Espacios de Venta Inteligentes

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL RETAIL

Tabla de **contenidos**

03 – ¿Qué tiene el Futuro para las Ventas al por menor?

04 – Pasos hacia Espacios de Venta Inteligente

05 – Promover: Personalización de Compras

06 – Búsqueda: Wayfinding y Locación en tiendas

07 – Compra: Checkout Eficiente

08 – Análisis: Optimización

09 – La Red Digital de Venta al por menor y Promoción-Búsqueda-Compra

10 – Rollouts de Tiendas en toda la nación y globales

11 – Aproveche nuestro éxito

¿Qué tiene el Futuro para las Ventas al por menor?

Las compras en línea, las redes sociales y la movilidad están cambiando la industria minorista. A medida que los consumidores compran todo, desde comida y ropa hasta electrodomésticos y automóviles, la tecnología revoluciona la experiencia del cliente y las expectativas cambian. En 2015, 205 millones de estadounidenses compraron en línea, lo que erosionó los ingresos en las tiendas y cambió el enfoque del ladrillo y mortero al crecimiento en línea. El impacto de las ventas en línea obligó a los principales minoristas a anunciar el cierre de 6.000 tiendas en 2016. ¿Es este el principio del fin del consumismo de ladrillo y mortero?

85%

85% de los consumidores prefieren comprar en una tienda física.

Razón:
- Esquema de la tienda actualizada
- Compra en Línea, recoge en tiendaup

54%

de los vendedores competirán en experiencia de cliente.

Razón:
- Prioridad al móvil
- Interacción en el Punto de Venta

La respuesta es no. Los consumidores aún prefieren comprar en una tienda física, pero esperan más de la experiencia en la tienda. La tecnología digital es la clave para satisfacer estas expectativas. En lugar de competir con la conveniencia y la popularidad en línea, los minoristas exitosos reinventan la experiencia en la tienda, lo que permite que la tecnología móvil y digital cree entornos que atraigan a los consumidores a sus tiendas. Los entornos físicos minoristas se están transformando en destinos deseables, y los espacios inteligentes de venta minorista están ganando terreno.

Cree una transformación digital éxitosa dentro de su punto de venta

- Defina su Espacio de Venta Inteligente - Página 04
- Establezca una Red Digital preparada - Página 10
- Acelere la Implementación de Soluciones -Página 12

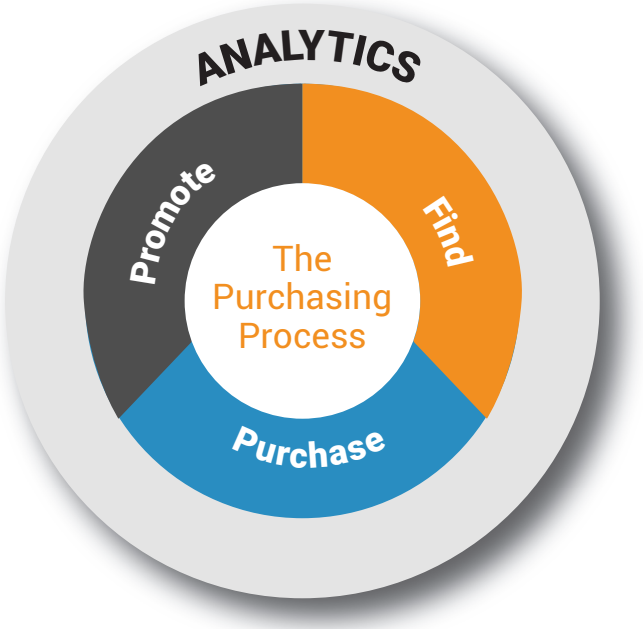
Pasos hacia los Espacios de Venta

La experiencia de compra en la tienda se compone del ciclo Promoción-Búsqueda-Compra. Este ciclo proporciona a los minoristas un marco para soluciones de tecnología digital que:

- Mejorar la lealtad a través de compras personalizadas
- Mejorar la conversión a través de la movilidad en la tienda y la orientación
- Aumentar la atención personal en el punto de venta

Se necesitan tres elementos para una transformación digital exitosa en la tienda. Los minoristas deben:

- Definir una experiencia de cliente en la tienda para Espacios Comerciales Inteligentes
- Establish Digital Ready Networks and Promote-Find-Purchase solutions
- Accelerate a uniform customer experience across all locations through rollouts



Promoción: Personalización de Compras

El primer paso de la transformación digital implica la promoción. En un espacio minorista digital, las compras personalizadas establecen clientes interesados en la conciencia de marca y aceleran las compras. Los minoristas inicialmente proporcionan cupones a cambio de información personal. Esta información luego se usa para generar lealtad a largo plazo para una ubicación específica de la tienda a través de interacciones prolongadas, como recompensas sorpresa, ofertas exclusivas, mensajes especiales de cumpleaños. La oportunidad aquí es grande.

