

La Revolución del Comercio Minorista

Tendencias e innovaciones que redefinirán la experiencia de compra del futuro

Gran parte de la información entorno a la revolución en retail describe un futuro digital en el que el comercio electrónico es el protagonista, sin embargo poco se mencionan otras áreas de desarrollo que forman parte de este gran cambio.

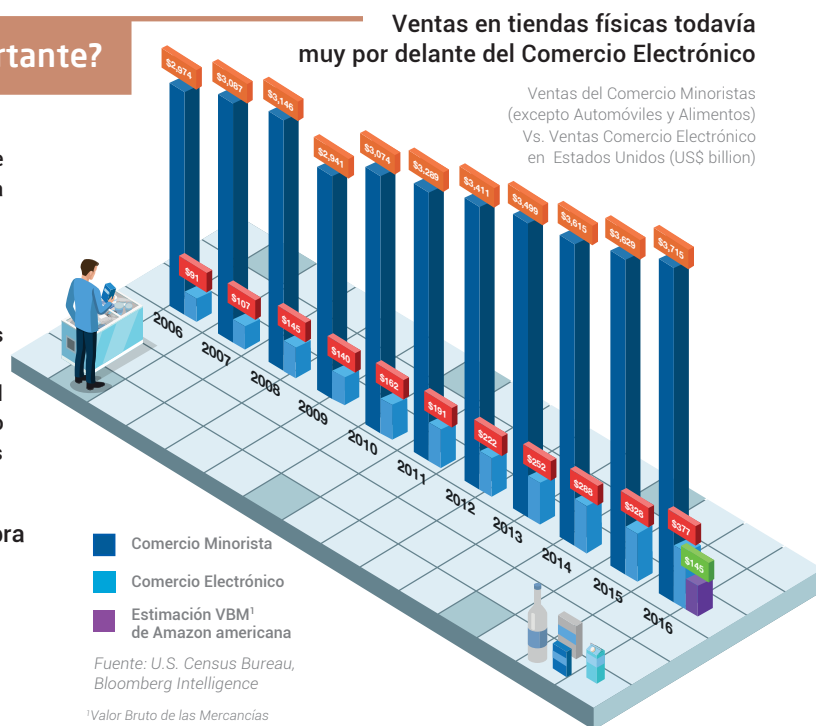
¿Por qué la tienda sigue siendo importante?

Análisis de tiendas físicas: al contrario de lo que muchos piensan, la facturación en las tiendas físicas fue responsable de casi el 90% de las ventas totales del comercio minorista en Estados Unidos en 2016.

Una investigación realizada por Frost & Sullivan destaca dos revelaciones que ayudan a explicar porque el comercio físico está lejos de estar muerto. En primer lugar, las personas tienden a confiar más en los comercios físicos que en el comercio online. En segundo lugar, se destaca la posibilidad de "encontrar" y "evaluar" productos con inmediatez teniendo la opción de hallar precios inferiores en comparación con los encontrados en línea.



■ Compras en páginas WEB y Sitios de Comercio Electrónico (ej.: Amazon)
■ Tiendas físicas Fuente: Stratecast



En este contexto, los minoristas de hoy en día no deberían discutir acerca del cierre o no de las tiendas físicas, en cambio se podría analizar cómo los avances tecnológicos pueden potenciar aún más los beneficios de la tienda para mejorar la experiencia de compra y aumentar la lealtad de los clientes.

NEC Corporation, una empresa líder en redes y tecnologías de la información, está utilizando sus principales competencias en análisis de datos e inteligencia artificial para ayudar a los minoristas a mantenerse a la vanguardia.

Más información: > www.bloomberg.com/ad/nec/retail

Bloomberg Media Studios



ANUNCIO

Cinco soluciones tecnológicas orientadas a redefinir la experiencia del cliente en el futuro:

1 Bienvenida al Cliente

Solución n° 1:
Entrada Personalizada

Los lectores de tarjetas, apps y chips utilizados para acceder al perfil del cliente, pronto serán cosas del pasado. La tecnología para reconocer a los clientes por medio del rostro y acceder simultáneamente a su historial de compras ya existe y se puede implementar en la entrada de una tienda para ayudar a los empleados a conocer a los clientes antes de atenderlos.

