

El calzado, segundo sector con mayor auge en venta digital y uso de blogs

La moda se pone al día en el entorno digital. Según un estudio de IAB Spain, asociación de la publicidad, el márketing y la comunicación digital en España, la moda se sitúa como uno de los sectores de retail más avanzados en el ecommerce. La moda, por ejemplo, se sitúa entre los principales sectores entre los diez analizados en presencia online con tiendas propias e introducción de diferentes funcionalidades.

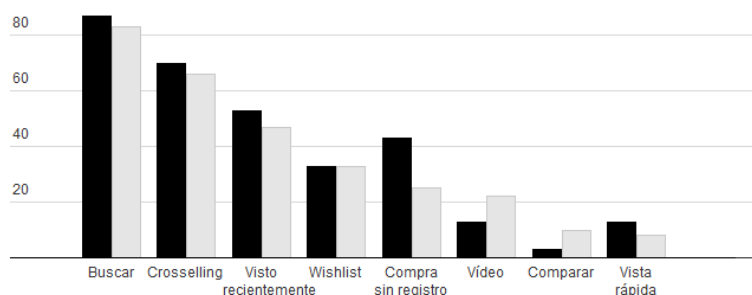
“Entre los sectores con mayor presencia en los canales de venta digital, destaca el de la juguetería, con el 100% de las marcas estudiadas vendiendo a través de tienda online; calzado con el 95%, y moda con el 93%”, apunta el estudio. La moda también es uno de los sectores más adaptados al móvil, con un 77% de los casos, sólo superado por distribución (86%) y juguetería (80%).

El negocio de la moda también destaca, junto a gran distribución y deportes, en la implantación de la entrega gratuita, una posibilidad habilitada en el 39% de los casos analizados por el informe. En compra sin registro, las tiendas online de las empresas de moda se sitúan en primera posición, con una implantación que llega al 43%.

Principales funcionalidades de las tiendas online de moda

En porcentaje de implantación

■ Moda ■ Total retail



Source: [Modaes.es](https://modaes.es) [Get the data](#)

El uso de los wishlist está implantado en el 33% de las tiendas online de las empresas de moda estudiadas; el crossselling, en el 70% de los casos, y el uso de vídeos, en el 13%, en todos los casos por debajo de otros sectores punteros en el uso de estos instrumentos como la juguetería.

El informe también analiza los instrumentos de comunicación utilizados por las empresas. En moda, el uso del newsletter se extiende al 73% de los casos (frente a la media del 77% en el conjunto de sectores analizados); los blogs, al 33% (frente al 45% general), y el chat al 13% (frente al 8% total).

En calzado, en cambio, los blogs están más extendidos (55% de las empresas), frente al 75% de uso del newsletter y el 5% el uso de chat. Asimismo, en las empresas analizadas del sector de los complementos el uso del newsletter llega al 100%, los blogs, al 43%, y los chats, al 7% de las compañías.

En la creación de apps nativas, es decir, aplicaciones desarrolladas para un sistema operativo móvil en concreto, como iOS o Android, la moda también se sitúa en primeras posiciones, con una implantación del 71%, frente al 60% en el caso del calzado o el 67% en las empresas de complementos.

El informe, realizado por IAB en colaboración con Corpora360, parte de una muestra formada por 119 marcas de los diez principales sectores de retail con presencia online. En la muestra se encuentran marcas de moda como Zara, Mango, Desigual, Adolfo Domínguez, Pepe Jeans, Sfera, Blanco, Cortefiel, Shana, Inside, Custo Barcelona o Punt Roma, entre otras.

Fuente: Modaes.es 22.01.2015