



INFORME  
DE FERIA

---

2022



# E-marketing Paris & Stratégie Clients

**París**

**29-31 de marzo de 2022**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME  
DE FERIA

9 de mayo de 2022  
París

Este estudio ha sido realizado por  
Paula Arnal Capella y Lucía Ranz Tabanera

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en París

<http://francia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-018-X



# Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Actividades realizadas por la Ofecomes	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. E-marketing Paris	5
2.2. Stratégie Clients	7
2.3. Plano del pabellón	9
2.4. Participación española	9
3. Tendencias y novedades presentadas	10
4. Valoración y recomendaciones	12
5. Anexos	13



# 1. Perfil de la Feria



LE SALON DES PROFESSIONNELS DU MARKETING DIGITAL



LE SALON DE LA RELATION CLIENTS

## 1.1. Ficha técnica

**E-marketing Paris y Stratégie Clients.**

**Fechas de celebración del evento:** 29-31 de marzo de 2022.

**Frecuencia:** anual.

**Fechas de la próxima celebración:** 28-30 marzo 2023.

**Lugar de celebración:** Paris Porte de Versailles hall 4.

**Horario de la feria:** martes de 9h a 18h; miércoles de 9h a 20h; jueves de 9h a 17h.

**Precios de entrada:** gratuita.

**Sectores y productos representados:** productos y servicios de marketing digital para empresas.

**Perfil del visitante:** profesionales del comercio electrónico, comunicación, logística y distribución, banca, telecomunicaciones, etc.

**Página web:** <https://www.emarketingparis.com/>; <https://www.strategieclients.com/>.

**Contacto:** [contact@emarketingparis.com](mailto:contact@emarketingparis.com); [contact@strategieclients.com](mailto:contact@strategieclients.com).

## 1.2. Actividades realizadas por la Ofecomes

Desde la OFECOMES de París, la becaria ICEX Paula Arnal Capella y la becaria autonómica Lucía Ranz Tabanera (PROEXCA) visitaron la feria el 30 de marzo de 2022 con el fin de captar información sobre el mercado del e-marketing en Francia, así como para conseguir contactos a incluir en el Directorio de Proveedores de *e-MarketServices* dirigido a las empresas españolas con actividad o interés en el mercado francés.

## 2. Descripción y evolución de la Feria

Durante tres días, el Paris Porte Versailles acogió en el *hall 4*, el salón dedicado al e-marketing y las relaciones con clientes. El marketing y la comunicación han sufrido numerosos cambios en los últimos años. La pandemia provocada por la COVID-19 ha acelerado el desarrollo tecnológico en cuanto a comunicación y comercio electrónico. A raíz de ello, las relaciones con los clientes se han transformado a un formato híbrido. En consecuencia, han surgido nuevas prácticas más creativas para la comunicación y comercio online, y más responsables con la sociedad y el medio ambiente, que se han visto reflejadas en las más de 180 conferencias y *workshops* presentadas en E-marketing Paris y Stratégie Clients.

Porte Versailles reunió a más de 285 empresas dedicadas a ofrecer servicios de e-marketing y comercio electrónico. De entre ellas, las previsiones apuntaron a que solo 49 de ellas representaban a un país extranjero, lo que indica que el salón es internacional, pero en pequeña medida. En relación con ello, en la visita, se identificó un público principalmente francés.

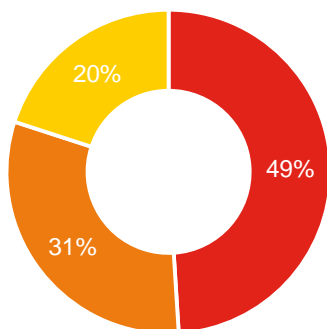
### 2.1. E-marketing Paris

Esta sección del salón contó con una oferta muy variada de servicios dedicados al e-marketing y el comercio electrónico. Se pudieron encontrar empresas dedicadas a servicios como:

- Afiliación
- A/B Testing
- Analíticas/Medición de audiencia
- Bases de datos
- Big Data/Analytics
- Content Marketing
- Digital to store
- Plataformas de gestión de datos
- E-mail marketing
- E-merchandising
- E-publicidad y retargeting
- Automatización del marketing
- Marketing de resultados
- Marketing relacional
- Marketing móvil/ multidispositivo y *reponsiveness*
- Plataformas de ayuda a la venta
- Plataformas de enrutamiento SMS/MMS
- Inbound marketing
- Venta social
- RTB/Adexchange
- Video marketing y podcasts
- SEM/SEO
- Servicios y dispositivos e-commerce
- Marketing social
- Estrategia digital
- Analítica web

