

Showroomprive.es, primer club de ventas privado en apostar por la Cibeles Madrid Fashion Week

? El auge de las compras de moda por Internet en España motiva la presencia de la tienda online en la pasarela Cibeles ? Showroomprive.es responderà a las dudas sobre comercio electrónico de las consumidoras españolas en la Cibeles Madrid Fashion Week

Madrid, 16 al 20 de septiembre de 2011.- El negocio de la moda y las compras online avanza a ritmo vertiginoso en España. Muestra de ello es la participación por primera vez de un club de ventas privado, Showroomprive.es, en la Cibeles Madrid Fashion Week, territorio hasta ahora exclusivo para diseñadores y marcas de belleza que venden a pie de calle. La presencia e inversión de la marca francesa en Cibeles es el reflejo de la importancia que ha alcanzado la venta de moda online en nuestro país que ha dejado de ser exclusiva de unos pocos para integrarse en el día a día del español medio.

Del “Yo lo fabrico, yo lo vendo” al “Yo lo fabrico, distribúyelo tú”.

El éxito de los clubs de ventas privadas como Showroomprive.es radica en su atractivo tanto para las marcas como para los consumidores. Según indica Philippe Limes, country manager de Showroomprive.es: “las marcas deciden trabajar con clubs de venta privada como nosotros porque les damos acceso a una plataforma de distribución internacional diseñada para proteger la imagen y notoriedad de los proveedores a la vez que les permite entrar en nuevos mercados para seducir a, en nuestro caso particular, más de 8 millones de miembros en Europa”.

El “Yo lo fabrico, Yo lo vendo” cada vez se estila menos: “si eres una marca española, quieres vender el stock que tienes en el almacén e internacionalizar tu firma, es necesario cerrar alianzas con socios como Showroomprive.es, con una imagen sólida y una base de clientes fieles en varios países”, indica Limes.

Cadenas de retail versus Clubs de venta privada

La apertura de las tiendas online de importante cadenas de retail ha dado una nueva dimensión a la compra online y ha contribuido a normalizar y generalizar la compra de moda en Internet.

En palabras de Limes: “su actividad es compatible con la de los clubs de venta privada ya que las cadenas del retail ofrecen sus productos uni-marca al precio de la calle y nuestro modelo de negocio pone a disposición de los consumidores productos a precios muy reducidos que las marcas no han logrado vender a través de sus canales habituales. En realidad ganamos todos, el consumidor tiene más donde elegir y emplea mejor su dinero y las marcas cuentan con

distribuidores especializados online para dar salida a sus productos y seguir vendiendo a la par que abren tiendas propias en Internet”.

La presencia de Showroomprive.es en la Cibeles Madrid Fashion Week, la pasarela de moda más importante en España, marca la celebración del primer aniversario de la empresa en nuestro país, que concluye con más de 1.200.000 de socios registrados y 10 millones de euros en volumen de negocio. Este éxito se debe en buena medida a la excelente acogida del comercio electrónico por parte de los españoles desde el principio, algo que se ha hecho notar especialmente en este año 2011 en el que el sector ha experimentado un boom en cuanto a compras de moda en Internet se refiere, hecho que ha motivado que marcas de moda nacional muy conocidas lancen sus tiendas online.

Para más información y gestión de entrevistas con Philippe Limes, Country Manager de Showroomprive.es:

Marta Panera

Virginia Hernández

650 092 527

mpanera@influencia360.com

virginia@influencia360.com
