

CH Carolina Herrera impulsa su estrategia de venta online de la mano de IBM

Madrid - 22 ene 2018: Sociedad Textil Lonia, empresa dedicada al diseño, producción y venta de moda de lujo, que gestiona las marcas CH Carolina Herrera y Purificación García, ha confiado a IBM su proyecto de estrategia online de CH Carolina Herrera utilizando capacidades de ecommerce digital en IBM Cloud. Según el estudio Altagamma-McKinsey Digital Luxury Experience Observatory, en 2025 las ventas online de bienes de lujo alcanzarán el 18%, lo que supondrá unos 70.000 millones de dólares anuales. Este cada vez mayor número de clientes de bienes de lujo online es lo que ha llevado a Sociedad Textil Lonia a confiar en IBM para lanzar la tienda online CH Carolina Herrera.

“Para nosotros era esencial trasladar nuestra experiencia única de compra al mundo online y que el cliente se sienta identificado con los valores de la marca. Es fundamental para nosotros captar talento que aporte valor a la compañía y nos acompañe en los nuevos proyectos y retos tecnológicos que estamos abordando”, explica Pilar Pérez, responsable de RRHH de Sociedad Textil Lonia.

STL diseña, fabrica y vende ready-to-wear y accesorios de las marcas CH Carolina Herrera y Purificación García. Desde que iniciara su negocio en 1997, su objetivo ha sido el desarrollo a largo plazo de marcas de moda y lujo a través de una red comercial propia con una clara proyección internacional. Actualmente posee tiendas en países de cuatro continentes, con más de 750 puntos de venta en 43 países.

En la actualidad, chcarolinaherrera.com cuenta con un amplio catálogo de productos (mujer, hombre, accesorios, perfumes). Ahora los clientes pueden disfrutar de la experiencia CH Carolina Herrera tanto en la tienda física como en el canal online y desde el dispositivo que elijan (smartphone, tablet, desktop). Además, esos canales forman parte de una experiencia integrada que permite al cliente, por ejemplo, comprar artículos online desde su dispositivo móvil y recogerlos en la tienda más cercana con una atención personalizada.

“En el sector de retail, los clientes esperan una experiencia única de sus marcas, ya sea en la tienda física o desde cualquier lugar del mundo”, comenta Raúl Alonso, Socio de Consultoría y Líder de la industria de Consumo de IBM España. *“La oferta de IBM sitúa al cliente en el corazón de cualquier experiencia de compra. Ahora CH Carolina Herrera está acercando a los clientes sus artículos de lujo mediante un amplio catálogo de productos que pueden disfrutar cómo y cuándo quieran”.*

La tienda online chcarolinaherrera.com, construida sobre la plataforma de IBM Watson Commerce, y sobre la infraestructura de IBM Cloud, está disponible en diecisiete países (España, Portugal, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Bélgica, Irlanda, Polonia, Luxemburgo, Austria, Finlandia, Grecia, Dinamarca, Suecia, Mónaco) y en dos idiomas (inglés y castellano). Próximamente, la tienda online estará disponible en Estados Unidos y México, dándole mayor alcance que nunca a la marca CH Carolina Herrera.

La oferta de IBM Watson Customer Engagement ofrece una amplia gama de soluciones que incorporan tecnología cognitiva. En la actualidad IBM está trabajando con más de 17.000 empresas de todo el mundo.

Sobre Sociedad Textil Lonia

Sociedad Textil Lonia (STL) nació en 1997 como un proyecto textil dedicado al diseño, producción y venta de ready-to-wear y

accesorios con ambición internacional en el sector de la moda y el lujo. Con un equipo de más de 2.000 trabajadores y base en Ourense, Galicia, STL desarrolla dos marcas, CH Carolina Herrera y Purificación García, con un modelo integrado de gestión y, actualmente, más de 750 puntos de venta en 43 países.
