

Empresa

Zara continúa tendiendo puentes entre el online y el 'brick' con un 'pop up' en Milán

La cadena estrella de Inditex ha abierto una tienda efímera en el interior de su *flagship store* en Corso Vittorio Emanuele II, en Milán (Italia), que está siendo sometida a una reforma integral y reabrirá sus puertas en septiembre.

Modaes
16 abr 2018 - 18:54

Zara continúa tendiendo puentes entre el online y el 'brick' con un 'pop up' en Milán

Zara sigue buscando el equilibrio entre *brick* y online. La cadena estrella de Inditex acaba de poner en marcha un nuevo *pop up store*, ubicado en el interior de su *flagship* en Corso Vittorio Emanuele II, en Milán (Italia). **Los clientes que visiten el establecimiento efímero no podrán probarse las prendas allí expuestas**, pero serán asesorados por el personal a la hora de encontrar su talla adecuada, según WWD.

Una vez hayan decidido adquirir un producto, un empleado efectuará la operación a través de un dispositivo móvil y el pedido será enviado a la dirección que el cliente escoja. Además, el *pop up* de Milán permitirá hacer uso de la *app* de realidad aumentada que el grupo presentó el pasado marzo, con un piloto en 120 tiendas.

El establecimiento efímero de Zara en Corso Vittorio Emanuele estará abierto hasta finales de julio, mientras la empresa somete a una reforma integral su *flagship store*. A partir de mayo, se prevé que la cadena de Inditex ponga en marcha nuevos *pop ups* en otras ciudades del mundo.

Zara realizará pedidos online desde su tienda efímera en Milán, que luego se enviarán a las direcciones que faciliten los clientes

El pasado enero, Zara empezó a testar nuevos formatos de tienda en Reino Unido. La compañía abrió en el centro comercial Westfield de la capital británica una tienda dedicada únicamente al comercio electrónico y pensada exclusivamente para realizar y recoger pedidos online.

Inditex finalizó su ejercicio 2017 con unas ventas de 25.336 millones de euros, un 9% más que en el año anterior. Por otra parte, el beneficio neto del grupo creció un 7%, hasta 3.368 millones de euros. A 31 de enero de 2018, la compañía operaba con 7.475 tiendas en todo el mundo.