

Falabella lanza nueva plataforma de e-commerce y presenta nueva imagen de marca para falabella.com

- *La tienda online ya está disponible para que los clientes encuentren en un solo lugar más de 8 millones de productos de Tienda Falabella, Sodimac, Tottus, Linio y de más de 10 mil pymes.*
- *Este lanzamiento viene de la mano de una nueva imagen de marca moderna y fresca, con un espacio propio, buscando posicionarse como una de las marcas líderes en comercio electrónico.*

Santiago, 24 de agosto de 2021.- Para hacerle la vida más fácil a todos sus clientes, Falabella concreta la puesta en marcha del nuevo falabella.com, donde los usuarios podrán encontrar, en un solo lugar, una completa oferta de más 8 millones de productos provenientes de Tienda Falabella, Sodimac, Tottus y Linio, junto a artículos de miles de pymes agrupadas en su Marketplace.

La plataforma cuenta con las categorías de los retailers del grupo incorporando además categorías nuevas como, salud, bienestar, mascotas, libros, y automotriz, entre otros. Además, a través de ella, los clientes podrán acceder a todos los beneficios del mundo Falabella tales como su billetera digital Fpay, apertura online de CMR, el programa de lealtad CMR puntos y el uso de la red global de puntos de retiro y devoluciones en todas sus tiendas y centros comerciales a lo largo de Chile.

“El nuevo falabella.com es el pilar de la propuesta digital de Falabella, que se complementa con nuestra oferta de más de 500 tiendas, 46 centros comerciales, alternativas de pago, financiamiento y programa de lealtad, permitiéndonos estar cada vez más presentes en el día a día de nuestros clientes con soluciones que se adaptan a sus necesidades. Nuestros retailers se concentrarán en tener la mejor oferta del mercado tanto en el mundo físico como digital, y nuestro Marketplace abre las puertas para que sellers de múltiples categorías expandan esa oferta”, explica el gerente general de Falabella, Gaston Bottazzini.

El lanzamiento de falabella.com contempla una nueva imagen de marca para la plataforma de e-commerce. Falabella Retail permanecerá con su estilo y personalidad de marca incorporándose como tienda online dentro del sitio, al igual que Sodimac, Tottus, Linio y miles de pymes. “El nuevo logo y estructura de color basada en el naranja proyecta la personalidad moderna, enérgica y activa de esta marca. Buscamos transmitir los valores que guían a falabella.com y que entregamos a nuestros clientes, a través de una experiencia única basada en la conveniencia, simplicidad, cercanía y conectividad”, agrega Benoit De Grave, gerente general de falabella.com.

El ejecutivo detalla que “para las pequeñas y medianas empresas, esta plataforma es única por su oferta potenciada y diferenciadora. A través de ella, decenas de miles de emprendedores pueden acceder al mayor flujo de visitas del mercado, a financiamiento y diversas formas de pagos, a la base de clientes fidelizados del programa CMR puntos y a una robusta logística para hacer crecer su negocio”, explica De Grave.

La puesta en marcha de falabella.com es acompañada por el fortalecimiento de los procesos logísticos y de despachos de la compañía, con un ambicioso plan de inversiones apalancado en 45

centros de distribución y 29 centros de transferencia que suman una capacidad operativa de 1,5 millones de metros cuadrados.

Así, falabella.com seguirá potenciando sus despachos, con la promesa de que el 80% de los envíos puedan llegar a manos de los clientes en 48 horas o menos.

Sobre Falabella

“Falabella es el retailer omnicanal líder de Latinoamérica, con presencia en 7 países y con ingresos por US\$ 13.451 millones durante los últimos 12 meses al cierre de marzo de 2021. Opera tiendas por departamento, tiendas de mejoramiento del hogar y supermercados, a través de 502 tiendas físicas en la región y portales de e-commerce con ventas por US\$ 3.758 millones durante los últimos 12 meses a marzo 2021. Posee centros comerciales en Chile, Colombia y Perú. Falabella también desarrolla un negocio de servicios financieros, con una cartera de créditos total de US\$ 6.312 millones a marzo de 2021. A través de su ecosistema físico-digital, Falabella sirve a 30 millones de clientes en la región.”