

IKOHS reinventa los electrodomésticos combinando IoT y diseño premium a un precio competitivo

Desde su lanzamiento, el pasado mes de enero, la startup española ha vendido más de 100.000 unidades de sus productos en una decena de países europeos. La compañía ha alcanzado un acuerdo con Samantha Vallejo-Nágera para convertirla en la imagen de su marca. Su primer evento como embajadora será el próximo sábado a las 12:30 h en la tienda AliExpress Xanadú, donde realizará un showcooking en el marco de los eventos con motivo del Single Day

Electrodomésticos de última generación equipados con Internet de las Cosas (IoT), con un diseño, exclusivo, atractivo e innovador, y adaptados al estilo de vida de la sociedad actual. Esta es la apuesta de la startup española IKHOS, cuyo objetivo es ofrecer a sus clientes una experiencia y un producto premium a un precio realmente competitivo, gracias a un modelo de negocio basado en una sólida estrategia digital, en la verticalización de la cadena de valor y en la combinación de la venta directa al consumidor final y la presencia en los principales retailers europeos.

Fundada en enero de 2019, IKOHS nace con un planteamiento disruptivo en la industria de electrodomésticos para dar respuesta a una demanda creciente del mercado y convertirse en una marca aspiracional que reúne todo aquello que busca el consumidor de hoy. Y lo pone a su disposición a través de diferentes canales de comercialización, desde su web y los marketplaces de referencia, como Amazon o AliExpress, hasta el canal retail tradicional.

"Nuestra empresa es nativa omnicanal, por lo que una de nuestras obsesiones es ofrecer la misma experiencia como marca en todos los puntos de contacto que tenemos con el consumidor, ya sean directos, indirectos o a través de terceros. La presencia en los marketplaces es, sin duda, un pilar estratégico de nuestro modelo de negocio, pero la experiencia del cliente es el centro de todo lo que hacemos", asegura Luis Monserrate, director general de IKOHS.

Más de 150 referencias de productos

La compañía mantiene una apuesta firme por la conectividad, y dedica una parte importante de sus recursos a la innovación en el campo del IoT. De hecho, muchos de sus productos están conectados con apps que permiten al usuario controlar los dispositivos desde su propio smartphone. Dentro de su catálogo, formado por más de 150 referencias, se incluye una completa gama de productos de gran alcance comercial, como los robots aspiradores y los robots de cocina, así como productos de diseño que permiten convertir al electrodoméstico en una pieza más de decoración en el hogar.

En estos diez meses de vida, IKOHS ha conseguido vender más de 100.000 artículos. Algunos de sus productos han llegado a ser el 'producto más vendido' en Amazon en categorías tan concurridas como 'Robot Aspirador', tanto en España como en otros países europeos, ya que está presente en una decena de países del continente y actualmente planea su expansión a otras geografías.

La clave de su éxito radica, en primer lugar, en su equipo, que combina talento de primer nivel procedente de algunas de las compañías más reconocidas del sector de la moda y el retail a nivel mundial, con una alta especialización en entornos digitales, y que se reparte entre sus oficinas de Madrid y Valencia. Y en segundo lugar, en su estructura, compuesta por diferentes áreas que garantizan una perfecta operación del negocio, la mejor experiencia del cliente y la máxima calidad del producto, gracias a un equipo de atención al cliente de máximo nivel, un área de Product Design & Purchasing con una gran experiencia y conocimiento, y un equipo de transporte y logística realmente centrado en el usuario.

La compañía prevé cerrar su primer ejercicio con un importante incremento del volumen de ventas, gracias a la campaña navideña, y duplicar su facturación en 2020. Para 2021 su objetivo es convertirse en la marca de referencia en electrodomésticos de hogar: "Creemos que tenemos la capacidad real de convertir a IKOHS en la mejor opción del mercado. Por producto, por precio y por experiencia de cliente", sostiene Monserrate.

Samantha Vallejo-Nágera, embajadora de la marca

IKOHS ha desarrollado también una fuerte estrategia de contenido, con el fin de complementar la experiencia del consumidor para que ésta no termine en el momento de la compra, sino que continúe después de la adquisición del producto. En esta estrategia se enmarca su reciente acuerdo alcanzado con Samantha Vallejo-Nágera, uno de los tres miembros del jurado de Master Chef, que se convierte así en embajadora de la marca. Además de dar a conocer sus productos, la conocida y televisiva chef participará en la creación de contenido de valor, aportando sus conocimientos y experiencias personales en el mundo de la gastronomía, las tendencias de diseño y la vida saludable.

Su primer evento como embajadora tendrá lugar el próximo sábado 9 de noviembre a las 12:30 horas en la tienda AliExpress Xanadú (Madrid), espacio donde IKOHS tiene una amplia representación de su catálogo de productos. La chef realizará un showcooking con el que ofrecerá a los asistentes ideas y recetas innovadoras elaboradas con algunos de los productos estrella de la marca. Esta actividad forma parte de los eventos programados con motivo del Single Day.

Datos de contacto:

IKOHS
674 71 91 54

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Consumo](#) [Electrodomésticos](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>