¿Sabía qué?

La tecnología de reconocimiento facial de NEC obtuvo el 1er lugar en precisión y velocidad de búsqueda en las pruebas realizadas por el Instituto Americano de Estándares y Tecnología (NIST²).

2 Indicador de Interés

Solución n° 2:
Análisis Facial y de Video

En la actualidad, los avances en el análisis facial permiten evaluar el interés - o desinterés - de un cliente a través de su mirada y expresión, además de identificar los artículos en los cuales estaba interesado, pero que no han sido adquiridos. La asociación de estos datos con el análisis de video que acompañan los movimientos del cliente, permite que los minoristas puedan identificar las mejores ubicaciones en la tienda para vender cada uno de sus productos.

²National Institute of Standards and Technology

©NEC Corporation 2018. NEC y el logo de NEC son marcas comerciales registradas de NEC Corporation. Orchestrating a brighter world es una marca comercial de NEC Corporation.

3 Promociones Atractivas

Solución n° 3:
Servicios Promocionales Orientados

Las promociones pueden atraer a los clientes, pero la compra real depende de que tanto los artículos para la venta satisfacen sus deseos o necesidades individuales. Los sistemas de reconocimiento facial permiten ofrecer descuentos para cada individuo, proporcionando una herramienta potente para que los minoristas aumenten sus ventas.

4 "Carrito de Compras" Automático

Solución n° 4:
Reconocimiento de Objetos

A veces puede ser difícil hacer el seguimiento de lo que está en un carro de compras, especialmente durante acontecimientos frenéticos como el Viernes Negro. Con la ayuda de la tecnología de reconocimiento de objetos, la suma total se calcula automáticamente cada vez que se agrega o se quita un artículo, lo que el comprador puede supervisar a través de su smartphone.

5 Pago Automático en la Salida

Solución n° 5:
Ahorro de Tiempo en Puntos de Pago

Las filas largas en la caja registradora son una amenaza para los minoristas en mercados competitivos, ya que acaban con la paciencia de los clientes y afectan la experiencia general de compra, lo que, en última instancia, afecta la lealtad de los clientes. Para eliminar las filas, NEC ha desarrollado una solución de autenticación facial que realiza el pago automáticamente cuando un cliente pre-registrado sale de la tienda.

Tendencias: Inteligencia Artificial en el Comercio Minorista

Las técnicas de aprendizaje automático alimentadas por datos están avanzando rápidamente y se prueban en diversas aplicaciones en todo el sector minorista para mejorar los modelos operativos existentes.

Los chatbots se encuentran en la intersección del desarrollo entre la Inteligencia Artificial (IA) y el ámbito del servicio al cliente. Estos asistentes virtuales ya poseen la inteligencia necesaria para ayudar a los empleados - incluso si son aún aprendices - a actuar profesionalmente y con prontitud, proporcionando información para enfrentar cualquier situación.



20.2%

de crecimiento en gastos de Internet de las Cosas (IoT) para la comercialización dentro de las tiendas 2017-2021

Fuente: IDC

La IA también puede ser la clave para optimizar las existencias de modo que los minoristas eviten situaciones de "exceso" o "falta". NEC puede ofrecer la fórmula predictiva ideal para cualquier escenario proyectando la demanda de los artículos vendidos en las tiendas.

Si hay una lección que aprender del comercio minorista en los últimos años es que la experiencia del cliente importa más que nunca en esta era digital. Al competir con los sitios de comercio electrónico, la perspectiva de ofrecer valor agregado a los compradores debe ser una razón suficiente para que las tiendas físicas integren tecnologías más inteligentes en sus operaciones cotidianas. El conocimiento es poder y los datos analizados crean conocimiento.

Orchestrating a brighter world

NEC