NOTA DE PRENSA
25 / 11 / 2024

Logisfashion prevé un aumento del 20% en la gestión de artículos, alcanzando 2 millones de unidades

> En consonancia con las previsiones del sector y en línea con los datos de la patronal UNO Logística en España, Logisfashion, multinacional especializada en logística aplicada a la moda y el lifestyle, da el viernes 29 de noviembre el pistoletazo de salida a la campaña de Black Friday donde prevé gestionar 2 millones de artículos y más de 600 .000 pedidos, lo que representa un aumento del 20% respecto a la campaña de 2023.

En los primeros dos días de campaña, se registrarán el 65% de los pedidos, 1,3 millones de unidades, según las estimaciones de las distintas marcas para las que trabaja. Una previsión que refleja el crecimiento en ventas de sus clientes y la incorporación de nuevas marcas que han confiado en la capacidad logística de Logisfashion.

El número de unidades por pedido varía en función del tipo de producto o sector. De este modo, para las marcas de moda más reconocidas (hombre, mujer y niños) se prevé un promedio de 2,7 artículos por pedido y este dato asciende a 8 artículos por pedido cuando se trata de moda low cost. En el caso de artículos de belleza y de hogar, asciende a 6 y 5 respectivamente. Para las marcas de joyería y bisutería se mantiene en 2,3 artículos por pedido, bajando a 1,45 en el caso de juegos electrónicos (games) por mencionar los más destacados.

En este contexto, la compañía proyecta procesar grandes picos de demanda diarios de aproximadamente 585.000 unidades, agrupadas en 180.000 pedidos, y estima que, al final de la campaña, se gestionarán un total de 2 millones de unidades distribuidas en más de 600.000 pedidos.

Según los datos de la patronal UNO Logística en España, se espera un incremento en el volumen de pedidos para esta temporada de Black Friday. En concreto, se calcula que el volumen de ventas podría

crecer entre un 18% y un 20% en comparación con el año pasado, lo que refleja el continuo auge del e-commerce en España.

“Este crecimiento en el volumen de ventas y pedidos es una clara muestra del dinamismo del comercio electrónico, que sigue consolidándose como uno de los principales motores de la economía en España. En Logisfashion, estamos preparados para asumir este reto, optimizando nuestros procesos logísticos para garantizar una experiencia de compra fluida y eficiente”, explica José Manuel Sinova, Country Manager de Logisfashion.

Con el fin de asegurar una gestión óptima durante esta campaña de alto volumen, Logisfashion ha reforzado su equipo humano con la contratación de 1.600 personas adicionales en sus centros logísticos en España. De esta manera, los equipos de Operaciones, Recursos Humanos y Sistemas de la compañía trabajan de manera anticipada para optimizar cada fase del proceso y minimizar cualquier riesgo, asegurando así una experiencia de compra satisfactoria para los consumidores.

"El Black Friday es un reto logístico importante y en Logisfashion nos preparamos con antelación para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes. Nuestro equipo está listo para garantizar la gestión eficaz y puntual de cada pedido, asegurando que la experiencia de compra sea positiva en todo momento," señala Sinova.

Para hacer frente a estos picos de demanda, Logisfashion ha invertido en los últimos años en la incorporación de tecnologías de vanguardia que le permiten gestionar de manera eficiente un volumen tan elevado de pedidos. La compañía cuenta con sistemas robustos y escalables que, junto con un equipo humano altamente cualificado, permite a Logisfashion estar a la vanguardia de la logística, asegurando el éxito de campañas tan relevantes como el Black Friday.

Además, la compañía continúa con su plan estratégico, con el objetivo de alcanzar los 160 millones de euros de facturación en 2024, reflejo de su crecimiento y posicionamiento en el sector.

Contacto de prensa:

Judith Hernández
judith.hernandez@esencialcomunicacion.com
640320561