



Lucy Hitchcock

WIRTSCHAFTSFÜHRER/IN

Konsummarken kaufen weiterhin Reichweite und ernten Lob. Die größere Herausforderung besteht darin, diese Aufmerksamkeit in Regalpräsenz, Folgeaufträge und Glaubwürdigkeit in der Kategorie umzuwandeln, bevor der Moment vorbei ist. Die meisten Marketingteams können beschreiben, was letzte Woche auf TikTok funktioniert hat; nur wenige können erklären, wie man ein Produktgeschäft aufbaut, das den Hype überdauert.

Lucy Hitchcock ist eine britische Gründerin und Expertin für digitales Marketing, die Konsumgütermarken dabei unterstützt, organische Reichweite in sozialen Medien in den Vertrieb im Einzelhandel und nachhaltige Umsätze umzuwandeln.

Lucy Hitchcock's 2026 Biographie

Warum Unternehmen mit Lucy Hitchcock zusammenarbeiten

- Sie hat das, worüber sie spricht, selbst umgesetzt. Partner in Wine entwickelte sich von einem Nebenprojekt während des Lockdowns zu einem Anbieter bei Selfridges, Liberty London, Oliver Bonas und Urban Outfitters – dank eines TikTok-Videos, das an einem einzigen Tag einen Umsatzanstieg von 1.700 % bewirkte.
- Sie leitet die Agentur Sassy Digital, die das Playbook unterstützt. Marketingteams erhalten einen praxisorientierten Einblick in Shopify, E-Commerce-Design und Kurzvideos – keine abstrakte Keynote darüber.
- Ihre Anerkennung ist konkret und namentlich belegt: „Telegraph and NatWest 100 Female Entrepreneurs to Watch“ sowie die Aufnahme in TikToks „Year on TikTok 2021“-Liste.
- Sie ist eine der wenigen britischen Referentinnen, die erklären kann, wie ein viraler Moment zu einem Kundengespräch bei Selfridges führt und wie die Abläufe hinter dieser Konversion tatsächlich aussehen.

Biografische Höhepunkte

- Gründerin von Sassy Digital, einer Agentur für digitales Marketing und E-Commerce auf Shopify und Squarespace.
- Gründerin von Partner in Wine, vertreten bei Selfridges, Liberty London, Oliver Bonas und Urban Outfitters.
- Aufgenommen in die Liste „100 Female Entrepreneurs to Watch“ von The Telegraph und NatWest.
- Nach einem viralen Produktlaunch-Video in TikToks „Year on TikTok 2021“ vorgestellt.
- Moderatorin des „The Winging It Podcast“, einer von Sassy Digital

VERFÜGBAR FÜR

- Redetätigkeit

LUCYS SPRECHENDE THEMEN

- Digitale Transformation
- Geschäftsmodellinnovation
- Kundenerfahrung & Marketing
- Markenstrategie
- Unternehmertum
- Vertrieb & Kundenakquise

SPRACHEN: Englisch

produzierten Sendung zu Wirtschaft und Unternehmertum.

- Berichte über ihre Unternehmenserfolgsgeschichte bei BBC News, Business Insider, Mail Online und The Sun.

Biografie

Ein Glas warmer Wein in einem Londoner Park während des Lockdowns ist ein eher ungewöhnlicher Ausgangspunkt für eine Verbrauchermarke, die schließlich in den Regalen von Selfridges und Liberty London landet.

„Partner in Wine“, das Unternehmen für isolierte Weinflaschen, das Lucy Hitchcock 2020 gründete, hat diesen Weg innerhalb von achtzehn Monaten zurückgelegt. Ein einziges TikTok-Video im März 2021 erzielte innerhalb von zwölf Stunden eine halbe Million Aufrufe und einen Umsatzzanstieg von 1.700 % am selben Tag.

Der Grund, warum dies für ein kommerzielles Publikum von Bedeutung ist, ist nicht die Viralität. Es ist die Konversion. Die meisten Marken, die viral gehen, landen nicht bei einem Treffen mit einem Einkäufer bei einem Flagship-Einzelhändler; Hitchcock tat dies und wiederholte es anschließend mit Oliver Bonas, Urban Outfitters und Liberty. Das Wachstum erfolgte aus eigener Kraft, wurde in den ersten Monaten vom Haus ihrer Eltern aus gesteuert und von der Agentur finanziert, die sie bereits aufgebaut hatte.

Diese Agentur ist Sassy Digital, die sie mit 23 gründete, um kleinen Konsumgüterunternehmen bei Branding, Shopify-Aufbau und E-Commerce-Design zu helfen. Da sie auf beiden Seiten des Tisches arbeitet – als Gründerin und als Agenturbetreiberin – hat sie einen ungewöhnlichen Blick darauf, wo Social-Media-Kurzformate für Produktmarken tatsächlich versagen und wo die Abläufe noch nachziehen müssen.

Die Anerkennung folgte auf die Arbeit. Hitchcock wurde in die Liste der „100 Female Entrepreneurs to Watch“ von The Telegraph und NatWest aufgenommen, und „Partner in Wine“ wurde in TikToks „Year on TikTok 2021“ vorgestellt. Sie moderiert den „The Winging It Podcast“, in dem sie andere Gründer dazu interviewt, was sie tatsächlich getan haben – und nicht, was sie gerne getan hätten.

Wichtige Vortragsthemen

- Aufbau von Direct-to-Consumer-Marken
- Kurzform-Social-Media und TikTok für Produktwachstum
- Skalierung von E-Commerce ohne Fremdkapital
- Einzelhandelsvertrieb und Käuferkonversion
- Der Weg einer Gründerin
- Digitales Marketing für kleine Unternehmen

Ideal für

- Gründer und CMOs von Konsumgüter- und DTC-Marken
- Marketingleiter, die für organische Social-Media- und Content-Aktivitäten verantwortlich sind
- Einkäufer im Einzelhandel und Merchandising-Fachleute, die aufstrebende Marken entdecken
- Gründerprogramme und Netzwerke für Gründerinnen

Ergebnisse für die Zielgruppe

- Ein Praxisbeispiel dafür, wie ein einzelner organischer Content-Beitrag

zu einer Vertriebspräsenz im Einzelhandel führt.

- Konkrete operative Erkenntnisse aus dem Aufbau einer selbst finanzierten Verbrauchermarke vom Start am Küchentisch bis zum Regal bei Selfridges.
- Ein klareres Verständnis davon, was tatsächlich die Performance von Kurzform-Social-Media-Inhalten für ein Produkt antreibt - im Gegensatz zu dem, was auf einer Präsentation gut aussieht.
- Der Bericht eines Gründers über die wenig glamourösen Abläufe hinter einem viralen Moment: Lagerbestand, Auftragsabwicklung, Liquidität, Kundenansprache.