

Modaes

Empresa

Liverpool se vuelca en el canal online: lanza la plataforma de ecommerce para Suburbia

El gigante mexicano de tiendas departamentales prosigue su avance en la Red y ultima la puesta en marcha de la tienda online de Suburbia para el próximo octubre.

María Bertero
31 jul 2018 - 00:00

Liverpool se vuelca en el canal online: lanza la plataforma de ecommerce para Suburbia

Liverpool sigue avanzando en digitalización y comercio online. El gigante mexicano de tiendas departamentales da impulso a su canal de ecommerce y prosigue su objetivo de convertirse en una empresa 100% omnicanal con el lanzamiento de una plataforma para Suburbia.

“Estamos satisfechos con los resultados del primer semestre y en ver que vamos camino a ser una compañía omnicanal”, destacó Enrique Güijosa, director financiero de Liverpool en la conferencia de prensa con los analistas.

El grupo mexicano destacó el buen desempeño que viene teniendo el canal online en la facturación de sus tiendas Liverpool, que en el segundo trimestre creció un 67,7%. **De las ventas realizadas en la plataforma de ecommerce, el 70% se realizan a través del celular y el 80% desde la aplicación de Liverpool.**

Liverpool destinará parte de su inversión prevista para el próximo año en mejorar su estrategia omnicanal

El aumento de las compras en el canal online durante los últimos tres meses del ejercicio estuvo impulsado por la edición del último Hot Sale, jornada que Liverpool

Modaes

destaca, junto al Cyber Monday, como primordial para acelerar sus ventas en la Red. Sin embargo, la compañía aseguró que el reto está en “intentar seducir a los consumidores más allá de estas dos fechas de descuentos online”.

Teniendo en cuenta la buena racha del canal online de la cadena homónima del grupo, la compañía mexicana ultima la puesta en marcha de una nueva plataforma de ecommerce. **El próximo octubre, Liverpool lanzará la tienda online de Suburbia**, la cadena de moda comprada a Walmart en abril de 2017.

Además de su expansión en la Red, Suburbia también ganará terreno en el canal físico. La compañía mantiene el objetivo **de subir la persiana de seis nuevas tiendas en México a lo largo del ejercicio 2018**, además de otra media docena de aperturas de su cadena homónima.

En las previsiones de inversión para lo que resta del año, Liverpool mantendrá el foco en nuevas aperturas y en seguir fortaleciendo el canal online. **Parte del monto total será destinado para mejorar la estrategia omnicanal del grupo, además de la puesta en marcha de un nuevo almacén logístico.**