

Modaes

Empresa

El Ganso, más omnicanal: lanza un proyecto de 'personal shoppers' desde tienda

Las ventas online de El Ganso se dispararon un 60% en términos comparables el año pasado y coparon el 25% de la facturación. En lo que va de año, han crecido ya más de un 80%.

Modaes
19 feb 2021 - 13:55



El Ganso sigue innovando en su apuesta por la digitalización. La compañía, que el año pasado abrió su plataforma de ecomerce a marcas de terceros, ha lanzado ahora un servicio de personal *shopper online* que se apoyará en su red de tiendas físicas.

El servicio, desarrollado internamente, está ya disponible a través de la página web de El Ganso. **El cliente puede realizar una videollamada y conectar con un dependiente de la tienda de Gran Plaza 2, en Madrid.**

1/2

<https://www.modaes.com/empresa/el-ganso-mas-omnicanal-lanza-un-proyecto-de-personal-shoppers-desde-tienda>

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.

Modaes

Una cámara sigue al dependiente por toda la tienda mientras le enseña los productos al cliente, que puede hacer *zoom* en cualquier artículo. El objetivo es extender el servicio a otras tiendas de El Ganso a corto plazo.

El objetivo del proyecto es hacer más personal el proceso de compra online, ofrecer un servicio de atención al cliente en tiempo real y optimizar las tiendas y el personal de los establecimientos físicos más allá de la venta física.

El Ganso generó el año pasado un cuarto de su facturación a través del canal online

El proyecto se enmarca en el plan de El Ganso de impulsar su área digital y la **omnicanalidad**. El año pasado, la empresa lanzó un *marketplace* de diferentes sectores utilizando su propia plataforma digital.

Las ventas online se dispararon un 60% el año pasado en términos comparables y coparon ya un 25% de las ventas totales de la empresa. En lo que va de año, el ecommerce se ha impulsado un 80% y representa el 30% de la facturación.

El Ganso pactó a principios de este año el traspaso de su deuda a Bravo Capital. El pasivo de la empresa, que lleva varios meses negociando este acuerdo, es de alrededor de 28 millones de euros. **La compañía finalizó 2020 con una caída de ventas del 27% respecto a 2019, cuando anotó 68 millones de euros.**