



Zara, la marca de moda con la que más se relacionan los consumidores



INICIO > CIVILIZACIÓN

Agencias | 05 agosto, 2019

Zara, el buque insignia de Inditex, es la marca de moda con la que más se relacionan los consumidores españoles, según se desprende del informe 'Digitalización y Experiencia de Cliente', realizado por la asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora Minsait.

En concreto, la firma del grupo Inditex es la que más ha interactuado con los consumidores, llegando a un 21,8% de los encuestados, seguida muy por detrás de El Corte Inglés, con un 8%; y Primark, con un 5,4%.

El informe señala que la moda en general tiene un alto nivel de recomendación y satisfacción, hecho que se produce normalmente más en los productos de consumo y menos en los de servicio.

Además, se trata de un sector que ha sabido «muy bien» ofrecer una experiencia homogénea tanto en medios 'online' como físicos, manteniendo una coherencia omnicanal.

Suscríbete a nuestro nuevo canal



Otro de los atributos digitales que el consumidor percibe como más desarrollado y con mayor impacto en la marca, es la personalización. El estudio destaca que Inditex apuesta por el 'big data' y consigue dar valor a través de la personalización, poniendo en el centro al cliente, ofreciéndole, en este caso, mayores o menores tallas, según el perfil de sus consumidores.

Suscríbete a nuestra newsletter y recibe las últimas novedades en tu email de forma gratuita

Email*

Nombre*

Provincia

Acepto los [términos y condiciones](#)

Quiero suscribirme

[VER MÁS ARTICULOS DE CIVILIZACIÓN](#)

