

Empresa

Marks & Spencer invierte 180 millones en el relanzamiento de su negocio online

Modaes
19 feb 2014 - 10:41

Marks & Spencer apuesta por su negocio online. El grupo británico de distribución ha llevado a cabo un cambio de toda su página web con el objetivo de atraer al mayor número de clientes posible. Ahora, y tras realizar una inversión de 150 millones de libras (182 millones de euros), **Marks & Spencer** ha relanzado su plataforma online.

El desembolso para el *lavado de cara* de la página web de **Marks & Spencer** forma parte de la inversión de 1.000 millones de libras (1.217 millones de euros) que la compañía anunció que realizaría para reforzar la parte logística de su negocio. De este modo, y con el relanzamiento de su estructura online, **Marks & Spencer** se desvincula del anterior gestor de su web: el gigante **Amazon**.

“Si estás comprando online, estás, básicamente, comprando una foto. Por eso hemos incrementado un 50% el tamaño de las fotografías y hemos convertido la compra en la web en una experiencia mucho más visual”, ha explicado **Laura Wade-Grey**, directora de la multicanal y ecommerce de **Marks & Spencer**.

Además de la interfaz y la usabilidad de la plataforma online de la compañía, **Marks & Spencer** también ha incluido contenido editorial, tras comprobar que los usuarios estaban más dispuestos a comprar un producto si primero habían leído sobre él.

En una segunda fase de mejoras, **Marks & Spencer** tiene previsto reducir los plazos de entrega de productos y añadir una opción para que el cliente pueda comprobar el stock de una tienda cercana para ir a comprar allí el artículo.

Modaes

La apuesta por el ecommerce forma parte del cambio de estrategia llevado a cabo por **Marks & Spencer** en los últimos meses, para intentar remontar la evolución de sus ventas en divisiones como la de moda. En este sentido, el grupo acaba de incorporar como nuevo director de desarrollo de negocio al ex ejecutivo de **Inditex**, **Costas Antimissaris**.