

Modaes

Look

Ted Baker se hace oír

La compañía británica se convierte en la primera empresa de moda en tener su propio *club* en la nueva red social Clubhouse, que ha ganado popularidad en las últimas semanas.

Modaes
26 mar 2021 - 05:00



Ted Baker quiere que le escuchen. La compañía británica de moda **se ha convertido en la primera firma del sector en abrir un perfil en la red social Clubhouse**. La empresa, que debutó esta semana en la plataforma, ganó tres mil seguidores en su estreno.

La aplicación se caracteriza por la falta de texto, imágenes y vídeo: **los usuarios sólo se pueden comunicar con audio a través de grupos de hasta cinco mil personas**. Obtener el estatus de club permite seleccionar una comunidad de marca dentro de la plataforma y asociarse con talentos y expertos de la industria.

1/2

<https://www.modaes.com/look/ted-baker-se-hace-oir>

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

La primera aportación de Ted Baker a la plataforma es *Conversations in Culture*, una serie dividida en seis partes y organizada por Abraxas Higgins, el mayor creador de contenido de la red social de Reino Unido: cuenta con más de 370.000 seguidores en la aplicación.

Ted Baker fue seguido por tres mil ‘clubbers’ en su estreno en la plataforma

La compañía de moda ha anunciado que **publicará cada sesión en Clubhouse como una serie de podcasts bajo el título *Ted Baker Club Presents:***

Conversations in Culture, que se puede transmitir y descargar a través de Apple Podcasts.

“Clubhouse es una oportunidad para experimentar con formatos digitales nuevos”, ha señalado Jennifer Roebuck, directora del servicio al consumidor de Ted Baker.

“Como marca, **queremos usar nuestra voz para ser parte de la conversación cultural** junto a talentos de nuestra industria y de otros sectores”, ha continuado la ejecutiva.

Ted Baker cerró 2020 con un resultado neto negativo de 70,4 millones de libras (78,6 millones de euros), frente al beneficio de 24,4 millones de libras (27,2 millones de euros) ejercicio anterior. Las ventas de la empresa, por su parte, cayeron un 1,4%, hasta 630,5 millones de libras (704,1 millones de euros).