

Kippel⁰¹

PRO

Mercadona cambia de piel en la Red: nueva división tecnológica, nueva marca y nuevo almacén

La cadena de supermercados trabaja de lleno en la renovación de su plataforma online con el objetivo de que esté operativa a principios de 2018.

10 JUL 2017 — 10:45

POR KIPPEL01



Mercadona está trabajando en una reforma profunda de su estrategia de venta en línea. El objetivo de la empresa, según explican en su página web, es “crear una experiencia sencilla e intuitiva para nuestros clientes y, además, buscar la eficiencia logística a través de la tecnología”. Esta apuesta por el servicio online de Mercadona se produce después de que Juan Roig, presidente de la compañía, afirmara el pasado marzo que su bazar digital “es una mierda”.

El directivo, que dio su opinión durante la presentación de resultados de este año, aseguró que “lo haremos de forma distinta y vamos a sorprender”. En esta línea, la idea de la cadena de supermercados pasa por renovar su tienda online para principios de 2018, con una estrategia dirigida por Juana Roig, hija menor del presidente de la empresa y que se puso al frente de la división online en octubre de 2016.

Junto a la directiva, la empresa ha creado una división tecnológica enfocada en la renovación de la tienda digital. Por otra parte, el equipo ha registrado la marca ‘Mi Mercadona’ en la Oficina de propiedad intelectual de la Unión Europea (Euipo) y un logotipo con las letras ‘MI’.

1/2

<https://www.kippel01.com/pro/mercadona-cambia-de-piel-en-la-red-nueva-division-tecnologica-nueva-marca-y-nuevo-almacen.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

PRO

La compañía ha adquirido una nave en el polígono de Vara de Quart, en Valencia, para gestionar la logística de su renovación digital

En el terreno logístico, la compañía ha adquirido una nave en el polígono de Vara de Quart, en Valencia, con una superficie de 12.000 metros cuadrados, que se suman a los más de 900.000 metros cuadrados de superficie logística que ya tiene la cadena distribuidos en toda España.

Hace un año, Juan Roig confirmaba a *Expansión* que el comercio electrónico no era una de sus prioridades al apenas representar un 1% de las ventas de Mercadona, llegando incluso a generar pérdidas para la cadena de supermercados. La empresa facturó un total de 19.802 millones en 2016, de los cuales 186 millones de euros provinieron de su servicio de venta en línea.

2/2

<https://www.kippel01.com/pro/mercadona-cambia-de-piel-en-la-red-nueva-division-tecnologica-nueva-marca-y-nuevo-almacen.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.