



Elektra lanza su tienda virtual elektra.com.mx

“El comercio electrónico es una pieza fundamental en el futuro de Elektra”

Las tiendas virtuales de Elektra complementarán las ventajas competitivas en el mundo real

México, D.F. a 31 de mayo del 2000. Grupo Elektra S.A. de C.V. (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT), la principal cadena de tiendas especialistas de América Latina, anunció hoy el lanzamiento de su tienda virtual, elektra.com.mx.

elektra.com.mx ofrecerá una innovadora forma de adquirir productos electrónicos y artículos para el hogar dirigidos a la clase media mexicana. La tienda virtual ofrece una variedad extendida de las líneas de productos que se ofrecen en las tiendas Elektra del mundo real que, combinadas con herramientas interactivas, harán más atractiva la experiencia de compra. Dentro de las líneas de producto iniciales se encuentran:

- Audio, incluyendo reproductores de CD, radios y Walkmen.
- Video, incluyendo televisores, videocaseteras y cámaras.
- Línea blanca y muebles, incluyendo refrigeradores, estufas, lavadoras y secadoras.
- Electrodomésticos, incluyendo procesadores de comida, licuadoras y tostadores.
- Aire acondicionado.
- Tecnología, incluyendo MP-3s, DVDs, organizadores personales y lo mas avanzado en electrónicos.
- Entretenimiento, incluyendo Nintendo, Sega y otros artículos.
- Cuidado Personal, incluyendo caminadoras, secadoras, rasuradoras eléctricas y artículos similares.

La tienda virtual ofrecerá guías fáciles de usar para ayudar a los consumidores a elegir el producto que mejor se adapte a sus necesidades en términos de características y precio. Los consumidores podrán examinar los productos utilizando herramientas de acercamiento y de tercera dimensión; así mismo, podrán usar un programa de diseño para experimentar con distintos acomodos y planos de pisos según las características particulares de sus hogares

elektra.com.mx busca estimular la formación de diferentes comunidades virtuales con temas como: Familia, hogar, mundo niño, jóvenes y alta tecnología. Estas comunidades virtuales se crearon para estimular el intercambio de ideas e incrementar el conocimiento de los consumidores con personas con características y experiencias similares.

“El comercio electrónico es una pieza fundamental en el futuro de Elektra”, comentó Pedro Padilla, Director General de Elektra. El Sr. Padilla también comentó que: “El uso del Internet está creciendo rápidamente entre la comunidad latinoamericana y nuestro mercado objetivo, la clase media mexicana, es la de mayor crecimiento. El comercio electrónico nos brindará un nuevo canal para expandir nuestra posición dominante en el mercado. La mayoría de los hogares de clase media que aun no poseen Internet tendrán acceso en uno o dos años; y nuestra tienda virtual estará ahí para servirlos. Adicionalmente, pronto comenzaremos a vender instrumentos y servicios de acceso a Internet para acelerar esta transformación.”

“Los consumidores de la clase media mexicana entrarán mas fácilmente al mendo virtual del Internet si Elektra – una compañía en la cual confían y en la cual han comprado durante 50 años – está presente para guiarlos”, concluyó el Sr. Padilla.

La más alta calidad en distribución, servicio, seguridad y opciones de pago

Elektra creará tiendas virtuales para la mayoría de sus formatos de tienda y servicios de marca. La tienda virtual de theone.com.mx fue lanzada en febrero de este año, y otros sitios de comercio electrónico serán lanzados en los meses venideros. Cada sitio tendrá su propia identidad pero todos ofrecerán la misma alta calidad en distribución, servicio post-venta, seguridad en las transacciones y múltiples opciones de pago.

La logística de la tienda virtual de Elektra contiene una vasta red de distribución, incluyendo el servicio de entrega “última milla” que hará posible la entrega de los productos desde cualquiera de nuestros 11 centros de distribución en México o de nuestras 598 tiendas localizadas en 320 ciudades del país. Los sistemas con tecnología de punta facilitarán las solicitudes de compra a través del Internet.

La presencia a nivel nacional de Elektra le permitirá a nuestros consumidores sentirse cómodos en los servicios post-venta, incluyendo asesoría en el uso del producto, reparaciones, devoluciones y cambios. Esta red de tiendas también hace posible que el cliente recoja su mercancía en la sucursal con el consecuente ahorro por el envío de la mercancía.

Todas las compras gozarán de los más altos estándares en términos de seguridad que existen hoy en día en el Internet, atendiendo a las preocupaciones de nuestros clientes en referencia a la privacidad y uso no autorizado de información personal.

elektra.com.mx ofrece múltiples sistemas de pago. Inicialmente los pagos serán a través de tarjeta de crédito o depósito bancario. En los meses siguientes, se extenderán las opciones para incluir los pagos en las tiendas Elektra o el pago a través de Credifácil, el servicio de crédito de Elektra. Esta última alternativa incrementará en gran medida la facilidad de compra en la tienda virtual.

Aprovechando los fuertes fundamentales de Elektra

La estrategia de Internet de Grupo Elektra aprovecha los fuertes fundamentales en el mundo real, extendiéndolos al virtual, para posicionarlo exitosamente dentro del mundo de comercio electrónico de Latinoamérica. Estos fundamentales incluyen:

- Volumen y masa crítica para obtener de inmediato las economías de escala,
- Fuerte relación con proveedores,
- Avanzados sistemas de logística, incluyendo el sistema “última milla”,
- Presencia a nivel nacional, lo que facilita el cumplimiento de las órdenes de compra, servicio post-venta, servicio al cliente, cambios y devoluciones,
- Publicidad masiva, a través del contrato con TV Azteca;
- Profundo conocimiento del mercado objetivo, la clase media mexicana, y
- Los sistemas de pago de Elektra, incluyendo el programa de crédito que incrementa el poder adquisitivo de nuestros clientes.

“Nuestras ventajas competitivas nos permitirán no solo ser exitosos en obtener una participación de mercado importante en el mundo virtual, sino hacerlo de una manera rentable desde sus primeras etapas”, comentó César Nieves, Director General de Comercio Electrónico de Elektra. “A través de nuestra red nacional de tiendas y distribución, nuestros avanzados sistemas y nuestros contratos de publicidad contamos ya con los elementos mas costosos para un negocio de comercio electrónico exitoso.”

La estrategia de Internet de Elektra se complementa con cada una las estrategias de las compañías del Grupo Salinas a través de alianzas estratégicas. Elektra.com.mx y theone.com.mx se enfocan en el comercio electrónico. TV Azteca en la generación de contenido y publicidad de las marcas y productos. Biper le permite a nuestros clientes recibir notificaciones de correo electrónico y servicios de información de manera inalámbrica. Unefon espera ofrecer servicios de acceso a Internet y de conexión inalámbrica a Internet en el futuro. Todito.com es un portal de Internet que amplía el alcance de las otras compañías, a la vez que agrega sus propias características.

Corporativo: www.grupoelektra.com.mx
E-Commerce: www.elektra.com.mx

