

CLUBES

El Inter de Milán potencia su ecommerce con una tienda en Amazon

El club de la Serie A espera captar nuevos clientes a través del gigante del comercio electrónico, que le dará visibilidad en Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y España.

Palco23
23 feb 2020 - 18:47

El Inter de Milán busca dar un impulso a sus ingresos por *merchandising*. El club ha decidido diversificar sus ingresos por canales digitales y ha abierto una tienda en Amazon. Su objetivo es alcanzar nuevos públicos en Italia, pero especialmente en Francia, Alemania, Reino Unido y España.

El director general corporativo del club, Alessandro Antonello, considera que se trata de “un paso fundamental en el desarrollo de nuestra marca”, pues podrá beneficiarse de la capacidad logística del gigante del comercio electrónico para cubrir nuevos territorios. De hecho, valora especialmente que para los aficionados será más sencillo adquirir sus artículos.

El club cerró el primer trimestre de 2019-2020 con unos ingresos comerciales y por televisión de 90,5 millones de euros, lo que supone una caída interanual del 8,2%. Su ambición es poder darle un impulso no sólo por la mejora de su nivel deportivo, sino también con el fichaje de Jaime Colás, ex del Real Madrid, como director comercial.