85% de los usuarios de carteras digitales están más inclinados a guardar ofertas y cupones personalizados

Búsqueda: Wayfinding y Locación en tiendas

El rastreo de localización y el wayfinding son el segundo paso para habilitar un espacio minorista digital exitoso. Estas tecnologías se están convirtiendo en una consideración imprescindible, al tiempo que ayudan a mejorar las tasas de conversión de ventas, la satisfacción del cliente y las operaciones de la tienda.

Los minoristas entienden la necesidad de poder orientar a los clientes hacia el nivel del pasillo. La tecnología de búsqueda de información, como balizas habilitadas por ubicación, inicialmente ayuda a orientar al cliente hacia los artículos seleccionados, pero puede ampliar la interacción con puntos de interés, publicidad de proximidad y especial. promociones. Estas tácticas llevan a los clientes a comprar y a regresar.

Además, desde una perspectiva de Operaciones, el seguimiento de ubicación puede:

- Aumentar los ingresos y optimizar el inventario midiendo el tráfico frente a la ubicación del producto
- Mejorar la satisfacción y la eficiencia al correlacionar ubicaciones de clientes y personal.

65%

65% de los vendedores planea conectar con los consumidores a nivel pasillo.

Compra: Checkout Eficiente

El paso final es Checkout Eficiente. La verificación segura, flexible y conveniente de hoy depende de las opciones confiables de pago de teléfonos inteligentes que mejoren la experiencia del cliente agilizando el pago, disminuyendo los tiempos de espera y brindando a los empleados minoristas tiempo para interactuar más personalmente con los clientes durante las transacciones. Esta interacción personal promueve la venta cruzada, fortalece las relaciones y mejora la lealtad de la marca.

El checkout flexible también significa seguridad. Las redes que cumplen con PCI protegen los datos y las transacciones de los clientes contra posibles infracciones. Además, las cámaras de seguridad basadas en IP se pueden incluir para supervisar las transacciones, reforzar la prevención de pérdidas e incluso correlacionar la tasa de entrada para comprar conversiones.

2x

Se espera que el valor del pago por móvil se duplique a $19B para el 2018

Análisis: Optimización

En cualquier espacio minorista digital, el análisis en tiempo real y significativo en la tienda proporciona la información esencial necesaria para administrar las promociones, el inventario, un mejor servicio al cliente y la utilización del personal de forma más estratégica.

Diseño de tienda

- El análisis de tráfico a pie puede identificar qué partes de una tienda experimentan el tráfico más y menos tráfico. Los datos revelan cuellos de botella que interrumpen el flujo de visitantes y se pueden utilizar para mejorar el diseño de una tienda.

Marketing y publicidad

- Contar compradores en la tienda puede mejorar las iniciativas de publicidad al identificar qué pantallas o carteles consumen más tráfico y determinar si los compradores de ventanas pasan o entran en la tienda.

Staffing

- Los contadores de personas y otras herramientas de tráfico se pueden utilizar para identificar las horas pico de tráfico y para respaldar las decisiones de personal. Por ejemplo, si el tráfico en la tienda alcanza su punto máximo al mediodía, la planificación para tener más asociados (o los mejores vendedores) en el piso durante este tiempo ayuda a asegurar una proporción saludable entre el personal y el cliente.

Seguridad suplementaria

- Las cámaras de seguridad IP pueden proporcionar una mayor seguridad física, pero también se pueden usar para correlacionar la actividad en ciertas áreas de la tienda para determinar cuándo se exceden las longitudes de línea y los tiempos de espera.

La Red Digital de Venta al por menor y Promoción-Búsqueda-Compra

Una vez que se define la experiencia del cliente en la tienda para Espacios Comerciales Inteligentes, se debe prestar atención a la alineación de soluciones con los objetivos comerciales. Si bien se requiere tecnología digital para habilitar el espacio minorista digital, la transformación es más un viaje que un destino, y las soluciones para promover-buscar-comprar pueden implementarse en fases.

