

Back Stage

## El lujo despegua online: dos de cada diez compras del sector se harán por Internet en 2025

Modaes  
28 oct 2015 - 14:13

Aunque ha llegado tarde, el lujo está acelerando en el mundo digital. Hoy, sólo seis de cada cien compras de lujo se realizan hoy a través de la web. Pero en diez años, este porcentaje se triplicará hasta alcanzar el 18%, según ha explicado **Aimee Kim**, socia de la consultora **McKinsey**. Aun así, el sector debe continuar luchando por mantener el equilibrio entre las tiendas, que siguen siendo claves para su imagen y la experiencia de compra, y la web.

“No hace mucho tiempo, el retail era algo bastante claro, pero las opciones hoy son alucinantes, tanto en términos de tiendas físicas como en online”, explicó Kim. En el sector de la moda, el 68% de los consumidores navegan online y visitan las tiendas antes de hacer una compra programada

Esto también incluye a los clientes del lujo. Aunque a menudo se habla de que los *millennials* son el segmento que más compara precios, la disponibilidad de la información online previa a la compra es “una de las mayores ventajas de Internet para los compradores de lujo”, explica Kim.

Del mismo modo, el sector debe mantenerse a la vanguardia en las tiendas físicas, porque “es el primer contacto que el consumidor tiene con el lujo”, señala la experta. Además, el 43% de los consumidores se sienten mejor informados tras visitar una tienda. “Algo tan simple como un *pop up* puede ayudar a florecer el negocio de una marca”, explica la consultora.

---

# Modaes

---

A modo de recomendación para las compañías del sector de gama alta, desde **McKinsey** resaltan tres cuestiones: redefinir la cartera de tiendas en base al legado de la marca, identificar a los líderes en términos de formato y asociarse con ellos, y asegurarse siempre una imagen de marca consistente independientemente de dónde y cómo se venda el producto.