Modaes

Empresa

El Corte Inglés apuesta por la estrategia multicanal y pone en marcha el servicio de 'click & collect'

Modaes
26 jun 2014 - 16:34

El Corte Inglés eleva su apuesta por la Red. El grupo español de grandes almacenes ha puesto en marcha el servicio de *click & collect*, con el que sus clientes podrán adquirir productos online y recogerlos en puntos de venta físicos de la compañía.

El servicio, que ya está disponible en más de doscientos establecimientos de **El Corte Inglés**, **Supercor** y **Supercor Exprés** de toda España, incluye, entre otras, a categorías como moda, complementos, zapatería, informática, juguetes, cultura y ocio.

El consumidor puede realizar sus pedidos en la Red a través de un ordenador, un *smartphone* o una tablet, para después decidir qué punto de venta utilizar para recoger los productos adquiridos online.

En los centros en los que este servicio está disponible, **El Corte Inglés** ha instalado puntos de recogida destinados únicamente a los pedidos realizados a través de la Red, como ya hacen otros operadores del sector como Inditex, que en algunas de sus tiendas ya cuenta con mostradores específicos para los pedidos online.

La entrega de los productos adquiridos en la Red se realiza en menos de 72 horas si el centro escogido por el cliente cuenta con los artículos en stock; si no es así, el tiempo de entrega se alarga hasta un máximo de diez días.

https://www.modaes.com/empresa/el-corte-ingles-apuesta-por-la-estrategia-multicanal-y-pone-en-marcha-el-servicio-de-click-collect

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Con este nuevo servicio, **El Corte Inglés** busca integrar la estrategia multicanal en su estructura y facilitar el proceso de compra a usuarios que habitualmente realizan sus compras en la Red. El objetivo del grupo español de grandes almacenes es conectar el centro de venta online y el offline en un único canal en el que el consumidor pueda escoger qué comprar y dónde ir a recogerlo.

El lanzamiento del servicio de *click & collect* se produce dos meses después de que **El Corte Inglés** incrementara su presencia online con la entrada en el mercado francés , que se unió a Reino Unido, Holanda e Irlanda, donde la compañía ya cuenta con presencia online, tal y como adelantó Modaes.es.

El Corte Inglés redujo su facturación un 7,8% en el ejercicio 2012, pero mantuvo los números negros, con un beneficio neto de 171,5 millones de euros, un 18,3% menos. La facturación de la compañía en el ejercicio cerrado el pasado 28 de febrero se situó en 14.552,5 millones de euros.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.