En cuanto al visitante, se trata principalmente de profesionales. Información más detallada en los siguientes gráficos:

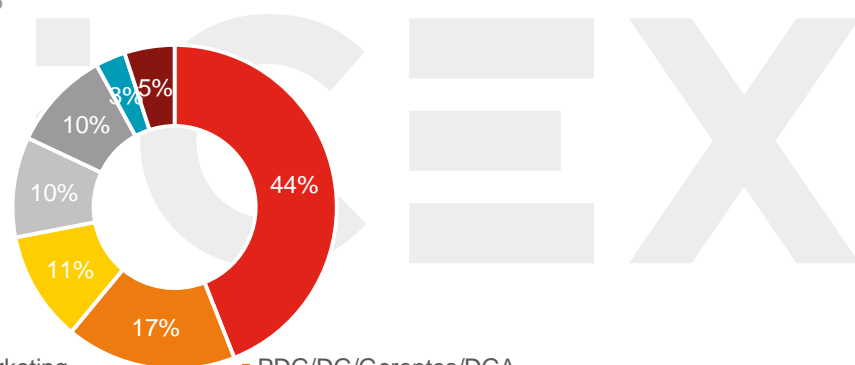
### TALLA DE LA EMPRESA



■ De 1 a 99 ■ De 100 a 499 ■ Más de 500

Fuente: elaboración propia a partir de E-marketing Paris.

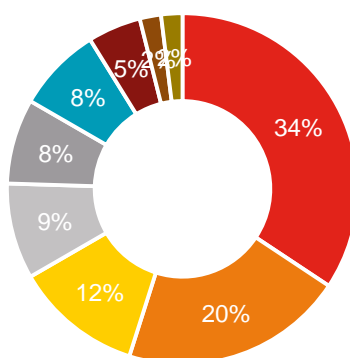
### FUNCIONES DE LOS VISITANTES



■ Directores/Responsables marketing ■ PDG/DG/Gerentes/DGA  
 ■ Directores/Responsables informáticos ■ Directores/Responsables comerciales  
 ■ Directores/Responsables comunicación ■ Otros

Fuente: elaboración propia a partir de E-marketing Paris.

### SECTORES DE ACTIVIDAD



■ E-commerce ■ Comunicación/Marketing/Publicidad  
 ■ Retail/Distribución/Mayoristas ■ Banca/Finanzas/Seguros  
 ■ Turismo/Ocio/Deportes ■ Informática/Teleco/TICs

Fuente: elaboración propia a partir de E-marketing Paris.

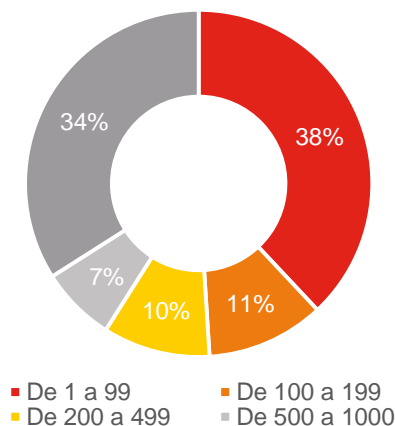
## 2.2. Stratégie Clients

En el salón celebrado entre el 29 y 31 de marzo en Porte Versailles, se mostraron también numerosos servicios dedicados a la estrategia de clientes. Algunos de los que se pudieron encontrar en el recinto ferial fueron:

- Análisis de datos del cliente
- Big data e inteligencia del cliente
- Cloud computing
- Recogida y tratamiento de datos del cliente
- Conocimiento de los clientes
- Consejo, organización y gestión
- Ciberseguridad
- E-reputación
- Escucha de clientes
- Estudios de clientes cualitativos y cuantitativos
- Externalización de la relación con el cliente
- ASP
- Gestión de la fidelidad
- Gestión de los recursos humanos
- Logística para el centro de contactos
- Monitorización de las RR. SS.
- Operadores de telecomunicaciones
- Organismos de certificación
- Organismos de formación
- Plataformas de videollamadas
- Soluciones CRM
- Soluciones de identificación de clientes
- Soluciones Callbot, Chatbot y Messaginbot
- Soluciones de inteligencia artificial
- Soluciones de mensajería
- Soluciones vocales

