Adidas lanza un portal de ventas online para deportes de nicho

Palco 23
30 oct 2014 - 08:55

Adidas ha decidido segmentar su presencia online y centrar su página web principal en *lifestyle* y en las disciplinas más mayoritarias, como el fútbol, el baloncesto, el *running* o el *training*. Para el resto de deportes en los que opera, el grupo alemán de equipamiento deportivo ha lanzado recientemente una nueva plataforma, Adidas Specialty Sports, en la que presenta su oferta para una decena de disciplinas con audiencias más minoritarias.

La pasada primavera, Adidas se asoció con Hermes NexTec, filial del gigante alemán Otto (propietario de la española Venca), para desarrollar la página web para deportes minoritarios como el balonmano, la halterofilia, el rugby, el ciclismo, la natación, la lucha, el hockey, el cricket, el bádminton y el esquí. Cada disciplina cuenta con una sección propia.

Hermes NexTec, que proveerá a la empresa de una solución integral online, ha trabajado anteriormente para empresas como Wrangler, Lee, Wolford y Ecada, informa *Modaes*.

Adidas ha lanzado la plataforma de deportes de nicho en toda Europa, antes de hacerlo en otros mercados como el chino. Actualmente, la web está operativa en dieciséis países en seis idiomas distintos. En 2015, la compañía planea lanzar esta nueva plataforma en Estados Unidos.

La segmentación de la presencia en la Red de Adidas se produce en un momento en el que el grupo alemán podría recibir una oferta de 1.700 millones de euros por Reebok. Un grupo de inversores internacionales, liderados por el fondo de capital riesgo Jynwel Capital de Hong Kong, estaría interesado en hacerse con el control de la marca, que forma parte del grupo Adidas desde 2006.