

«Queremos hacer disponible nuestro producto de moda a todos los clientes en cualquier parte del mundo, incluso en aquellos mercados donde no hay tienda física. Todas las marcas de Inditex van a estar disponibles para su compra a través de internet en todo el mundo en 2020»

Con estas palabras, **Pablo Isla**, presidente de Inditex, anunció una de las propuestas más ambiciosas del eCommerce a nivel mundial: romper las barreras¹ de la logística internacional y hacer llegar sus pedidos online a cualquier punto del planeta.

En cualquier caso, este fue el único reto planteado por la compañía. Los planes de Inditex pasan por integrar los stocks de las tiendas físicas con las tiendas online, de forma que cualquier pedido online pueda ser abastecido desde los puntos físicos de distribución de la compañía, gracias a sistemas de control de cada producto mediante etiquetas RFID.

La tienda ZARA del futuro

Se abrió en Londres y funciona a modo de prueba². Se trata de un espacio dedicado íntegramente a la compra y recogida de pedidos online. Ofrece una colección limitada de prendas³ de señora y caballero que pueden ser adquiridas en el local pero solo a través de Internet. Un comercio dotado con la última tecnología donde los clientes pueden realizar cambios o devoluciones⁴, pagar sin pasar por caja y aprovechar las sugerencias de los espejos-pantalla con tecnología RFID (identificación por radiofrecuencia) que muestran prendas y estilismos a los clientes a tamaño real.

Es una experiencia efímera que da la bienvenida a una flagship de 4.500 metros. El primer Zara del mundo con sección exclusiva online, un diseño de interiores más diáfano y una fachada acristalada⁵ sin escaparates⁶ para revolucionar las compras con realidad aumentada.

1. rompre les limites. 2.prueba: comme coup d'essai.3.prendas : des vêtements. 4. Les retours

Vous êtes Maria Franjul, directrice commercial e- commerce du groupe Inditex.

Vous rédigez un courrier à l'attention des clients VIP Zara du monde entier.

- Vous annoncez la nouvelle politique commerciale du groupe et la création d'un nouveau concept de magasin Flagship.
- Vous invitez les clients à venir au coctel d'inauguration du nouveau magasin de Londres qui se tiendra le 18 septembre 2018 à 17h, 333 Oxford St, Mayfair, London W1C 2HY, Royaume-Uni.
- Vous leurs rappelez qu'il s'agit d'un évènement exceptionnel.
- Vous leurs joignez une brochure de présentation et les invitez à s'inscrire depuis leur espace client.