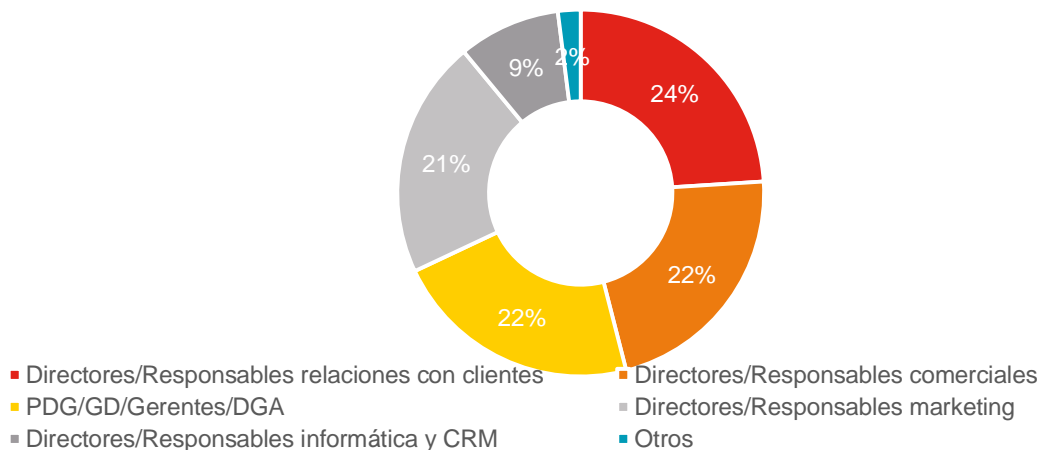
En cuanto a los visitantes interesados en estos servicios dedicados a la gestión del cliente, sus perfiles son:

### TALLA DE LA EMPRESA



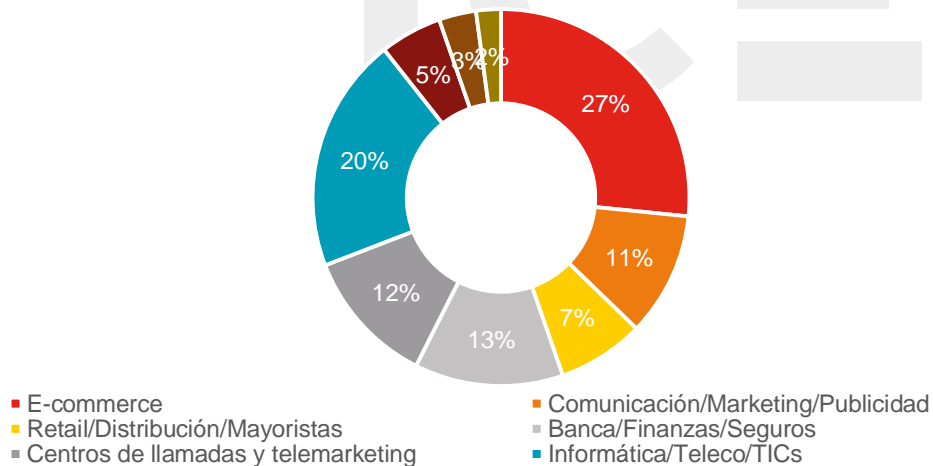
Fuente: elaboración propia a partir de E-marketing Paris.

### FUNCIONES DE LOS VISITANTES



Fuente: elaboración propia a partir de E-marketing Paris.

### SECTORES DE ACTIVIDAD



Fuente: elaboración propia a partir de E-marketing Paris.



## 2.3. Plano del pabellón



## 2.4. Participación española

No se han identificado empresas de capital español entre los expositores de las ferias E-marketing Paris y Stratégie Clients. No obstante, numerosos expositores cuentan con una filial de negocios en España. En consecuencia, durante la visita al salón, se ha contactado con estas empresas extranjeras especializadas en el mercado francés, con el objetivo de ser incorporadas al directorio de proveedores *e-MarketServices*.

## 3. Tendencias y novedades presentadas

El marketing y la comunicación han experimentado una transformación en un contexto global marcado por la COVID-19, interrumpiendo el *status quo* y causando una aceleración del comercio digital y electrónico.

Durante la feria hemos podido percibir cómo la estrategia del cliente apuesta por una tendencia hacia lo híbrido, una interrelación entre lo humano y lo digital. La creación de una experiencia que combine canales, tecnología, automatización y nuevas dimensiones, se presenta como uno de los principales puntos a seguir para crear una relación con el cliente fuerte, duradera y emocional.

Stratégie Clients y E-marketing Paris confían en que la clave reside en apostar por una estrategia que combine la creatividad, la tecnología, las redes sociales y el *engagement* con las principales tendencias de consumo, como son el metaverso, Insta, 4Good y sin cookies. Todo ello, sin dejar al margen el retorno de la inversión en estas acciones.

