

Uala lanza la solución de ecommerce que permite a los salones de belleza tener su tienda en pocos minutos

Los salones de Uala podrán competir oficialmente en la venta de productos de belleza con las grandes redes de distribución

2020 ha tenido el efecto de impulsar la digitalización de muchos sectores para los que el Internet, a veces, era todavía un espejismo. Entre ellos, está sin duda el sector de la belleza, uno de los más afectados por las medidas restrictivas establecidas por el gobierno para combatir la pandemia.

Por eso Uala, el principal sitio web y aplicación del sur de Europa dedicado al mundo de la belleza y el bienestar, que siempre ha trabajado en la digitalización de las reservas de servicios personales, ha decidido lanzar la solución de comercio electrónico permitiendo a todos los salones de belleza tener su propia tienda en línea en sólo unos minutos.

"Lo que anunciamos hoy es un punto de inflexión para aquellos salones de belleza que no tienen la oportunidad de invertir tiempo y recursos en su propio comercio electrónico, ni tampoco tendrían las habilidades digitales para ocuparse de todos los aspectos de las ventas en línea, desde la privacidad hasta los sistemas de pago, sin olvidar la gestión de las existencias y los datos de los productos junto con el precio y la descripción", dice Alessandro Bruzzi, Director General de Uala.

A partir de hoy, todos los salones de Uala podrán competir oficialmente en la venta de productos de belleza con las grandes redes de distribución, añadiendo al pedido en línea la calidad del servicio, el asesoramiento y la misma atención al detalle que los clientes encontrarían en el salón.

Los usuarios podrán visitar la página de sus profesionales favoritos para elegir entre la lista de servicios para reservar una cita o la lista de productos para el cuidado personal. La página ecommerce del salón mostrará todos los detalles de los productos, junto con imágenes profesionales. A su vez, se podrá elegir entre la entrega a domicilio por mensajería o la opción de "click and collect", otra importante palanca a favor de los profesionales de la belleza para favorecer el paso de nuevos clientes en la tienda.

"Estimamos que para 2021 el 52% de los salones de belleza estarán listos para vender sus productos en línea como una fuente adicional de ingresos y un servicio al cliente de 360 grados, y estamos encantados de que Uala pueda contribuir a este objetivo", concluye Alessandro Bruzzi.

Datos de contacto:

Eolo Comunicación _ Sara Jusuy Rodríguez
Responsable Comunicación

91 241 69 96

Nota de prensa publicada en: [Madrid, diciembre de 2020](#)

Categorías: [Franquicias](#) [Moda](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>