

Look

Marks&Spencer, tecnología para hacer 'push up' a sus ventas

El grupo británico introduce una nueva herramienta que le permitirá saber qué productos de lencería se venderán más.

Modaes
26 feb 2020 - 05:00

Marks&Spencer introduce una herramienta digital que le permitirá adaptar su oferta de sujetadores a las necesidades exactas de las clientas. El grupo de distribución de moda ha lanzado un sistema, relacionado con su servicio de *bra fitting*, con el que las clientas recibirán datos sobre los tamaños y estilos de sujetadores que más se adaptan a sus clientas.

La herramienta también ofrecerá una experiencia personalizada a las clientas enviándoles emails con información y recomendaciones sobre las prendas de lencería más adecuadas para su cuerpo, además de recordatorios sobre citas de *fitting*.

El *bra fitting* es una experiencia, que ofrecen cada vez más marcas de lencería como Victoria's Secret y Debenhams, que consiste en encontrar la talla de copa y el modelo de sujetador que más se ajuste a cada clienta con la ayuda de expertos y de forma gratuita. En estas citas se miden distintas zonas del cuerpo de la compradora, como el torso, y se prueban distintos modelos sin compromiso de compra.

“Marks&Spencer está cambiando y tenemos un enfoque incesante en lo que nuestros clientes quieren; un estilo de vestimenta fácil y elementos esenciales de vestuario respaldados por una buena experiencia de compra”, ha declarado Laura Charles, directora de la sección de lencería del grupo de distribución de moda.

En Reino Unido una de cada tres mujeres utiliza lencería de Marks&Spencer y **para el grupo británico la cuota de mercado de sujetadores se encuentra en un máximo histórico de 37,5%**. Con esta nueva herramienta su objetivo es fortalecer aún más este porcentaje con la adaptación de sus prendas a las necesidades de las

1/2

<https://www.modaes.com/look/marksspencer-tecnologia-para-crecer-push-upsus-ventas>

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.

Modaes

compradoras así como conseguir más fidelización de las clientas ofreciéndoles una experiencia fácil de compra.

“La tecnología está creando grandes oportunidades para el sector del retail, en Marks&Spencer nos está ayudando a desarrollar soluciones para nuestros clientes que hacen que la compra con nosotros sea más fácil y conveniente”, ha afirmado Amanda Glover, gestora de cambios digitales de la empresa.