
Modaes

Empresa

Pepe Jeans se vuelca en el canal multimarca con una plataforma digital para sus marcas

El grupo español de distribución de moda sigue los pasos de grupos como Tommy Hilfiger, que en los últimos años se han acercado a los clientes profesionales mediante herramientas digitales.

Iria P. Gestal
11 ene 2017 - 04:54

Pepe Jeans se vuelca en el canal multimarca con una plataforma digital para sus marca

Pepe Jeans no quiere dejar escapar al canal multimarca. La compañía española, que opera con marcas como **Pepe Jeans** o **Hackett**, se marca como objetivo afianzar su relación con los clientes profesionales con el lanzamiento de una nueva plataforma digital, que se pondrá en marcha durante los primeros meses de 2017.

A cierre del último ejercicio, el 66% de las ventas de **Pepe Jeans** se generaron del canal *wholesale* y de distribuidores y el 34% del retail. “**Pepe Jeans** ha definido una estrategia digital centrada en el cliente *wholesale* como uno de sus principales activos”, ha explicado la compañía a Modaes.es.

El grupo ha puesto en marcha una plataforma *B2B* para las marcas de **Pepe Jeans** y **Hackett**, apostando por SAP Hybris Commerce. De la mano de The Birchman Group, **Pepe Jeans** crea una herramienta que pretende aportar al cliente *wholesale* nuevas capacidades digitales y multicanal.

Modaes

La compañía española obtuvo más del 60% de su negocio a través del canal multimarca en el último ejercicio

“La nueva plataforma, disponible en varios idiomas y monedas, mejora la gestión del catálogo de productos con respecto a la actual y mejorará también significativamente la eficacia del canal y la comunicación”, señala la empresa

Mediante la plataforma, los clientes tendrán capacidad de gestionar sus pedidos directamente y en cualquier momento, además de poder obtener en modo autoservicio información detallada de su cuenta (historial de pedidos, facturas, direcciones de envío, o recuperar sus selecciones de compra guardadas previamente).

Con este movimiento, la empresa sigue los pasos de otros grandes operadores del sector, como **Tommy Hilfiger**, que en 2015 puso en marcha desde Ámsterdam un *showroom* digital para modificar el sistema de compra de sus grandes clientes. **Tommy Hilfiger**, propiedad del grupo **PVH** (que también controla **Calvin Klein**) y distribuida en España por **Pepe Jeans**, desarrolló un sistema interactivo para que los retailers realicen sus compras.

La empresa pone en marcha una plataforma para que sus clientes multimarca gestionen directamente sus pedidos

Pepe Jeans es uno de los mayores grupos de Europa de distribución de moda. El grupo cerró su ejercicio 2015 el 31 de marzo de 2016 con una facturación de 557,25 millones de euros, frente a los 538,13 millones de euros del año anterior. El resultado neto del grupo se situó en 8,65 millones de euros.

Modaes

A 31 de marzo de 2016, el grupo sumaba un total de 321 tiendas propias en todo el mundo, 192 correspondientes a **Pepe Jeans**; 99, a **Hackett**; 29, a **Tommy Hilfiger**, y una a **Norton**. Un año antes, a 31 de marzo de 2015, la red de tiendas propias del grupo Pepe Jeans estaba compuesta 304 establecimientos: 183 de **Pepe Jeans**, cien de **Hackett** y 28 de **Tommy Hilfiger**.

La empresa está controlada desde principios de 2015 por el fondo libanés **M1**. Además de **Pepe Jeans** y **Hackett**, la compañía controla desde el pasado noviembre la firma **Façonnable** y acaba de lanzar al mercado **Norton**. Además, gestiona la distribución en España de **Tommy Hilfiger** y **CK**.