

AÉROPOSTALE

Mercado

Aéropostale es una marca especializada en ropa casual y accesorios, que atiende a un mercado internacional de entre catorce y diecinueve años de edad. En México este rango es más amplio, abarcando desde los dieciséis hasta los veintiséis años. Debido a la calidad, precio y propuesta innovadora, gran parte del mercado cautivo en EUA se ha mantenido, por muchos años, fiel a la marca.

Mediante la alianza con Liverpool, Aéropostale entró de manera predominante al mercado mexicano, abriendo más de cien ubicaciones con doscientos puntos de venta en más de cincuenta ciudades. El creciente mercado juvenil ofrece un panorama de crecimiento a largo plazo que asegura tanto su permanencia como su relevancia para los años subsiguientes. La estrategia que utiliza la empresa es la de atacar a la vez a los mercados de alta densidad y a aquellos donde otras marcas internacionales no cumplen con uno de los valores de la empresa: el de “estar cerca de la gente”, lo cual ha logrado en México gracias a la dominante presencia y reputación internacional de la tienda Liverpool.

Sus productos se dividen en cinco categorías: playeras, polos, jeans, tops y sudaderas. Recientemente, la marca lleva a cabo una nueva estrategia de venta que consiste en colocar al frente de las tiendas, micro-colecciones de moda o vignettes con propuestas



de looks de tendencia. Hoy, Liverpool, fundada en 1847, es líder en el mercado minorista, con la mayor cobertura a lo largo del país y la propuesta de Aéropostale le ha sido de gran ayuda para atraer a un mercado juvenil que no solía comprar en tiendas departamentales.

Historia

Inaugurada en 1987 y representando desde sus inicios, sentimientos de aventura, logro y dedicación; Aéropostale se ubica principalmente en centros comerciales, captando clientes jóvenes que buscan prendas básicas, enfocadas a la realización de actividades físicas, alta calidad y precios atractivos.

En México, la marca se lanza el 26 de julio del 2013, incursionando en un concepto innovador de tienda *Studio Design* que evoca un sentimiento *vintage* con arte inspirado en Nueva York, de las que sólo hay veinticinco en el mundo, quince de éstas en México. Desde lejos, el diseño capta tu atención y una vez dentro, la tienda te invita a un recorrido que exaltará tus sentidos.

Al diseñar, mercadear y vender sus propios productos, Aéropostale mantiene el control de su marca.

Producto

La inspiración y el marco de referencia, permite que la casa de la marca sea la cuna misma de la moda internacional, porque “cuando se piensa en moda se piensa en Nueva York”. Las prendas Aéropostale más reconocidas son las estilo *heritage*, mismas que hicieron fuerte a la marca durante los últimos veintisiete años. Hoy, el mercado juvenil está cambiando: quieren todo rápido, a la mano y que además exprese





su individualidad. Por ello se realiza una gran rotación, lanzando cada año, catorce colecciones a precios agresivos. De este modo, la marca logra mantener al público cautivo.

Logros

Se realizaron cuarenta y seis aperturas de tiendas en sólo seis días, de las cuales, treinta se hicieron de manera simultánea, transmitiéndose este evento mediante un enlace.

En los primeros nueve meses de operación se establecieron más de ciento cincuenta puntos de venta en más de treinta ciudades.

Con su herencia, raíces y diseño neoyorquino, Aéropostale se convierte, cada día mas, en un importante referente de moda para el mercado mexicano y en los siguientes doce meses se capitalizará su presencia en el mercado.

La marca cuenta con la primer plataforma internacional de venta en línea, fuera de los Estados Unidos.

Aéropostale se ha posicionado como una de las tres marcas más reconocidas en el mercado de ropa juvenil, con un crecimiento exponencial.

Se han abierto quince boutiques en menos de un año.

Este año, Aéropostale recibió el reconocimiento Superbrands en México.



Desarrollos Recientes

Recientemente se lanzó la línea *Live Love Dream*, que está enfocada a las mujeres y ofrece ropa interior y colecciones especiales con tecnología para realizar actividades físicas tales como yoga, natación y atletismo, entre otras.

Otro lanzamiento fue el de la línea *P.S. from Aéropostale*, enfocada en el mercado infantil de tallas 4 a 14.

La marca cuenta con las tiendas en línea: www.aeropostalemexico.mx y www.liverpool.com.mx, así como con el blog, www.estoesaero.com, que ofrece con contenido orgánico de moda, música, belleza y más.

Promoción

La forma en la que se publicita la marca abarca cuatro vertientes: Deporte y *Fitness*, para lo cual patrocina al Equipo Nascar-México. Música, con presencia en Los 40 Principales, así como en su propio blog con *#AeroPlaylist*. Moda-colecciones, trabajando en conjunto con los principales medios de comunicación y redes sociales, en eventos de nicho y manteniendo presencia en tienda. Programas sociales, con becas y asistencia a instituciones.

La marca cuenta con página web y blog, además de estar presente en redes sociales, con lo cual mantiene una importante presencia en medios digitales.

Valores

Con el concepto, *Getting to NEXT*, la empresa promueve el crecimiento y desarrollo de su equipo de trabajo, el cual se identifica con los valores que promueve la marca: honestidad, calidad, equidad, trabajo en equipo, respeto, servicio y lealtad.



aeropostalemexico.mx

Cosas que usted no sabía sobre Aéropostale

- Sus productos se venden de manera exclusiva en Liverpool, Fábricas de Francia, y boutiques Aéropostale.
- Las colecciones y precios que se ofrecen en la cadena de tiendas en México son las mismas que están disponibles en las tiendas en EUA.
- Para el primer aniversario se habrán rebasado los doscientos puntos de venta, repartidos en mas de cincuenta ciudades.
- Cuenta con más de mil asociados de venta especializada, está presente en mas de 50 ciudades de México y tiene presencia de marca en 10 países.
- No cuenta con un diseñador específico, ya que la esencia de la marca es estar en contacto con la gente a lo largo del día y no impone una visión o tendencia específica.
- Tiene 14 temporadas al año.
- Aéropostale lleva a cabo programas sociales como *Teens for Jeans*, en el que la gente dona pantalones de mezclilla para gente sin hogar.

