



WESTWING

## GRANDE COMO UN CONTINENTE

Web: [www.westwing.es](http://www.westwing.es)

**O** como sus números: más de dos millones y medio de socios sólo en nuestro país -con la marca, procedente originalmente de Alemania, presente en una docena de vecinos europeos-, miles de referencias en catálogo y cerca de doscientos millones de euros de beneficios globales. "Nos gusta pensar que somos una revista donde se puede comprar. Nuestro objetivo es emocionar, hacer que nuestros socios deseen entrar cada día en la web para ver qué pasa ese día y que queden cautivados por nuestra oferta, contenidos y descuentos". Los tres pilares básicos en los que se apoya esta fórmula (ganadora): un gran producto, inspiración -es decir, mucho contenido editorial, además de una selección y puesta en página de producto muy atractiva- y descuentos de hasta el 70%. "Nuestra misión es hacer casas bonitas", insiste Silvia Arenas, su directora creativa en España.



"RECORREMOS EL MUNDO PARA DESCUBRIR PIEZAS LLENAS DE ESTILO, QUE NOS EMOCIONEN Y EMOCIONEN A NUESTROS SOCIOS, QUE INSPIREN"



### MÁS ES MÁS

Su oferta es maximalista: desde últimas tendencias a estilos clásicos, pasando por el diseño escandinavo, guiños nostálgicos, *vintage* e incluso piezas únicas antiguas.

