Modaes

Empresa

Mango crea una ‘comunidad’ online para conocer a sus clientas

La compañía ha lanzado una plataforma online en la que realizará estudios de mercado para captar más datos de sus consumidoras.

Modaes
16 jul 2020 - 11:12

Mango, a por más *data*. La compañía de distribución de moda ha creado una nueva plataforma online, llamada Comunidad de Innovación de Mango, para realizar estudios de mercado y captar más información de sus clientas. **El objetivo es formar un panel de consumidores**: la marca realizará encuestas, entrevistas y *focus group* y compartirá con los clientes las iniciativas que salgan de los resultados.

La empresa extrae información desde el momento de la inscripción, el único paso que está disponible por ahora: ¿qué tipo de persona eres? ¿Con qué frecuencia compras? ¿Cuál es tu estilo?, son algunas de las preguntas que hace la compañía.

https://www.modaes.com/empresa/mango-crea-una-comunidad-para-exprimir-los-datos-de-sus-clientas

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.

La iniciativa tiene alcance internacional y está disponible en español, inglés y francés. La cadena preguntará a sus clientas sobre marca, diseño de producto, rol de las tiendas o experiencia online, además de otros temas de interés general como la moda, la sociedad o las nuevas tendencias de consumo.

Mango realizará encuestas y estudios de mercado a sus clientas

"Con esta iniciativa, Mango pretende adelantarse a las necesidades de sus clientes, entender cuáles son sus expectativas, su percepción de la marca y tener en cuenta su *feedback* en la toma de decisiones", señala la empresa en un comunicado.

Al apuntarse, Mango subraya a la clienta que no recibirá ninguna comunicación comercial por inscribirse en la comunidad. Las clientas tampoco recibirán nada a cambio de participar.
A través de este mismo canal, **la empresa irá informando a sus miembros de los resultados** obtenidos en las investigaciones, los proyectos que surjan de ellas y de otros temas que puedan ser de su interés.

El proyecto ha sido desarrollado en el centro de innovación de Mango, que abrió sus puetas en 2019 en el distrito 22@de Barcelona y donde trabajan los equipos de ecommerce y omnicanalidad.

Captar datos de sus clientas ha sido uno de los mecanismos de Mango en el marco de su plan de reposicionamiento. En 2019, la compañía lanzó su primer club de fidelización con el objetivo de "tener una visión omnicanal de cómo se comporta el cliente", explicó entonces la empresa.

Antes del estallido de la pandemia, el grupo había comenzado a recoger los frutos de su plan de transformación: la empresa dejó atrás tres años de números rojos y cerró 2019 con un beneficio neto de 21 millones de euros. **La empresa alcanzó su récord de ventas**, tras crecer un 6,3% y registrar una facturación de 2.374 millones de euros.

https://www.modaes.com/empresa/mango-crea-una-comunidad-para-exprimir-los-datos-de-sus-clientas

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.