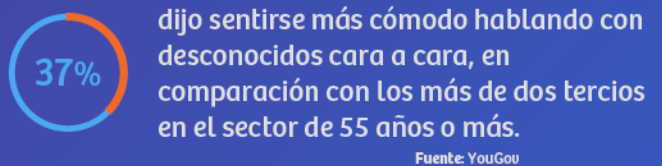
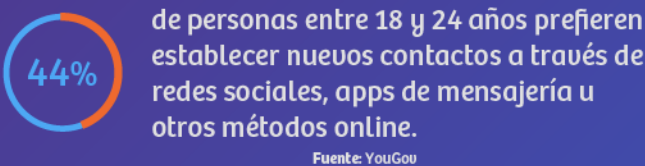
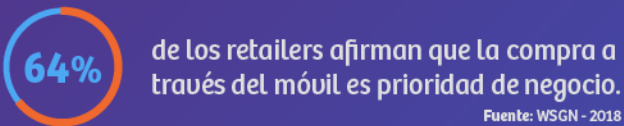


EL Consumidor Hiperveloz

El consumidor hiperveloz de hoy en día es más exigente que nunca y está poniendo en jaque los modelos actuales de retail con nuevos valores que suponen un desafío incluso para los negocios más centrados en su público. Nos enfocaremos en el cambio N° 1.

Hemos identificado 6 cambios claves en sus actitudes:

- 1 La revolución de los dispositivos móviles
- 2 La importancia de los sentimientos
- 3 La economía de la confianza
- 4 La preocupación climática
- 5 La longevidad generacional
- 6 La propiedad como concepto del pasado



Incluir funcionalidad de los dispositivos móviles

Escanear y comprar en sus tiendas



Comandos de voz que ayudan a localizar los productos.



Sistema de señalización y acceso a listas de compras inteligentes



Realidad aumentada para orientar durante el proceso de compra y mostrar características destacadas.



Conseguir interacciones móviles más naturales



Inteligencia artificial para crear interacciones más "humanas" a través de los dispositivos móviles.



Popularización de Asistentes virtuales como Alexa de Amazon y Google Assistant



Las estrategias del "lenguaje natural" serán la norma.



Encontrar artículos a través de búsquedas visuales.

Experiencias que lideran esta transición



Un análisis realizado por McKinsey estima que las tiendas de alimentación del futuro necesitarán solo un tercio de las horas dedicadas actualmente al reabastecimiento e inventariado. Fuente: McKinsey



Repensando el papel de los vendedores: Deberán aparecer nuevos perfiles y ofrecer el mismo nivel de asistencia e interacción a través de los mensajes o de las redes sociales que en persona.

La start-up Hero se ha asociado con Harvey Nichols para ofrecer una función que permite a los vendedores en tienda responder a preguntas de los compradores online mediante vídeo. Luego, los compradores pueden unirse al 'Black Book' de la tienda.



ofrece a sus empleados convertirse en embajadores de la marca. Este equipo se encargará de compartir vídeos coproducidos por Macy's y la plataforma de vídeo Tongal.



Empiece a explorar la entrega en ausencia

68% de encuestados en EE.UU dice no sentirse cómodos permitiendo que los repartidores entren a su domicilio y **53%** afirma que la idea les resulta "muy incómoda". Sin embargo, los siguientes retailers realizan pruebas para plantear esta iniciativa a largo plazo:

WAITROSE & PARTNERS

Walmart

amazon

Fuente: Morning Consult

Integrar la experiencia online y offline del comprador. Comience a ampliar los sistemas de autopago hacia propuestas de autoservicio.



Evalúe el rol de los vendedores. Asegúrese de que influyan en la decisión de compra cuando esta se está tomando realmente



Crear estrategias de lenguaje visual y natural que ayuden a llegar e interactuar con los compradores.



Establecer mecanismos para llegar al nivel necesario de confianza, que permita acceder a los hogares cuando estén ausentes.