En lugar de crear una solución para las compras personalizadas, otra para la orientación y una tercera para el checkout flexible, lo mejor es comenzar con una línea base: Digital Retail Network. Con la red preparada para digital, los minoristas pueden elegir lanzar una, dos o todas las capacidades de promoción, búsqueda y compra. La red minorista digital incluye:

- Interne, red inalámbrica e infraestructura para apoyar la movilidad
- Guías deBluetooth Low Energy (BLE) para orientación
- Operador de Servicios servicios para proporcionar conectividad a Internet
- Seguridad para cumplimiento de PCI e invitado / empresa BYOD

Este enfoque sólido, pero ágil, permite a los minoristas establecer soluciones a un ritmo adecuado simplemente agregándolos.

Personalización del Comprador

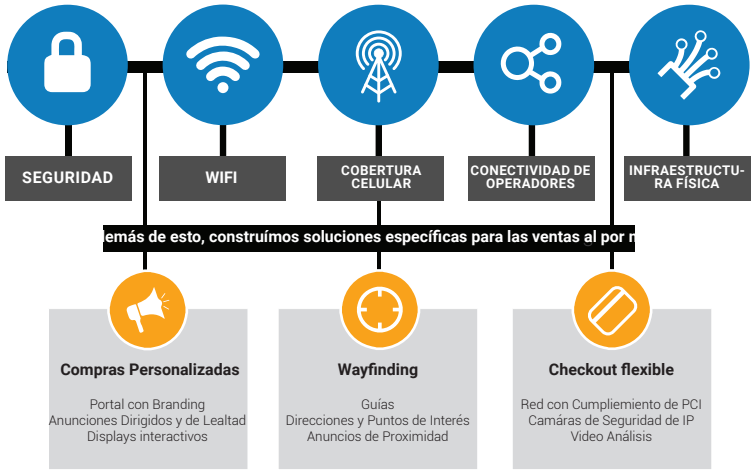
- Agregar un portal simple o aplicaciones avanzadas, como Facebook, para anunciar y recopilar información del usuario y presentar cu pones
- Permite campañas de marketing para impulsar el contenido pro gramado

Wayfinding

- Añadir una guía guiada por software que permite a los clientes seleccio nar los destinos de “inicio” y “fin”, o el posicionamiento en interiores en tiempo real con el “punto azul” en movimiento, que sigue los movimien tos de los clientes a través de la tienda
- Integrar aplicaciones en sistemas de inventario para proporcionar mayor granularidad granularity

Eficiente Checkout

- Añadir cumplimiento PCI a una red cableada o móvil existente



Algunas preguntas para descubrir dónde se encuentra en su camino hacia los espacios inteligentes de venta

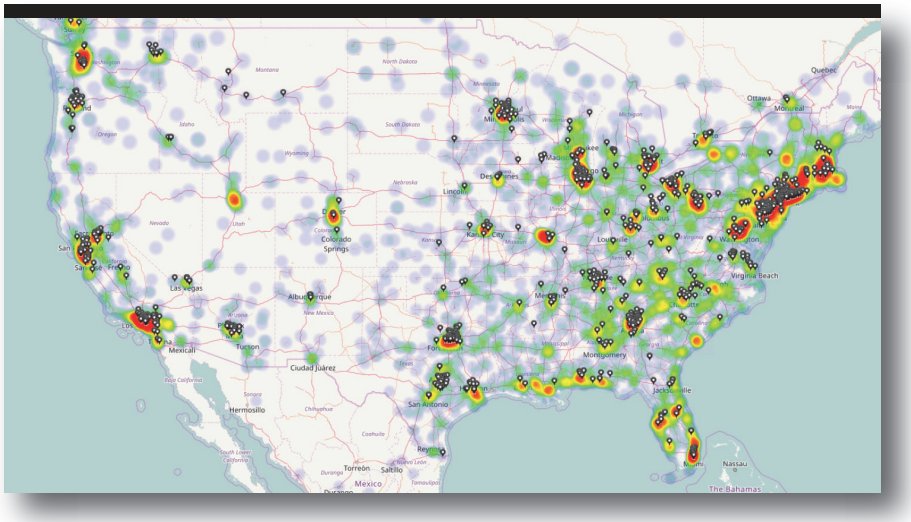
- ¿Puede nuestra red Wi-Fi servir como un medio generador de ingresos?
- ¿Podemos involucrar a todos los tipos de huéspedes móviles en nuestra tienda, independientemente de si prefieren las aplicaciones móviles o las comunicaciones basadas en el navegador?
- ¿Deberíamos usar un portal para conducir cupones y campañas de marketing, o Facebook, o una aplicación?
- ¿Podríamos dirigir a los clientes a un departamento, producto o punto de interés?
- ¿Podríamos ofrecerles ofertas a los clientes cuando están cerca de nuestra tienda?
- ¿Nuestras redes cumplen con PCI?
- ¿Nuestros clientes se beneficiarían de la facturación móvil?
- ¿Tenemos suficientes cámaras de seguridad para agregar inteligencia de video?
- ¿Es la misma experiencia para nuestros clientes en todas las tiendas?
- ¿Nuestro personal de TI está centralizado o distribuido, y cuánto tiempo tarda en implementar nuevas soluciones?

