

CLUBES

El Real Betis acelera en 'ecommerce' con una tienda dentro de Amazon

El club verdiblanco es el primero de LaLiga y el segundo de Europa que contará con un espacio propio dentro del gigante del comercio electrónico. El objetivo es elevar unas ventas por *merchandising* que en 2017-2018 supusieron cinco millones.

Palco23
15 nov 2018 - 19:10

El Real Betis acelera en 'ecommerce' con una tienda dentro de Amazon

El Real Betis busca dar un impulso a su negocio online. El club verdiblanco acaba de cerrar un acuerdo con Amazon, por el que se convertirá en el primer equipo de LaLiga en contar con una tienda propia dentro del gigante de comercio electrónico. El objetivo de la dirección es acelerar el aumento de las ventas de productos oficiales, que rondan los cinco millones de euros anuales y con el cambio de Adidas por Kappa ya han conseguido aumentar.

Fuentes conocedoras del proyecto señalan a *Palco23* que se trata de un "proyecto pionero", y que sobre todo le permitirá distribuir sus artículos con mayor facilidad en otros países de Europa como Reino Unido, Alemania, Francia, Italia e incluso España. De hecho, le dará acceso a una base de usuarios mucho mayor a la suya, pues ya no sólo venderá directamente a través de la tienda incluida dentro de su página web.

El consejero y director de desarrollo de negocio, Ramón Alarcón, ya explicó en julio que con Kappa iban a explorar "nuevos canales de distribución y venta, tanto a nivel digital como de presencia física". Por el momento, se desconoce en qué otro tipo de portales de venta online tienen previsto entrar, aunque sí se ha hecho pública la inauguración de una nueva tienda oficial en el centro de Sevilla.

Los ingresos por venta de productos oficiales se incluyen en el área comercial, que en 2017-2018 aumentó un 24% sus ingresos, hasta 8,13 millones de euros; la previsión que en la actual campaña se crezca otro 30% y se supere por primera vez los 10 millones de euros. Este trabajo se ha conseguido tras la llegada de Juan Useros como director comercial y un fuerte aumento de la plantilla en esta área, con el objetivo de que su plan de activaciones seduzca a más marcas.

“Para nosotros es muy importante poder acercar los productos oficiales del club a todos nuestros seguidores dentro y fuera de España y gracias a Amazon hemos abierto de manera simultánea tiendas en cinco países de Europa”, ha valorado Alarcón. En este sentido, ha recordado que no sólo venderán artículos de Kappa, sino que expondrán todo su catálogo de productos que ha ido licenciando bajo el concepto Trece Barras.