



## Lucy Hitchcock

### LÍDER EMPRESARIAL

Las marcas de consumo siguen comprando alcance y recibiendo elogios. El verdadero reto es convertir esa atención en presencia en las estanterías, pedidos recurrentes y credibilidad en la categoría antes de que se pase el momento. La mayoría de los equipos de marketing pueden explicar qué funcionó en TikTok la semana pasada; pocos pueden explicar cómo crear un negocio de productos que sobreviva al auge.

Lucy Hitchcock es una emprendedora y especialista en marketing digital del Reino Unido que ayuda a las marcas de consumo a convertir su alcance orgánico en las redes sociales en distribución minorista e ingresos duraderos.

## biografía de Lucy Hitchcock 2026

### Por qué las empresas trabajan con Lucy Hitchcock

- Ella ha hecho lo que predica. Partner in Wine pasó de ser un proyecto paralelo durante el confinamiento a tener distribuidores en Selfridges, Liberty London, Oliver Bonas y Urban Outfitters, gracias a un vídeo de TikTok que generó un aumento de las ventas del 1700 % en un solo día.
- Dirige la agencia Sassy Digital, que respalda el manual de estrategias. Los equipos de marketing obtienen una visión práctica de Shopify, el diseño de comercio electrónico y los vídeos de formato corto, no una abstracción teórica de los mismos.
- Su reconocimiento es concreto y específico: Telegraph y NatWest 100 Female Entrepreneurs to Watch, además de su inclusión en la lista Year on TikTok 2021 de TikTok.
- Es una de las pocas ponentes del Reino Unido capaz de explicar cómo un momento viral se convierte en una reunión con un comprador en Selfridges, y cómo son realmente las operaciones que hay detrás de esa conversión.

### Aspectos destacados de su biografía

- Fundadora de Sassy Digital, una agencia de marketing digital y comercio electrónico especializada en Shopify y Squarespace.
- Fundadora de Partner in Wine, presente en Selfridges, Liberty London, Oliver Bonas y Urban Outfitters.
- Nombrada en la lista «100 Female Entrepreneurs to Watch» de The Telegraph y NatWest.
- Apareció en «Year on TikTok 2021» de TikTok tras un vídeo viral de lanzamiento de producto.
- Presentadora de The Winging It Podcast, un programa sobre negocios y emprendimiento producido por Sassy Digital.

### DISPONIBLE PARA

- Conferencias

### TEMAS DE CONVERSACIÓN DE LUCY

- Emprendimiento
- Estrategia de Marca
- Experiencia del cliente y marketing
- Innovación del Modelo de Negocio
- Transformación Digital
- Ventas y captación de clientes

### IDIOMAS: Inglés

- Apareció en BBC News, Business Insider, Mail Online y The Sun con su historia de crecimiento empresarial.

## **Biografía**

Una copa de vino caliente en un parque londinense durante el confinamiento es un punto de partida inverosímil para una marca de consumo que acaba en las estanterías de Selfridges y Liberty London. Partner in Wine, la empresa de botellas de vino isotérmicas que Lucy Hitchcock lanzó en 2020, recorrió ese camino en dieciocho meses. Un único vídeo de TikTok en marzo de 2021 generó medio millón de visualizaciones en doce horas y un aumento del 1700 % en las ventas del mismo día.

La razón por la que esto importa a un público comercial no es la viralidad. Es la conversión. La mayoría de las marcas que se vuelven virales no terminan con una reunión con un comprador en una tienda insignia; Hitchcock sí lo hizo, y luego lo repitió con Oliver Bonas, Urban Outfitters y Liberty. El crecimiento fue autofinanciado, gestionado desde la casa de sus padres en los primeros meses y respaldado por la agencia que ella misma había creado.

Esa agencia es Sassy Digital, que fundó a los 23 años para ayudar a pequeñas empresas de consumo con la creación de marca, la implementación de Shopify y el diseño de comercio electrónico. Trabajar en ambos lados de la mesa, como fundadora y directora de la agencia, le da una perspectiva poco habitual sobre dónde fallan realmente las redes sociales de formato breve para las marcas de productos y dónde las operaciones tienen que ponerse al día.

El reconocimiento no tardó en llegar. Hitchcock fue incluida en la lista de las 100 emprendedoras a seguir de The Telegraph y NatWest, y Partner in Wine apareció en el «Year on TikTok 2021» de TikTok. Presenta el podcast «The Winging It», donde entrevista a otros fundadores sobre lo que realmente hicieron, no sobre lo que les hubiera gustado hacer.

## **Temas clave de sus ponencias**

- Creación de marcas directas al consumidor
- Las redes sociales de formato corto y TikTok para el crecimiento de los productos
- Escalado del comercio electrónico con recursos propios
- Distribución minorista y conversión de compradores
- La trayectoria de las fundadoras
- Marketing digital para pequeñas empresas

## **Ideal para**

- Fundadores y directores de marketing de marcas de consumo y DTC
- Responsables de marketing encargados de las redes sociales y el contenido orgánico
- Compradores minoristas y profesionales del merchandising interesados en marcas emergentes
- Programas de emprendimiento y redes de mujeres emprendedoras

## **Resultados para el público**

- Una visión desde la práctica de cómo un único contenido orgánico se traduce en distribución minorista.

- Lecciones operativas específicas sobre cómo hacer crecer una marca de consumo autofinanciada, desde su lanzamiento en la mesa de la cocina hasta las estanterías de Selfridges.
- Una visión más clara de lo que realmente impulsa el rendimiento en redes sociales de los productos, frente a lo que queda bien en una presentación.
- El relato de un fundador sobre los entresijos poco glamurosos que hay detrás de un momento viral: existencias, logística, efectivo y captación de compradores.