

# SEWORLD FASHION EXPORT

METROPOLIS

SALÓN INTERNACIONAL DE MODA

INTERNATIONAL FASHION TRADE SHOW

**3-5 feb. 2017**

SHOES

SALÓN INTERNACIONAL DE  
CALZADO Y ACCESORIOS

INTERNATIONAL FOOTWEAR AND  
ACCESSORIES TRADE SHOW

**4-6 mar. 2017**

**MOMAD**  
Eventos de Moda en Madrid  
Madrid Fashion Events

ORGANIZA  
ORGANISED BY:



**IFEMA**  
Feria de  
Madrid

[www.momad.ifema.es](http://www.momad.ifema.es)

en / Follow us   

**GRUPO ANWR: LA IMPORTANCIA DE LA COOPERACIÓN ENTRE COMERCIO Y FABRICANTES DE CALZADO**

**EL COMERCIO EXPERIMENTARÁ CAMBIOS DRÁSTICOS EN LA PRÓXIMA DÉCADA**

EL PASADO 29 DE NOVIEMBRE ASISTIMOS AL "FÓRUM DEL FUTURO 2016" ORGANIZADO POR ANWR, LA ASOCIACIÓN DE DETALLISTAS DE CALZADO MÁS IMPORTANTE EN EUROPA. UN EVENTO AL QUE ACUDIERON 800 COMERCIANTES PARA CONOCER LA REVOLUCIÓN QUE SE ESTÁ PRODUCIENDO EN EL RETAIL Y CÓMO ADAPTARSE AL FUTURO PRÓXIMO.

La sede central de pedidos del Grupo ANWR en Mainhausen, cerca de Frankfurt, acogió una interesante jornada en la que participaron socios tecnológicos de la asociación y el experto en comercio Sven Gábor Jánuszky. Günter Althaus, CEO del Grupo, dio la bienvenida a los participantes explicando cómo el Grupo revisa cada 5 años su estrategia para proponer nuevas soluciones. El objetivo del Grupo es unir los intereses y requerimientos de la industria, el comercio y el consumidor final.

El Fórum del Futuro "es una iniciativa que realizamos por vez primera ante los inminentes cambios que conlleva la digitalización para nuestro sector. Debemos mantener todo lo bueno que tenemos, pero, a la vez, el mercado exige un cambio radical". Insistió en la necesidad de aprender de las "start ups" y su manera de comunicarse.

La transformación digital "está tocando de manera muy intensa al comercio", afirmó Althaus. Además, la cada vez menor frecuencia de visita a las tiendas físicas es una realidad. Por ello, hizo hincapié en la comunicación personalizada que las tiendas deben de desarrollar con sus clientes. Uno de los ponentes se mostró convencido de que existen "muchas innovaciones que aún no conocemos y que en 3 años estarán implantadas. Además, la compra vir-

tual va a experimentar un cambio drástico en los próximos 4 a 5 años". Retos ante los cuales el comercio detallista debe estar preparado.

Actualmente, el cliente está cada vez más informado. En muchos casos incluso mejor que el propio vendedor. De hecho, los estudios confirman que el 80% de las compras en las tiendas físicas están ya decididas, gracias a la información proporcionada en Internet. De ahí la importancia de la presencia complementaria de las tiendas en el canal online. Según los ponentes, "quien no pueda ser encontrado fácilmente en Internet, no existirá en menos de 5 años".

Althaus está convencido de que "ganará la batalla quien tenga toda la información necesaria. Por ello, necesitamos crear una gran base de datos y delimitar los diferentes perfiles de cliente y compartirla con nuestros socios". El Grupo está trabajando actualmente para preparar toda la infraestructura necesaria para operar con éxito en los próximos 20 años. Un proyecto al que se destinarán 20 millones de euros, y 40 personas exclusivamente dedicadas a pulir datos, porque no sabemos lo que nos espera. Cada cliente pasa por 4 fases antes de la compra y, en cada fase, hay que comunicarse con él de manera digital y personalizada", explicó Günter Althaus. Por su parte, Sven Gábor afirmó que será en el comercio donde se experimentarán más cambios en los próximos 10 años. "Hemos hablado con 1.500 jefes de estrategia para sacar conclusiones sobre el futuro. La rapidez con la que ocurrirán estos cambios obliga al comercio a estar muy atento e implantar las innovaciones necesarias. Tenemos que verlos llegar porque en el futuro no habrá nada intermedio".

El Grupo ANWR, a través de AGI, opera en Alemania, Francia, Benelux, Austria, Suiza, Escandinavia y Europa del Este. La asociación al Grupo proporciona un sistema de cooperación entre comercios independientes y fabricantes. Cuenta actualmente con 6.000 tiendas asociadas y 600 empleados en 14 países. España es ahora su gran objetivo.

