

Veepee lanza su primer live shopping con una de sus marcas colaboradoras en España

El ecommerce líder en ventas flash, que ya ha lanzado 17 live shoppings en Francia con marcas de cosmética, alimentación, electrodomésticos y automoción, espera realizar 10 campañas de este tipo en el mercado español en el próximo año. El formato live shopping forma parte del proyecto Media que busca satisfacer las necesidades de visibilidad y generación de tráfico de las marcas aprovechando el tráfico cualificado de 2,5 millones de impresiones diarias de Veepee en España

El ecommerce líder en ventas flash Veepee lanza su primer live shopping en España con una de sus marcas colaboradoras. Concretamente, el outlet online ha lanzado un live con la marca tecnológica Dyson para promocionar uno de sus productos de cuidado personal con una estilista brand ambassador de la marca. Así Veepee se convierte en uno de los primeros marketplaces que aplica live commerce en España para una de sus marcas.

Veepee empezó con los live shoppings en diciembre de 2020 en el mercado francés y hasta la fecha ya ha lanzado 17 campañas para marcas de cosmética, alimentación, electrodomésticos y automoción. La acción consiste en un vídeo creado íntegramente por las marcas para ser coherente con su imagen y valores que Veepee promociona en las primeras posiciones de su escaparate “Es una solución muy eficiente para productos técnicos que necesitan demostración y detalle sobre su uso y especificaciones” explica el director de Media de Veepee, Joan Cert. La colaboración con Dyson es la primera acción de este tipo en el mercado español, donde se espera contar con alrededor de 10 campañas durante el 2022.

Los live shoppings son una nueva oferta que el área Media de Veepee ofrece a sus marcas colaboradoras para satisfacer sus necesidades de visibilidad y tráfico. “Contamos con 2,5 millones de impresiones al día en España, así que aprovechamos este tráfico cualificado para lanzar campañas enfocadas a branding, anunciar nuevos lanzamientos, captación de leads o redirección de tráfico” explica Cert. “También lanzamos emails dedicados y/o alertas push a targets afines a las marcas para captar el mayor tráfico posible hacia este tipo de campañas”.

El proyecto Media se lanzó en Francia en 2016 y arrancó en España en junio de 2019. La expansión internacional continuó durante el 2020 con algunas campañas en Italia, Benelux y Alemania, aunque la apuesta por el crecimiento en estos países ha sido este 2021. Desde el lanzamiento en España, el negocio se ha multiplicado por más de 2,5 en el mercado local y se prevé doblarlo en 2 años. Media cierra el 2021 con 130 campañas en España y hasta 770 en Francia, alcanzando las más de 3.600 desde su creación en 2016 en el mercado galo.

Acerca de Veepee

En 2001, vente-privee revolucionó el consumo al crear el concepto de ventas flash en línea: cantidades limitadas de productos de marca atractivamente exhibidos, vendidos con grandes descuentos durante períodos de tiempo limitados (de tres a cinco días). Impulsada por la estrategia de crecimiento europea

lanzada en 2006, en 2019 Veepee cambia su nombre por el de Veepee, una marca global presente en 10 países. Veepee ha pasado de ser un especialista en liquidación general online de grandes marcas a ser un multiespecialista, experto en todos los ámbitos en los que opera: moda, hogar y decoración, accesorios, deportes, niños, viajes, ocio, belleza, vino y gastronomía. Las colaboraciones con 7.000 marcas permiten a Veepee ofrecer precios entre un 50 y un 70% más bajos que los precios de venta recomendados. Con 5.500 empleados y 66 millones de miembros en todo el mundo, en 2019 Veepee registró 3.800 millones de euros en ventas al consumidor.

Acerca de Dyson

Dyson es una compañía global de tecnología que cuenta con instalaciones de ingeniería, investigación, desarrollo y pruebas en el Reino Unido, Malasia, Singapur y Filipinas. Cuenta con más de 13.000 empleados en todo el mundo, de los cuales 5.850 son ingenieros y científicos. La cartera de productos va desde aspiración hasta cuidado personal, pasando por iluminación, cuidado del aire o secadores de manos. Actualmente, fabrica 30 millones de máquinas al año, que son distribuidas en 83 mercados de todo el mundo. Dyson sigue desarrollando nuevas tecnologías para seguir aumentando su conocimiento y experiencia en baterías de estado sólido, motores, sistemas de visión, robótica, tecnologías de aprendizaje automático, inteligencia artificial o aerodinámica, entre otras. Actualmente, es el único fabricante de electrodomésticos europeo que cuenta con su propio laboratorio de microbiología. La Fundación James Dyson, organización sin ánimo de lucro fundada por Sir James Dyson en 2002. Su principal objetivo es apoyar y avivar la pasión por la investigación médica y la educación en diseño de producto e ingeniería. Cada año, la JDF pone en marcha el James Dyson Award (www.jamesdysonaward.org), un concurso internacional que premia a los jóvenes estudiantes universitarios, de posgrado y recién graduados en ingeniería y diseño de producto. En él participan estudiantes de 23 países y celebra, fomenta e inspira a la próxima generación de ingenieros.

Datos de contacto:

Comunicación de Veepee
901900687

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

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce Consumo Electrodomésticos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>