

Ilusión, Fiorentina y David's Bridal abren la puerta a la transformación digital en la moda con IBM

La compañía mexicana Diltex está innovando en la industria de la moda a través de soluciones de IBM Services, ganando competitividad y ahorrando costos mientras acelera su transformación digital.

Ciudad de México - 15 nov 2018: Diltex -empresa mexicana propietaria de las marcas Ilusión y Fiorentina, socios de Vanity Fair Brands y franquiciatarios de David's Bridal en México- e IBM, anunciaron que la compañía dedicada a la industria de la moda está mejorando la experiencia del cliente y fortaleciendo su producción, distribución y comercialización a través de su transformación digital.

Hoy, la globalización de la tecnología y la proliferación de tecnologías disruptivas alientan a las empresas a transformar sus modelos de negocio para proveer mejor experiencia a sus clientes, así como servicios de omnicanalidad innovadores. De acuerdo con la OCDE, el 25% de la economía mundial será digital en los próximos cinco años^[1]. En este escenario, el uso de nuevas tecnologías es clave para garantizar la competitividad y el alto rendimiento.

En la transformación de la industria de la moda, las tecnologías de la información se han convertido en un diferenciador para impulsar la innovación y la agilidad, ayudando a construir una infraestructura que permite administrar, conectar y asegurar la información y los datos necesarios para mejorar la lealtad del cliente y la eficiencia del negocio. Con la innovación como el principal motor de su crecimiento, Diltex anticipó esos cambios. Hoy, gracias a esta iniciativa, Diltex ha logrado asegurar la alta disponibilidad de su infraestructura tecnológica, así como el crecimiento prácticamente ilimitado de sus operaciones y transacciones digitales.

"Nuestros clientes son nuestro principal enfoque. En Diltex nos hemos puesto el objetivo de servir a nuestros clientes en cualquier canal que deseen con una experiencia única", dice Ricardo Segón, Director de Tecnologías de la Información de Diltex. "La omnicanalidad desempeña un papel fundamental en este punto, ya sea a través de la tienda web, móvil o física, las personas desean conectarse con la marca y tener una experiencia homogénea. Hoy, IBM es responsable de nuestra infraestructura tecnológica para hacer que nuestros procesos internos sean más eficientes. Lo que se traduce en un mejor cuidado de nuestros clientes", agrega.

Diltex mantiene una estrategia que busca brindar a los consumidores un mayor número de puntos de contacto con las marcas y vivir, de esa manera, una gran experiencia que le permite a la compañía continuar aumentando su lealtad, a través de una experiencia omnicanal.

Para lograr esto, Diltex implementó una solución de servicios tecnológicos de IBM que contempla capacidades de Data Center y de contingencia de procesos en un entorno de servicios en una nube privada, que proporciona flexibilidad, capacidades para respaldar aplicaciones comerciales y la transformación de su operación en tiendas, además de permitir el despliegue de la nueva aplicación digital de punto de venta.

"Diltex ya comenzó el camino de su transformación, implementando una estrategia integral que incluye no sólo renovar la experiencia del cliente, sino también fortalecer su estructura tecnológica por completo para agilizar sus procesos internos, maximizar los ingresos y reducir costos", dice Eduardo Sarmiento, Director de Servicios en IBM México. "Con este proyecto, estamos ayudando a Diltex a construir y ejecutar un entorno tecnológico más seguro y fácil de implementar, con el cliente final en el centro de su estrategia", concluye.

Con este acuerdo, Diltex busca apropiarse de las capacidades transformadoras de la tecnología, para generar experiencias que den cada vez más valor a sus clientes y empleados y fomenten su crecimiento en México, Estados Unidos y Centroamérica.

[1] "Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital" (2015)

Contacto(s)

Fernanda Martinez

5544481923 maria.fernanda.martinez@ibm.com
