Publicado en Barcelona el 16/10/2017

Textura da un paso más en la digitalización de sus puntos de venta

La empresa, líder en el sector textil, se encuentra en pleno proceso de reconversión de sus tiendas a modelos omnicanal, interactivos y conectados. La empresa tecnológica Beabloo ha implantado una red de cartelería digital 3.0 en sus establecimientos insignia

Textura ha puesto en marcha un proyecto para transformar y conectar su red de tiendas nacionales a través de la cartelería digital. La compañía textil ha instalado un sistema de cartelería digital 3.0, visible tanto en el interior como en el exterior de más de la mitad de sus establecimientos nacionales. Además, se han instalado lectores de código de barras para conseguir una interactividad en sus imágenes de producto.

Hace un año, Textura inició el proceso de digitalización de sus puntos de venta, entregando un iPad a cada vendedora para realizar con él múltiples tareas, desde la venta online en el mismo punto de venta a presentar las colecciones propias en formato digital a los clientes de la tienda física, pasando por otros muchos procesos digitales necesarios en la gestión diaria del negocio. En conjunto, este cambio ha supuesto, entre otras cosas, que el uso del papel haya sido suprimido de las tiendas en su totalidad.

Dado el éxito rotundo de la introducción de tecnología en las tiendas entre el personal comercial, a día de hoy Textura ha llevado su proceso de digitalización un paso más allá. En esta segunda fase del proceso, la compañía ya ha transformado digitalmente sus establecimientos insignia y en breve prevé actuar en las tiendas de menores dimensiones.

Para conseguir esta transformación, Textura ha confiado en Beabloo, una compañía de Barcelona pionera por su solución única en la combinación de marketing omnicanal y big data. Esta empresa tecnológica estudió qué procesos implementar para ganar mayor visibilidad, lograr mayor agilidad y precisión para mejorar la comunicación con sus clientes dentro del punto de venta.

En concreto, el buque insignia de Textura, la tienda del centro comercial L'Illa de Barcelona, se ha convertido en el modelo de referencia de esta transformación digital. Con este punto de venta a la cabeza, las nuevas tiendas de Textura son superficies conectadas, tecnológicas e interactivas que permiten aumentar la visibilidad de sus campañas y la exposición de sus colecciones, algo que se suma a las ventajas para el cliente ya obtenidas con la digitalización de procesos a través de iPads.

Dinamización del punto de venta

Los reproductores multimedia que se pueden encontrar actualmente dentro de sus tiendas pueden ser controlados desde una plataforma de gestión de contenidos integral, personalizada por Beabloo.

Las nuevas tiendas omnicanal de Textura permiten una actualización de información desde las oficinas centrales dentro de un formato visual y moderno. Esta red de cartelería inteligente les permite

optimizar su comunicación dentro de una línea sostenible, ecológica y respetuosa con el medio ambiente.

Sobre Beabloo
Beabloo es especialista en inteligencia retail y la finalidad última de su servicio B2B es crear experiencias de alto valor dentro de este entorno. Sus servicios mejoran la experiencia de los clientes en los puntos físicos combinando estrategias de última generación en marketing digital y big data aplicadas al retail.

Con sede central en Barcelona y presencia en más de 20 países, Beabloo fue fundada en 2008 y es líder en el desarrollo de soluciones de marketing digital omnicanal y analítica para el mundo offline y online. Actualmente, Beabloo tiene más de 400 clientes.

Las soluciones de Beabloo pueden implementarse en tiendas, centros comerciales, universidades, aeropuertos, hoteles, recintos feriales, etc. Entre ellos destacan reconocidas firmas nacionales e internacionales del sector textil y moda como Loewe, Privalia, Inditex, Mango, Converse, L'Oreal o Camper.

El palmarés de Beabloo ha aumentado en los últimos tiempos con premios y reconocimientos de prestigio como la reciente selección por Goldman Sachs como empresa líder en soluciones de Business Intelligence, sensorización e inteligencia artificial. Además ha sido reconocida con el premio Wonderful por promocionar la innovación en el retail en el Primer Encuentro Nacional de Innovación en Centros Comerciales. Asimismo, la compañía CB Insights ha señalado a Beabloo como una de las 65 empresas que lideran la transformación digital en los comercios físicos. Por último, este mismo año Beabloo ha recibido el V Premio Diplocat a la diplomacia empresarial catalana.

Sobre Textura
Textura es una de las diez mejores empresas de su sector, según el último informe del Ranking de Empresas de España. Esta marca es reconocida en el mercado por ofrecer prendas textiles del hogar de calidad, creadas en exclusiva por un equipo de diseño propio. Además, ofrece un amplio catálogo de productos homewear y beachwear y cuenta con una línea de productos infantiles, Textura Baby & Kids.

La empresa Textura está presente en España en 96 tiendas repartidas por todo el territorio nacional y tiene 9 establecimientos internacionales (Andorra, Bulgaria, Guatemala, Portugal y Rusia). Es pionera en el uso de tecnología aplicada al punto de venta, siendo una marca de referencia en el mundo del retail.

Datos de contacto:
Patricia Lostado
Nal3 Comunicació
932388080

Nota de prensa publicada en: Barcelona

Categorías: Interiorismo Moda Marketing Cataluña E-Commerce Consumo Industria Téxtil Digital

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es