Publicado en Ciudad de México el 01/10/2019

# [Se consolida IB Group con aperturas de nuevos puntos de venta](http://www.notasdeprensa.es)

## El holding mexicano fortalece su relación con los clientes con puntos de venta alrededor de la República Mexicana

 Actualmente en México, la tecnología en la industria de retail ha reforzado la oferta de productos, permitiendo a los clientes hacer compras en línea, pero también ayudando a mantener a los usuarios enterados sobre novedad en productos, colecciones y experiencias en punto de venta, ya que está comprobado que si un cliente tiene un buen recuerdo del servicio en punto de venta, existe un 80% de posibilidad de que regrese. De acuerdo a Carlos Ibarra, actual presidente del Consejo de Administración de IB Group, existen tres claves principales para comprender la importancia de los puntos de venta físicos en México. 1. Más del 76% de la decisión de compra se da directamente cuando el consumidor está en el punto de venta. 2. Las experiencias en el punto de venta son un detonante para que el consumidor decida volver al lugar. Desde el trato al cliente por parte de los vendedores, hasta el diseño y el orden que hay dentro del lugar puede generar una interacción positiva. 3. Las nuevas generaciones mantienen una constante comunicación e interacción con las marcas a través de redes sociales, y aunque en otro países esto ha reducido la presencia física, en México ha incentivado a que más jóvenes conozcan las tiendas. El espacio físico del punto de venta siempre será importante para crear una experiencia de marca completa, por lo que es esencial estudiar el comportamiento del consumidor, el tipo de mercado al cual se enfoca y los objetivos de crecimiento para determinar las ubicaciones idóneas para cada marca. Recientemente el equipo del holding mexicano IB Group ha realizado aperturas de nuevas teindas físicas de las marcas Chico’s y Aéropostale, en Punto Sur en Guadalajara y Explanada Pachuca. En las boutiques de Chico’s, además de la atención personalizada a sus clientes, a lo largo de la temporada se realizan activaciones y eventos orientados a generar experiencias diferenciadas que dan un plus a los puntos de venta. Gracias a su experiencia IB Group tiene muy claros cuales son los objetivos que se busca dentro de una marca de retail y como desarrollar la mejor estrategia de expansión de acuerdo a las necesiadades del negocio y el perfil de consumidor. Nota al editorIB Group es un holding mexicano conformado por un equipo con experiencia de más de 30 años en la introducción de diferentes marcas de moda, joyería y relojería fina en canales especializados y tiendas propias. Además, cuenta con un área de negocios especializada en Real Estate.

**Datos de contacto:**

COMA

(55) 7586-7400

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/se-consolida-ib-group-con-aperturas-de-nuevos\_1](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Franquicias Inmobiliaria Moda Consumo



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)