
Modaes

Empresa

Coach desembolsará 460 millones hasta 2017 en la implantación de su nuevo concepto de retail

Modaes
24 nov 2014 - 12:31

Coach invierte en su nueva imagen. La compañía estadounidense desembolsará alrededor de 570 millones de dólares (459 millones de euros) en la implantación de su nuevo concepto de retail, desarrollado entre **Stuart Vevers**, director creativo de la firma, y la agencia creativa **Studio Sofield**.

Este nuevo concepto, que ya se puede ver en tres de las tiendas que **Coach** tiene en todo el mundo, se implantará progresivamente en toda la red de distribución de la compañía durante los próximos tres años.

El rediseño del espacio comercial de **Coach** se produce después de que la compañía incorporara, en 2013, a **Stuart Vevers** como nuevo director creativo. Desde entonces, **Coach** ha presentado nuevas prendas de ropa, nuevas campañas de publicidad, un nuevo eslogan basado en el lujo moderno, y ahora, un nuevo concepto de retail.

La nueva imagen de la compañía se puede ver actualmente en las tiendas ubicadas en Rodeo Drive, en Beverly Hills, en el centro Time Warner de Nueva York y en el distrito de Shinjuku, en Tokio.

Coach prevé abrir veinte nuevos establecimientos bajo el recién estrenado concepto de retail antes de la campaña de Navidad. El objetivo de la firma es remodelar 150 tiendas y abrir 60 nuevas hasta finales del ejercicio 2015. Pese a que el concepto de retail se implantará de forma masiva, cada punto de venta contará con detalles exclusivos según su ubicación.

La compañía estadounidense concluyó el primer trimestre del ejercicio (periodo finalizado el pasado 27 de septiembre) con un retroceso del 45% en su resultado neto,

Modaes

hasta 119,10 millones de dólares (93,81 millones de euros). **Coach** finalizó los tres primeros meses con una caída del 9,7% en su facturación, hasta 1.038 millones de dólares (817,64 millones de euros).