

MANGO

Mango afianza su apuesta por la innovación
con su entrada en Roblox



MANGO

- La compañía inaugura este mes su primera tienda en la plataforma, donde los usuarios podrán comprar prendas y productos digitales de Mango Teen para sus avatares.
- La iniciativa refuerza la apuesta de Mango por la innovación y la construcción de un ecosistema capaz de ofrecer experiencias, servicios y productos diferenciales en el mundo físico, digital y virtual para sus clientes.

BARCELONA,

25 DE ENERO DE 2024

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, ratifica su apuesta por la innovación digital con la entrada en Roblox, la plataforma inmersiva global de comunicación y conexión que cuenta con más de 70 millones de usuarios activos diariamente. En concreto, la compañía inaugura este mes su primera tienda inmersiva en la plataforma, ubicada en el centro comercial virtual Outfit Shopping Mall, donde los usuarios podrán comprar prendas y productos digitales de Mango Teen para sus avatares.

Para ello, la compañía, junto al partner digital BrandNewVerse, se ha convertido en colaborador principal de Outfit Shopping Mall, el centro comercial de estilo realista ambientado en una isla del mediterráneo, que se inaugura este mes en Roblox, con el objetivo de reforzar su apuesta por la innovación y la construcción de un ecosistema capaz de ofrecer experiencias, servicios y productos diferenciales para sus clientes en los distintos mundos (físico, digital y virtual).

Así, además de exponer y vender virtualmente los productos de Mango Teen, el nuevo punto de venta de Mango ofrecerá a los usuarios de la plataforma un espacio de interacción. La tienda también cuenta con una estética de estilo mediterráneo, alineada con el estilo New Med que impulsa Mango en sus puntos de venta físicos.

De esta manera, los usuarios de Roblox tienen la oportunidad de comprar virtualmente las colecciones que se encuentran en las tiendas físicas de la compañía, a través del marketplace de Roblox, y pueden probarse prendas y productos de forma inmersiva en el establecimiento de la marca dentro del Outfit Shopping Mall. El grupo también lanzará diseños exclusivos para el metaverso en eventos especiales dentro de la plataforma.

Para el director de tecnología, datos, privacidad y seguridad en Mango, Jordi Àlex Moreno: “Como compañía global, queremos dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes en cualquier momento, lugar y formato. La llegada de Mango a Roblox representa un hito porque nos permitirá llevar a esta plataforma nuestra pasión por la moda y reforzar nuestro ecosistema de canales, ofreciendo productos, servicios y experiencias diferenciales para nuestros clientes”.

Outfit Shopping Mall es un punto de encuentro virtual para los usuarios de Roblox, donde pueden explorar tiendas de marcas reales o establecimientos impulsados por creadores nativos de la plataforma; probarse y comprar prendas y objetos digitales y disfrutar de experiencias ‘selfie-spots’ que permiten capturar momentos de la experiencia de compra y compartirlas con otros usuarios. La experiencia de Mango en Roblox también refleja las últimas tendencias en autoexpresión digital. Los consumidores digitales reclaman cada vez más a las marcas de moda disponer de artículos en el mundo digital que estén también disponibles en el mundo físico, a la vez que solicitan que haya artículos digitales exclusivos disponibles solo en el mundo digital.

Refuerzo del modelo de innovación

MANGO

Como referente en el mundo de la moda, Mango tiene el objetivo de crear un ecosistema que conecte y sincronice las experiencias, servicios y productos que ofrece en el mundo físico y en el digital. En los últimos años, la compañía ha transformado sus tiendas físicas en tiendas conectadas y se ha adentrado en plataformas como el metaverso.

Para más información, contactar con:

Miki Herráiz

+34 610 449 839

miguel.angel@mango.com

LLYC

Mònica Acero y Eva Pedrol

+34 615 075 981 / +34 650 883 797

macero@llorentycuenca.com / epedrol@llorentycuenca.com

Mango, uno de los principales grupos de moda de Europa, es una compañía global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un completo ecosistema de canales y partners. Fundada en Barcelona en 1984, la empresa finalizó 2022 con unos ingresos de 2.688 millones de euros, con un 36% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 115 mercados. Más información en mangofashiongroup.com