

19/04/2024

“EL FUTURO DE LAS MARCAS ESTÁ EN LA TIENDA FÍSICA SI QUIERE UN CLIENTE FIEL”

La evolución de los modelos de compra

PONENTES

Michael Goldenberg

Director General de Value Retail.

Luis Sans

Propietario de Santa Eulalia.

Carlos Soler

CEO de Tous.

Moderadora:

Nieves Briz

Socia M&A y Codirectora de Productos y Servicios de Consumo en Europa de DENTONS.



SECTOR RETAIL

El futuro del comercio es online, pero el futuro de las marcas está en la tienda física. Es el lugar donde pueden captar al cliente y convertirlo en un consumidor fiel a largo plazo. Las tiendas tienen que apostar por una experiencia diferenciada. El sector del *retail* tiene un futuro brillante. (MG)

APUESTA EXPERIENCIAL

El comercio se divide en el de conveniencia y el de experiencia. En el primero se busca la practicidad y es donde el canal *online* gana enteros. El segundo pertenece al ámbito del ocio y la ilusión. En este terreno hay un resurgimiento del comercio físico, con tiendas experienciales. (LS)

GENERACIÓN DE COMUNIDAD

Las marcas puramente digitales han conseguido generar comunidad, pero ahora su tendencia es abrir grandes tiendas, lugares donde la gente se quiere reunir. La tienda física enriquece la relación con el cliente. Ahora son el reflejo de lo que antes pasaba en las pantallas. (CS)

JÓVENES ASIÁTICOS

En los últimos 15 años ha habido una irrupción de gente joven en el sector del lujo, especialmente en economías emergentes en Asia. (LS)

VALORES DE MARCA

Si una marca no cumple con los valores del consumidor, el cliente se cambia. La sostenibilidad y la autenticidad juegan su papel. (MG)

Con el patrocinio de

Sabadell
Corporate & Investment Banking

bakertilly

RCD

PART OF THE DWF GROUP **dwf**