Rollouts de Tiendas en toda la nación y globales

El componente final de la transformación digital es habilitar espacios de venta digitales. Medido en 100 tiendas por día, no en tiendas por año, las implementaciones nacionales y mundiales permiten una experiencia uniforme del cliente rápidamente en todas las ubicaciones.

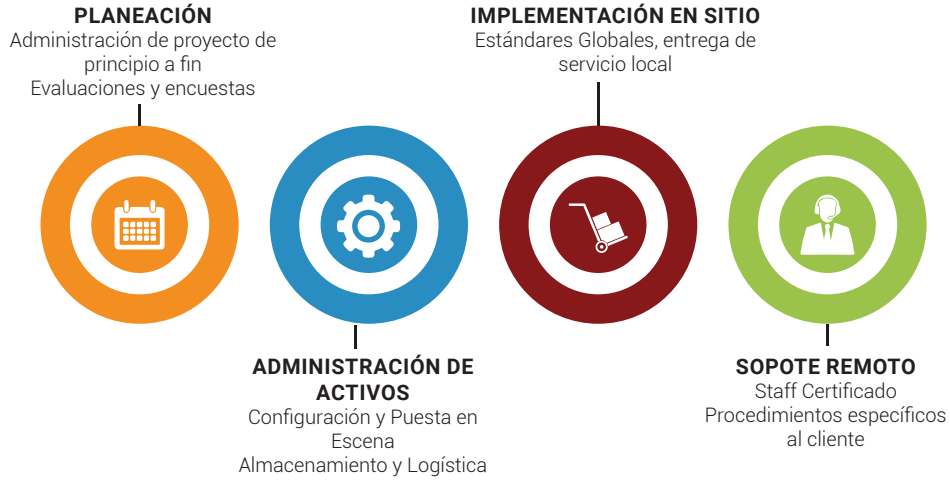
Las implementaciones exitosas en el comercio minorista requieren tanto un buen diseño del proceso como recursos técnicos certificados para ser consistentes, repetibles y efectivos.
Un enfoque de cuatro fases para las implementaciones incluye: Planificación, Gestión de activos, Despliegue en el sitio y Soporte remoto con:

- Implementaciones habilitado por comando y control distribuido para ser optimizado por geografía
- Una evaluación en dos pasos y un proceso de encuesta para asegurar una im plementación eficiente en cada ubicación con un 95% de cumplimiento a tiempo.
- Administración de activos no minorista -desde la organización y configuración hasta el almacenamiento y la logística-para liberar espacio valioso en la tienda y permitir la entrega justo a tiempo del equipo específico de la tienda
- Los estándares uniformes y la localización de los entregables permiten la unifor midad en todo el país y en todo el mundo
- Apoyo a distancia por parte de técnicos de productos certificados para eliminar cualquier posible problema



Nationwide and Global Rollouts are intensive activities that require unique IT experience and bandwidth. A digital retail rollout requires a well thought-out implementation strategy to deliver the new, noticeable, and consistent shopping experience that will get customers coming back for more.

Black Box has a national technical team of 2,300 technicians specially trained for Global Retail Rollouts.



Aproveche Nuestro Éxito

Black Box es el socio digital de confianza en la transformación de las ventas minoristas. Mediante el establecimiento de redes minoristas digitales y la habilitación de una nueva experiencia de promoción, búsqueda y compra, ayudamos a los principales minoristas a transformar sus tiendas en espacios inteligentes de venta minorista todos los días. Crear un destino que involucre a los clientes, mejore la experiencia en la tienda y cierre el circuito de compras.

Vayamos al futuro juntos.

Para más información, contáctenos al:
1-855-324-9909 o visite bboxservices.com