

EQUIPAMIENTO

Forum Sport: inversión de un millón al año en digitalización para elevar el peso del online al 25%

La compañía acaba de estrenar una nueva plataforma de ecommerce para Dooers, su cadena de *sneakers*, que espera que se convierta en la primera tienda del grupo este año.

Iria P. Gestal
11 mar 2021 - 05:00



Forum Sport acelera su apuesta por el online en plena explosión del ecommerce. La central de compras, propiedad de Eroski, tiene previsto mantener su ritmo de inversión de un millón de euros al año en digitalización para continuar impulsando el peso de la Red en su facturación.

La empresa prevé que las ventas online de la cadena Forum Sport representen un 25% de su negocio total en 2021. Por su parte, Dooers, su concepto de *sneakers*, acaba de estrenar una nueva plataforma de ecommerce en la que incluye nuevas funcionalidades omnicanal con el objetivo de que este año se convierta en la primera tienda de la cadena.

“La apuesta con Dooers empieza ahora”, sentencia Diego Llorente, director general del grupo. Además del nuevo ecommerce, que permite, por ejemplo, reservar online y recoger en tienda en dos horas, Dooers ha comenzado a invertir también en personalización a través de una plataforma de *marketing automation*.

Forum Sport prevé que este año el 25% de las ventas de su cadena principal se realicen a través del online

En 2020, las ventas de todo el grupo a través de la Red se dispararon un 80% y representaron un 24% del total, debido en gran parte a la caída de la facturación en tiendas por las restricciones para contener la pandemia.

El proyecto de digitalización de Forum Sport echó a andar en 2017 y dos años después estrenó su nueva plataforma para el comercio electrónico. Tanto Forum Sport como Dooers se apalancan en el mismo sistema, lo que ha motivado que el proyecto de la cadena de *sneakers* se retrase.

“Queríamos esperar a que pasara el Black Friday y navidades y que fuera un momento tranquilo en ventas para no perjudicar el negocio online de Forum”, explica Llorente. Para hacer frente a este aumento del online, la compañía de distribución de moda y equipamiento deportivo también está reforzando su logística, aunque descarta abrir nuevos centros de distribución.

Actualmente, Forum Sport cuenta con una plataforma automatizada de 13.000 metros cuadrados y otra para omnicanalidad. “Tenemos capacidad suficiente, ahora estamos invirtiendo en mejorar la eficiencia de la plataforma para omnicanalidad y en logística inversa”, apunta Llorente.

La compañía está trabajando para reforzar su plataforma logística omnicanal

En 2020, la compañía facturó 130,1 millones de euros, frente a los 151 millones de euros del ejercicio anterior

. La empresa opera con una red de 68 tiendas, de las cuales cincuenta son de Forum y otras 18, de Dooers.

“Somos optimistas; con la reapertura de País Vasco y Castilla y León esta última semana ha sido muy buena”, asegura el ejecutivo. Si la pandemia no da más sorpresas, el objetivo es recuperar en 2021 los niveles de ventas y rentabilidad del ejercicio 2019.

Forum Sport echó a andar en 1991 de la mano de los ciclistas Miguel Indurain, Mariano Lejarreta y el futbolista Genar Andrinua. Los tres importaron un modelo que habían visto en sus viajes internacionales: una tienda con muchos deportes bajo el mismo techo y con marcas internacionales. La primera tienda se abrió en Bilbao y, cinco años después de su fundación, el grupo de supermercados Eroski adquirió una participación mayoritaria en el capital.