[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 04/03/2020

# [IB Group comparte 3 aspectos para adaptar una marca a la medida centennial](http://www.notasdeprensa.es)

## Las nuevas generaciones están ocupando el 75% de la fuerza laboral actual en México, y es necesario que las marcas comiencen a adaptarse a sus nuevos estilos de compra

Los centennials son aquellas personas nacidas a partir de 1998 a la fecha, son considerados como nativos digitales y este año comienzan a influir de manera monetaria en las compras, es por ello que cada marca debe adaptarse a sus necesidades para poder seguir en tendencia. El holding mexicano IB Group, expertos en Real Estate y en el posicionamiento de marcas en el país, comparte 3 puntos que debe considerar una marca para adaptarse a los usuarios centennials. Presencia digital - Sitio web: La web principal debe estar actualizada con nuevas colecciones, últimas noticias, opción de compra digital y un localizador de prendas que permita al usuario saber en qué tienda puede conseguir aquello que está buscando. - Redes sociales: Se debe crear contenido especializado y adaptarlo a cada plataforma ya que los usuarios son diferentes. - Voceros: Es importante contar con influencers y/o validadores que usen productos de la marca o hablen de ella, buscando que sus publicaciones no siempre sean orgánicas. Atención personalizada en punto de venta: - Digital: Esta generación se caracteriza por acudir al punto de venta después de haber realizado una búsqueda online. Se recomienda una plataforma de ayuda dentro de la tienda, en la que se puedan consultar dudas. - Vendedores: La atención que dan al cliente debe ser cordial, ayudarles con sugerencias o buscar aquello que los compradores estuvieron revisando en internet. - Reservado: Desde el sitio web el comprador tiene la opción de seleccionar la prenda y la tienda en donde puede recogerla. El pago se hace en el punto de venta y si la afluencia de los clientes es alta, se les debe asignar una fila exclusiva para poder recoger su compra. Conciencia de marcaUno de los puntos a considerar más importantes de esta generación es el de la conciencia con la que cuentan sobre el cuidado del medio ambiente y la inclusión. Buscan marcas sostenibles e inclusivas, tanto en producción como en sus puntos de venta. 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

5528944247

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/ib-group-comparte-3-aspectos-para-adaptar-una](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Moda Marketing Sociedad Consumo

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

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