



## Lucy Hitchcock

### LEADER AZIENDALE

I marchi di consumo continuano ad acquistare visibilità e a ricevere complimenti. Il problema più complesso è trasformare l'attenzione in presenza sugli scaffali, ordini ricorrenti e credibilità nella categoria prima che il momento passi. La maggior parte dei team di marketing è in grado di descrivere cosa ha funzionato su TikTok la settimana scorsa; pochi, invece, sanno spiegare come costruire un business basato sul prodotto che resista al picco di popolarità.

Lucy Hitchcock è un'imprenditrice e specialista di marketing digitale britannica che aiuta i marchi di consumo a trasformare la popolarità organica sui social in distribuzione al dettaglio e ricavi duraturi.

## Lucy Hitchcock di 2026 Biografia

### Perché le aziende scelgono di collaborare con Lucy Hitchcock

- Ha messo in pratica ciò di cui parla. Partner in Wine è passato da un progetto secondario nato durante il lockdown a essere distribuito presso Selfridges, Liberty London, Oliver Bonas e Urban Outfitters, grazie a un video su TikTok che ha generato un aumento delle vendite del 1.700% in un solo giorno.
- Gestisce l'agenzia Sassy Digital, che supporta il playbook. I team di marketing ottengono una visione pratica di Shopify, del design dell'e-commerce e dei video brevi, non una loro astrazione teorica.
- Il suo riconoscimento è concreto e ben definito: Telegraph e NatWest 100 Female Entrepreneurs to Watch, oltre all'inclusione nella lista Year on TikTok 2021 di TikTok.
- È una delle poche relatrici del Regno Unito in grado di spiegare come un momento virale si traduca in un incontro con un acquirente da Selfridges e come siano effettivamente le operazioni dietro a tale conversione.

### Punti salienti della biografia

- Fondatrice di Sassy Digital, un'agenzia di marketing digitale ed e-commerce specializzata in Shopify e Squarespace.
- Fondatrice di Partner in Wine, presente presso Selfridges, Liberty London, Oliver Bonas e Urban Outfitters.
- Inserita nella lista delle 100 imprenditrici da tenere d'occhio del Telegraph e NatWest.
- Apparsa nella selezione "Year on TikTok 2021" di TikTok a seguito di un video virale sul lancio di un prodotto.
- Conduttrice di The Winging It Podcast, un programma dedicato al

### DISPONIBILE PER

- Relatori

### TEMI DI CONVERSAZIONE DI LUCY

- Esperienza del cliente e marketing
- Imprenditorialità
- Innovazione del modello di business
- Strategia di marca
- Trasformazione digitale
- Vendite e Acquisizione Clienti

### LINGUA: Inglese

mondo degli affari e dell'imprenditoria prodotto da Sassy Digital.

- La sua storia di crescita imprenditoriale è stata raccontata da BBC News, Business Insider, Mail Online e The Sun.

## **Biografia**

Un bicchiere di vino caldo in un parco londinese durante il lockdown è un punto di partenza inverosimile per un marchio di consumo che finisce sugli scaffali di Selfridges e Liberty London. Partner in Wine, l'azienda di bottiglie termiche per vino lanciata da Lucy Hitchcock nel 2020, ha percorso questa strada in diciotto mesi. Un singolo video su TikTok nel marzo 2021 ha generato mezzo milione di visualizzazioni in dodici ore e un picco del 1.700% nelle vendite dello stesso giorno.

Il motivo per cui questo è importante per un pubblico commerciale non è la viralità. È la conversione. La maggior parte dei marchi che diventano virali non finisce con un incontro con un acquirente presso un rivenditore di punta; Hitchcock ci è riuscita, e poi ha ripetuto l'impresa con Oliver Bonas, Urban Outfitters e Liberty. La crescita è stata autofinanziata, gestita dalla casa dei suoi genitori nei primi mesi e sostenuta dall'agenzia che aveva già creato.

Quell'agenzia è Sassy Digital, che ha fondato a 23 anni per aiutare le piccole imprese di consumo con il branding, la creazione di negozi su Shopify e il design dell'e-commerce. Lavorare su entrambi i fronti, come fondatrice e gestrice dell'agenzia, le offre una visione insolita di dove i social in formato breve falliscono effettivamente per i marchi di prodotto e dove le operazioni devono recuperare terreno.

Il lavoro è stato seguito dal riconoscimento. Hitchcock è stata inserita nella lista delle 100 imprenditrici da tenere d'occhio del Telegraph e NatWest, e Partner in Wine è stata inserita nella selezione "Year on TikTok 2021" di TikTok. Conduce il podcast "The Winging It", dove intervista altri fondatori su ciò che hanno effettivamente fatto, non su ciò che avrebbero voluto fare.

## **Argomenti principali delle conferenze**

- Costruzione di un marchio direct-to-consumer
- Social media brevi e TikTok per la crescita dei prodotti
- Scalabilità dell'e-commerce con risorse proprie
- Distribuzione al dettaglio e conversione degli acquirenti
- Il percorso delle fondatrici
- Marketing digitale per le piccole imprese

## **Ideale per**

- Fondatori e CMO di marchi di consumo e DTC
- Responsabili marketing incaricati dei social organici e dei contenuti
- Acquirenti al dettaglio e addetti al merchandising alla ricerca di marchi emergenti
- Programmi di imprenditorialità e reti di fondatrici

## **Risultati per il pubblico**

- Una visione pratica di come un singolo contenuto organico si traduca in distribuzione al dettaglio.
- Lezioni operative specifiche tratte dal processo di espansione di un marchio di consumo autofinanziato, dal lancio in casa agli scaffali di

Selfridges.

- Una visione più chiara di ciò che realmente determina le prestazioni sui social per i prodotti, rispetto a ciò che sembra efficace su una presentazione.
- Il racconto di un fondatore sui meccanismi poco glamour che stanno dietro a un momento virale: scorte, evasione degli ordini, liquidità, contatto con gli acquirenti.