

## ENTREVISTAS

**Pedro Trolez,**  
*director general de  
Perfumes y Diseño*

**Giulio Bergamashi,**  
*presidente internacional  
de Biotherm*

**CONVOCATORIA**  
VPC Green Beauty  
Awards

**FORMACIÓN/  
INFORMES**  
Solares  
Cosmética Color

NUEVO

## Perfect Duo.

La rutina de  
belleza que triunfa  
en la perfumería.

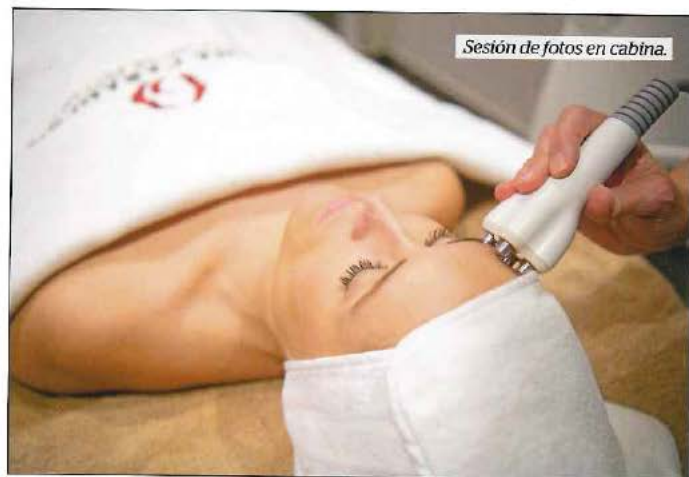


**laCabine®**  
INNOVATIVE COSMETICS

## ● Nuevas necesidades en comunicación en el sector beauty: el formato “boutique”

Seamos sinceros, no todo ha sido malo, o tan malo, con la pandemia. Sentir que la situación nos ponía contra las cuerdas también nos ha impulsado a cuestionar el status quo, reinventarnos y crecer. Al igual que el consumidor ha vuelto a apreciar el comercio de proximidad, también se ha detectado en el área de comunicación y marketing un deseo de retornar a ese trato cercano con el cliente, basado en el trato humano, en la personalización y exclusividad.

En este contexto ha resurgido un tipo de agencia de comunicación, que pretende aportar una visión más fresca, buscando que este servicio se convierta en algo más asequible y cercano. Uno de estos nuevos proyectos es el de Masstige Comunicación, una “boutique”



Sesión de fotos en cabina.

de comunicación joven y dinámica especializada en belleza y lifestyle, decoración, interiorismo...

### Crear una necesidad de compra

Esta joven agencia de comunicación está conformada por

un equipo pequeño y muy especializado que se encarga de buscar los elementos diferenciales de cada cliente, de cada marca, y los convierte en noticia, creando una necesidad de compra en el consumidor.

### El valor de las sinergias

La fundadora de Masstige Comunicación, Marta Galisteo, tiene clara cuál es su filosofía: mejor colaborar que competir. *“Creo 100% en las sinergias y en ayudarnos unos a otros. Aprender del que tienes al lado y aportarle nuevos puntos de vista es mucho más enriquecedor que pelearse o pegarse por un cliente”*, nos explica. Basa su relación con los clientes en la confianza, *“cuando te paras a hablar con ellos y a entenderles de verdad llega un*



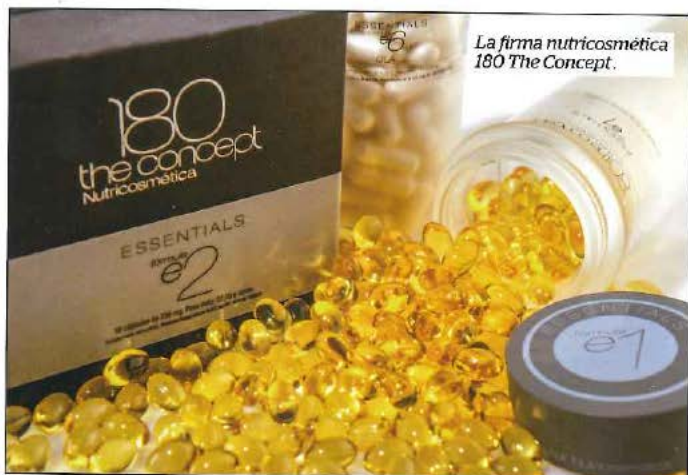
Clínica antiaging y estética avanzada Gema Cabañero.

momento en el que piensas como ellos y hablas el mismo lenguaje. Entonces se dan cuenta de que pueden confiar en ti y la barrera agencia-cliente se rompe. De hecho, creo que la mayoría de nuestros clientes nos consideran una extensión de su negocio."

## El factor diferencial de cada marca

Pese a su corta trayectoria esta agencia "boutique" ya cuenta con una interesante cartera de clientes del sector beauty.

**Gema Cabañero:** ubicada en el emblemático Barrio de Salamanca de Madrid, esta clínica antiaging & estética avanzada es todo un referente en el diagnóstico exhaustivo. Cuenta con una sala Inner Wellness, un exclusivo método de creación propia que permite detectar el origen de cada alteración estética y trabajar desde la causa.



**180 the Concept:** es una firma nutricosmética de referencia. Desarrolla productos innovadores, en los cuales se combinan los ingredientes más efectivos dirigidos a tratar el envejecimiento facial y corporal. Muy exigentes con la pureza, los productos están libres de conservantes y aditivos.

**Mumona.com:** es mucho más que una tienda online de cosmética de autor, es un espacio de referencia que adapta el tú a tú del comercio tradicional al mundo digital. No ofrece solo los productos de belleza

más punteros del mercado (y difíciles de encontrar), sino que escucha, asesora y resuelve todas las dudas para que cada cliente dé con su cosmético perfecto.

**Codes ID Cosmetics:** es una nueva cultura skincare, basada en un pilar fundamental que es la identidad (ID) de la persona y del cosmético. Un beauty coach, descifra el código de cada persona (su piel) y el código de cada cosmético (su composición) para contrastarlos y ofrecer una propuesta cosmética a medida.

**Mónica Rangel skin trainer de Codes ID Cosmetics.**

