

Fashionalia, el primer Marketplace omnicanal de moda que ha despertado el interés de Dimas Gimeno

Tal y como adelantó Expansión, Fashionalia, el nuevo y disruptivo marketplace español de moda de temporada, es una de las cuatro start-ups en las que Dimas Gimeno ha tomado participación, como parte elemento troncal de su estrategia de inversión a través de Kápita

Según Sergio Lucas Ocaña, CEO de la compañía, "Fashionalia, busca reinventar la experiencia de compra de moda y para ello, agrupa las principales tiendas online de marcas tradicionales, DNVB y principales multimarcas, para que los clientes puedan comprar la moda que le gusta con ventajas exclusivas, gracias a un modelo de suscripción que lleva la experiencia digital al mundo físico".

Su modelo de suscripción, permite acelerar el crecimiento orgánico y viral. Con 150 marcas activas y la incorporación de otras 200 marcas más en los próximos 3 meses y un plan de internacionalización en Europa a partir de 2021, Fashionalia ofrece a sus clientes la posibilidad de comprar moda de temporada con hasta un 30% de descuento añadido a las rebajas de sus marcas a lo largo de toda la temporada, con envíos y devoluciones gratuitas y muchas más ventajas por tan solo 12,99€ al mes o 99,90€ al año.

Con este nuevo modelo de negocio por suscripción y la tienda "Phygital" en C.C Zielo de Pozuelo de Alarcón (Madrid), Fashionalia consigue poner fin a la principal dificultad de la moda online: combinar la experiencia de compra de moda online con la que se vive al asistir a una tienda física, creando una verdadera experiencia omnicanal, 100% sensorial y completamente personalizada. Además, la tienda también permite interactúa con el cliente a lo largo de todo su proceso de compra, , lo que no se conoce en el físico, aumentando la conversión y repetición y facilitando una información de enorme valor para las marcas que participan en la tienda.

La creación de este nuevo concepto de Smart Shop presenta a Fashionalia como un proyecto B2B2C innovador y equilibrado, que ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias del mercado de la moda y el retail y siempre con un enfoque customer centric, lo que sin duda ha despertado el interés de Dimas Gimeno, gran precursor de los valores del New Retail que se ven encarnados en Fashionalia, como proyecto protagonista del portfolio de inversiones de Kápita.

Datos de contacto:

Mónica Cortina
663704697

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

Categorías: [Nacional](#) [Moda](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>