

Nota de Prensa

10 junio, 2025

Decathlon presenta su nueva web en España como parte de su estrategia global

- Ofrece una experiencia de compra más intuitiva, rápida y atractiva, con acceso a la más amplia y completa oferta de producto deportivo.
- Está diseñada para conectar de manera más eficaz las experiencias y servicios en tienda y online, respondiendo a las nuevas necesidades de los clientes.

[Decathlon](#), la marca deportiva mundial multiespecialista, da un paso decisivo en su **aceleración digital** con la transformación de su página web en España. Esta actualización marca un hito en **la evolución de la experiencia de compra online de la compañía**, con un **rediseño integral** basado en una estrategia centrada en el usuario.

El nuevo sitio web **forma parte de la estrategia global de rebranding de Decathlon**, presentada en marzo de 2024, y busca alinear el ecosistema digital con la renovada identidad visual y la experiencia en tienda física. Esta evolución abarca además de la **transformación digital**, la apuesta por **modelos circulares** y el compromiso de la compañía por ofrecer una **experiencia de compra unificada, conectada** y alineada con las nuevas expectativas y necesidades de los usuarios.

Jordi Roda, Chief Digital Officer de Decathlon España afirma *"Es necesario adaptar nuestros canales digitales y físicos a los nuevos hábitos y necesidades de los consumidores. Nuestro objetivo es ofrecer la mejor experiencia de compra garantizando la coherencia y personalización en cada punto de contacto con el cliente"*.

De este modo, España se convierte en el **quinto mercado** en adoptar esta nueva plataforma dentro del grupo Decathlon, después de Reino Unido, Italia, Países Bajos y Alemania. A nivel internacional, más de 900 colaboradores de 35 equipos digitales de diferentes países están participando en esta transformación digital.

Mucho más que una web: una plataforma moderna, ágil e inspiradora

Entre las principales mejoras de la web destaca un nuevo **diseño visual, eficiente e inspiracional**, que potencia la imagen de marca y mejora la navegación. Una **experiencia de compra más rápida, intuitiva y optimizada**, gracias a mejoras en la arquitectura y tiempos de carga. Además, también incluye avances en las opciones de entrega y pago para garantizar mayor comodidad y agilidad.

Este nuevo diseño, trae consigo una **optimización de las versiones web y mobile**, así como la implementación de **fichas de producto más completas y visuales** que proporcionan información detallada y contextualizada para facilitar la toma de decisiones del cliente.

La nueva plataforma digital es más que un canal de venta, es un **ecosistema integral conformado por una oferta completa, experiencias y servicios**, con el deporte en el centro, que reúne el mayor catálogo de Decathlon. Además, la web incorpora los **servicios circulares de la compañía** como reparación, alquiler y venta de productos de segunda mano.

De este modo, con el plan de modernización de más de 70 tiendas previsto para 2025 y el lanzamiento de su nueva página web, Decathlon avanza con paso firme en la integración de su nueva identidad de marca en todos los puntos de contacto con clientes, a través de una **experiencia omnicanal conectada, innovadora y alineada con los valores de la marca**.

SOBRE DECATHLON

Decathlon, marca deportiva mundial multiespecialista destinada tanto a principiantes como a deportistas de élite, es un productor innovador de artículos deportivos para todos los niveles. Con más de 100.000 colaboradores y 1.700 tiendas en todo el mundo, Decathlon y sus equipos trabajan desde 1976 para cumplir una ambición permanente: Move People Through the Wonders of Sport para ayudarles a ser más sanos y felices en un futuro sostenible.

Más noticias: <https://saladeprensa.decathlon.es/>

DECATHLON ESPAÑA

Diana EXPÓSITO - Head of PR & Corporate Communications
diana.exposito@decathlon.com

OMNICOM PR GROUP

Agencia de comunicación
equipo.decathlon@omnicomprgroup.com
689 333 623