Un completo programa de conferencias, talleres prácticos y demostraciones para descubrir recientes novedades y soluciones de marketing digital y relación con los clientes, entre los que destacan:

- **La innovación a través del metaverso**

Construido a raíz de las palabras “meta” (alrededor) y “verso” (universo), es un término que significa “universo paralelo” o “universo alternativo”, y hace referencia a mundos virtuales. Dado el potencial de monetización de estas plataformas, y su vínculo con la tecnología NFT y las criptodivisas, las estrategias de marketing deben de tenerlo en cuenta.

- **El compromiso de las marcas con la RSC**

El marketing de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se está imponiendo en la actualidad con el objetivo de adaptar los productos y servicios a las nuevas expectativas de los consumidores. Los clientes permanecen sensibles a los procesos de fabricación y distribución de los productos, conscientes de los valores de las marcas en la cadena de valor, buscando un cierto grado de compromiso y respeto de las marcas.

Hay que destacar que el 85 % de los consumidores franceses espera que las empresas desempeñen un papel de ayuda a la sociedad y al medio ambiente<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Email Marketing & RSE, 29 de marzo de 2022.



- **El auge de la economía circular**

Como sistema económico de intercambio y producción durante todas las etapas del producto, la economía circular tiene como objetivo, aumentar la eficiencia en el uso de los recursos y reducir el impacto en el medio ambiente y bienestar de la sociedad. En respuesta a esta tendencia, las marcas han optado por la creación de objetos eco diseñados, de segunda mano o alquiler a partir de materiales reutilizados.

- **El poder del *social-selling***

A través de un enfoque global del marketing, se apuesta por la venta a través de las redes sociales. El *storytelling* y el Inbound Marketing destacan como principales corrientes ante la creación de contenido que aporte valor añadido a los clientes.

- **Las redes sociales destacan en el marketing B2B**

La plataforma social más utilizada por las empresas B2B es LinkedIn, seguida de Twitter, Facebook y YouTube. Su utilización tiene influencia en la toma de decisiones de compras, incentivando la inversión en estas redes sociales a nivel profesional.

Estas tendencias e innovaciones buscan desarrollar nuevos conceptos y aplicaciones que generen un cambio real para las marcas y los consumidores.

## 4. Valoración y recomendaciones

Las ferias de E-Marketing y Stratégie Clients se han celebrado en paralelo, con el objetivo de ofrecer a expositores y visitantes profesionales, las mejores soluciones de e-marketing y de gestión del cliente.

Se trata de un encuentro profesional representado principalmente por expositores franceses dirigidos a este territorio. Por ello, solo se recomienda la visita a aquellas empresas españolas interesadas en expandir su cuota de mercado en Francia, a través de los servicios de e-marketing y estrategia de clientes.

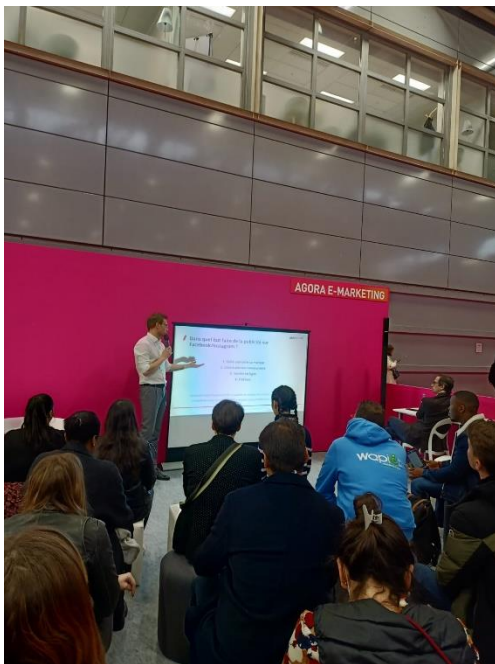
En relación con este punto, dado que la mayoría de los expositores son franceses, se recalca la importancia de conocer el idioma para la participación en estas ferias, así como para realizar relaciones comerciales en Francia. Se deberá adaptar toda comunicación e información a disposición de este mercado.

En cuanto a la participación como expositor, es de gran importancia contar con un catálogo de servicios distintivos y una cartera de clientes reconocida a nivel internacional, para atraer visitantes y diferenciarse de los competidores.

Cabe mencionar que ICEX a través de la Ofecomes está trabajando para desarrollar un directorio de proveedores de *e-MarketServices* en Francia. En consecuencia, se permitirá acceder a servicios relacionados con el comercio electrónico para las empresas que deseen internacionalizar su actividad a Francia.

# 5. Anexos

## REPORTAJE FOTOGRÁFICO:



# icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**icex** España  
Exportación  
e Inversiones