

---

# Modaes

---

Empresa

## La estadounidense Gilt apuesta por Asia y adapta su plataforma para el público local

---

Modaes  
10 nov 2014 - 13:06

**Gilt** apuesta fuerte por el continente asiático. La plataforma estadounidense de ventas flash, que actualmente envía sus productos a 120 países de todo el mundo, ha decidido adaptar su estructura para el consumidor asiático, tras haber establecido su formato estándar en su desembarco inicial.

La compañía, cuyo proyecto inicial para el mercado asiático no ha funcionado, ha optimizado sus operaciones a nivel local, ha desarrollado una estrategia de marketing propia para el mercado, ha introducido mercancía adaptada a las temporadas y al clima del continente y ha incluido contenido traducido.

**Gilt** quiere utilizar su proyecto en Asia, y sobre todo en China, como un test para el resto de mercados en los que planea desembarcar, como Emiratos Árabes, Dubái o Rusia. “Si tenemos éxito en un mercado tan complejo como el chino, entonces el resto serán más sencillos de abordar”, ha explicado **Michelle Peluso**, consejera delegada de **Gilt** a *WWD*.

En su proyecto asiático, **Gilt** trabaja de la mano de gigantes como **Alibaba**, con el que ha implementado varias soluciones adaptadas al consumidor local.