

EQUIPAMIENTO

Base eleva sus previsiones para Wanna Sneakers: 20 tiendas en 2018

La central de compras cerró 2017 con unas ventas de 65,5 millones pese a perder a uno de sus mayores asociados, Sportleader, que se marchó a Intersport.

Guillermo G. Recio
15 ene 2018 - 19:15

“Antes, el producto era el rey, ahora lo es la experiencia de compra, y ese debe de ser ni

Base Detall Sport, a ritmo de cultura urbana. La central de compras, que esperaba cerrar 2017 con tres tiendas de Wanna Sneakers, finalizó el año con nueve establecimientos dedicados a las *sneakers*. Como consecuencia de ello, para 2018 esperan alcanzar 20 tiendas de este concepto.

El director general de la compañía, Álex Cucurull, ha señalado en el marco de la convención de la central de compras que han tenido un resultado por encima de las expectativas. “De momento, todas las tiendas Wanna Sneakers son de asociados Base”, pero en los próximos meses el nuevo concepto podría convencer a algunos que todavía no están bajo el paraguas de la central. Ahora, son 99 adscritos.

Es decir, que la cadena enfocada a las *sneakers* se ha convertido en el principal filón del grupo para mantener su rumbo. En 2017, la facturación de Base se estancó en 65,5 millones de euros, fruto de la marcha de uno de sus mayores asociados a la competencia. Sportleader se pasó a Intersport, algo que sólo ha sido posible compensar gracias a Wanna Sneakers.

Cucurull explica que más allá de la puesta en marcha de esta cadena, sus esfuerzos siguen centrándose en dar más valor a los asociados, lo que implica mostrarles más tecnología. “Antes, el producto era el rey, ahora lo es la experiencia de compra, y ese debe de ser nuestro enfoque”, ha señalado.

“Antes, el producto era el rey, ahora lo es la experiencia de compra, y ese debe de ser nuestro

enfoque”

La central de compras ha puesto a disposición de sus socios unos espejos inteligentes para los probadores, desde donde se pueden comprar los artículos fácilmente, buscar nuevas tallas y utilizar la venta cruzada. Estos dispositivos, que ya están en algunas tiendas de Mango o Massimo Dutti, tienen un alquiler de 800 euros al mes.

“La idea es que antes de que tengan un espejo, cuenten con Internet en la tienda para poder hacer pedidos de productos o tallas que no están disponibles físicamente en ese momento, pero que se enviarán a casa de los clientes”, ha indicado Cucurull. Desde el inicio de la puesta en marcha de su proyecto digital, todas sus tiendas utilizan la fórmula Click&Collect.

El directivo ha comentado que también han avanzado en la verticalización de la compañía, pero no desde el punto de vista de obligar a comprar una serie de referencias, sino adquirir un porcentaje determinado de *running*, fútbol y moda, las tres principales categorías de la central de compras.

Después de haber firmado una alianza con Sport 2000 el pasado septiembre, “Base ha empezado a integrarse de forma cuantitativa, con descuentos sobre las compras, y cualitativa, con información de Alemania que ayuda a tomar decisiones más rápidamente”. Ejemplo de ello es que “desde la central de Adidas ahora saben qué es Base”, que en total cuenta con 283 tiendas.