas físicas y con una atención muy personalizada, el panorama se dirige ahora hacia un mayor número de experiencias digitales que, entre otras cosas, permitan llegar a públicos más amplios sin importar su ubicación, satisfaciendo además las necesidades del consumidor post pandemia. Además, aunque este mercado ha experimentado, por la pandemia, cierta caída, como ha ocurrido con otros sectores, también es cierto que será uno de los que primero se recuperarán.

#### Datos de contacto:

Redaccion  
Redaccion

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

Categorías: [Moda Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Universidades](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>