

Plataformas digitales de hábitat

1. Objetivo

Incrementar la presencia de marcas españolas en las principales plataformas del sector del Hábitat.

2. Motivación

- Disponibilidad 24/7 para tus clientes
- Ayuda en la búsqueda de distribuidores
- Marketing enfocado
- Incremento en los canales de venta
- Fuente de inspiración para arquitectos / diseñadores
- La pandemia ha puesto de manifiesto el avance de la digitalización y la importancia de estar presentes en estas plataformas

3. Criterios de selección de plataformas:

- Adecuación a la oferta española del segmento de mercado al que se dirijan
- Cuota de mercado significativa de la plataforma
- Presencia de empresas españolas
- Obtención de Informes de resultados

Plataformas de Hábitat



Tipo de plataforma: B2B usada por compradores. Plataforma digital de la feria Maison&Objet, diseñada hace 7 años.

Presencia: Europa y África francófona
Red de más de 480.000 profesionales y 1,2 millones de seguidores en redes sociales

Tipo de acuerdo: Membresía Anual + Paquetes de Marketing
Digital Days Welcome to Spain (21 al 23 de Noviembre)

Empresas participantes: 18

[Convocatoria 2022](#)
[Convocatoria 2º semestre 2022](#)

[Aula Virtual](#)



Tipo de plataforma: B2B usada por prescriptores. Web de inspiración de interiorismo

Presencia: Oriente Medio y África
Más de 67.000 usuarios únicos/mes

Tipo de acuerdo: Membresía Anual + Product review

Empresas participantes: 6

[Convocatoria](#)

[Aula Virtual](#)



Tipo de plataforma: B2B usada por prescriptores como fuente de inspiración.

Presencia: 170 millones de visitas al año, es la web de arquitectura más visitada del mundo
85% visitantes son profesionales (arquitectos, interioristas, diseñadores, ingenieros, etc.) de procedencia global

Tipo de acuerdo: Membresía Anual + Paquetes de Marketing

Empresas participantes: 14

[Convocatoria](#)

[Aula Virtual](#)



archiproducts®
Get Inspired, Find Products, and Shop!



ICEX

Tipo de plataforma: B2B usada por prescriptores.

Presencia: 5 continentes: 14% Italia, 10%, Francia, 10% Alemania,
10% EEUU, 6% Brasil
2,7 millones de usuarios registrados (80% arquitectos)
3.500 marcas con más de 220.000 productos.
2,5 millones de leads generados en 2020

Tipo de acuerdo: Paquetes de Marketing y/o Paquetes BIM

Empresas participantes: 16

[Convocatoria](#)



Tipo de plataforma: B2B. Plataforma para envío de muestras a prescriptores

Presencia: EEUU y Canadá. Prevista expansión a Asia y Europa
Principales Estudios de Arquitectura e Interiorismo y
200/500 del Top 500 de Forbes en exclusividad para las muestras.

Tipo de acuerdo: Membresía Anual con número de leads máximo

Empresas participantes: 9

[Convocatoria](#)

[Aula Virtual](#)



Tipo de plataforma: B2B. Inicialmente especializada en muebles de oficina. Proporciona herramientas de trabajo a arquitectos y fuerzas de ventas

Presencia: 20 países

Tipo de acuerdo: Modelización en 3D configurables

Empresas participantes: 4

[Convocatoria](#)

[Aula Virtual](#)

5. Lecciones aprendidas

- Necesario dedicarle tiempo y recursos
- No es fácil medir ROI en los instrumentos para hacer marca.
- Falta de adecuación de perfiles en las empresas
- Contexto: La inversión se ha llevado a cabo en una época de demanda deprimida



ICEX España
Exportación
e Inversiones

buzon.habitat@icex.es