EXPERIENCIAS DE TIENDA MODERNA

Ventas Fluidas

Vuélvete atractivo para los consumidores omnicanal brindándoles opciones al colocar sus pedidos, concluir sus compras y realizar sus pagos, que sean siempre convenientes y que incentiven las ventas y su lealtad con tu negocio

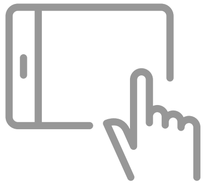
Manhattan

Elementos que componen la tienda moderna

Hoy en día, el retail en la tienda ha evolucionado más allá de la simple venta de mercancía. Ahora, las tiendas modernas ofrecen servicios personalizados y omnicanal que llenan las necesidades de los consumidores actuales haciendo que sus experiencias sean cómodas y memorables.

La tienda moderna debe ser capaz de unificar las ventas, el retailing personalizado y el suministro, así como analizar la productividad y dotar a los empleados para que puedan proveer un servicio excepcional.

Cinco elementos de las experiencias de tienda modernas



Empleados de la Tienda Empoderados

Permite a tus empleados poder orquestar experiencias de una tienda moderna para que puedan brindar un servicio excepciona y un soporte capaz de asombrar al consumidor moderno.

Venta Fluida

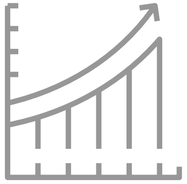
Vuélvete atractivo para los consumidores omnicanal brindándoles opciones al colocar sus pedidos, concluir sus compras y realizar sus pagos, que sean siempre convenientes y que incentiven las ventas y su lealtad con tu negocio.

Retailing Personalizado

Ofrece experiencias individualizadas e inmersivas a través de una asesoría experta de productos y una atención individualizada capaz de diferenciar tu marca de la competencia.

Suministro Optimizado de la Tienda

Brinda una recolección en la tienda y servicios de envío fiables, escalables y rentables que satisfagan la exigencia de inmediatez de tus clientes.



Información Detallada del Desempeño

Haz de la mejora continua una prioridad utilizando información detallada sobre tus ventas, operaciones y datos comparativos capaces de producir cambios significativos.

La tienda moderna es fluida

Los clientes modernos quieren la comodidad omnicanal dentro de las tiendas

Los consumidores de hoy en día esperan que su experiencia de compra sea cómoda. Desean que todas sus necesidades de compra se satisfagan en un solo lugar ya sea en línea o en la tienda física. La venta fluida es muy importante en las tiends modernas para poder generar un proceso sin contratiempos que los clientes valoren. Esta estrategia, en reciprocidad, produce afluencia y ventas para el minorista.

La venta fluida es capaz de satisfacer las necesidades del cliente moderno a través del soporte de las compras omnicanal dentro de la tienda. Aun en los casos donde algún artículo no esté disponible en la tienda para su entrega inmediata, el cliente puede adquirirlo definiendo cómo quiere recibirlo (como por ejemplo, en su casa). El cierre de compra está optimizado para las ventas omnicanal permitiendo el cobro de carritos de compra mixtos que contengan artículos de entrega inmediata y otros de surtimiento futuro. Todos los pasos para el cierre de compra incluyendo sus detalles son colocados dentro de una misma transacción. A la hora de pagar, la venta fluida ofrece una variedad de opciones de pago que hacen el cierre de compra aún más conveniente para el cliente.

Recomendaciones para ejecutar la venta fluida en las tiendas modernas

Las tiendas modernas pueden mejorar la comodidad e incentivar la afluencia en la tienda y las ventas adoptando las siguientes técnicas de venta fluida:

- Equipar a los empleados para que puedan completar ventas en cualquier parte del piso en la tienda
- Dar a los empleados de la tienda la capacidad para cerrar ventas a través de la búsqueda y ofrecimiento de artículos desde cualquier fuente de inventario
- Concentrar en una sola transacción todas las compras omnicanal
- Darle a los clientes opciones de pago flexibles incluyendo aquellas de nueva generación

Equipa a tus empleados para que puedan completar ventas desde cualquier parte del piso en la tienda

Los clientes modernos son impacientes y muchos tiendan a abandonar la tienda sin comprar algo cuando tienen que esperar demasiado en la fila de pago. Esta calamidad puede generarles una experiencia negativa y ahuyentarlos en el futuro. No obstante, al utilizar dispositivos móviles puedes mejorar significativamente la experiencia de tus clientes.

Al darle a tus empleados dispositivos móviles equipados con herramientas tales como un punto de ventas móvil, les permites responder de forma rápida y eficiente a las necesidades de tus clientes. Esta capacidad puede hacer que la experiencia de compra sea mucho más rápida y cómoda.

Una característica de estas soluciones móviles es brindar una interfaz de usuario consistente tanto en formatos físicos como móviles. Una interfaz unificada brinda un ambiente de trabajo familiar para tus empleados, lo cual ayuda a mejorar sus productividad y capacidad de respuesta. Cuando los empleados trabajan de forma eficiente, las tiendas pueden cumplir con las demandas de rapidez y comodidad de los clientes modernos.

Beneficios para el Negocio

Más comodidad para tus clientes: Los empleados de la tienda pueden utilizar los dispositivos móviles para cerrar las compras desde cualquier lado en la tienda, reduciéndolos tiempos de entrega y mejorando la comodidad del cliente.

Mejor respuesta a las necesidades del consumidor: Los empleados pueden acceder en tiempo real a la información de los clientes, los productos, las promociones y el inventario desde cualquier lado en la tienda, lo cual les permite responder rápidamente a las solicitudes de los clientes haciendo recomendaciones informadas y concretando las ventas.

Mejor productividad: Las soluciones móviles diseñadas para los empleados pueden agilizar varias tareas en la tienda tales como el cierre de ventas y con ello mejorar la productividad y la eficiencia, liberándoles tiempo para poderse enfocar en el servicio al cliente.

68%

de los consumidores dijeron que, si es larga, abandonarían una fila para pagar antes de llegar a la caja

76%

de los compradores dijeron que la tecnología móvil utilizada en las tiendas les ayuda a tener experiencias de compra más rápidas

Dales a tus empleados en la tienda la capacidad para cerrar ventas a través de la búsqueda y ofrecimiento de artículos desde cualquier fuente de inventario

Los clientes modernos tienen altas expectativas en cuanto a sus experiencias de compra dentro de la tienda. El alza en las compras digitales ha influenciado estas expectativas y hoy en día, los clientes no están acostumbrados los inventarios limitados. Por el contrario, esperan que sus artículos estén siempre en la tienda física como lo están en línea. Para satisfacer estas expectativas y ofrecer una mayor variedad de productos, las tiendas modernas necesitan vender y ser capaces de colocar pedidos desde su red global de inventario. Esta capacidad les ayuda a mejorar su rentabilidad y conservar sus compras asegurando la disponibilidad de sus artículos.

Para lograrlo, las tiendas modernas deben equipar a sus empleados para poder cerrar compras omnicanal a través de herramientas que les permita encontrar, cotizar y vender mercancía desde cualquier parte de su red global de inventario, incluidas las tiendas alternativas, los centros de distribución, sus proveedores y otras fuentes adicionales. Una vez encontrado el inventario, los sistemas modernos de punto de venta deben permitir a los empleados cerrar rápidamente las compras de sus clientes tanto de los artículos de disponibilidad inmediata como aquellos en su red global de inventario. Esta capacidad también conocida como “Pasillo sin Fin”, solamente tendrá éxito si los minoristas son capaces de tener una visibilidad precisa de su inventario en las tiendas y en el resto de sus canales de ventas.

Beneficios para el Negocio

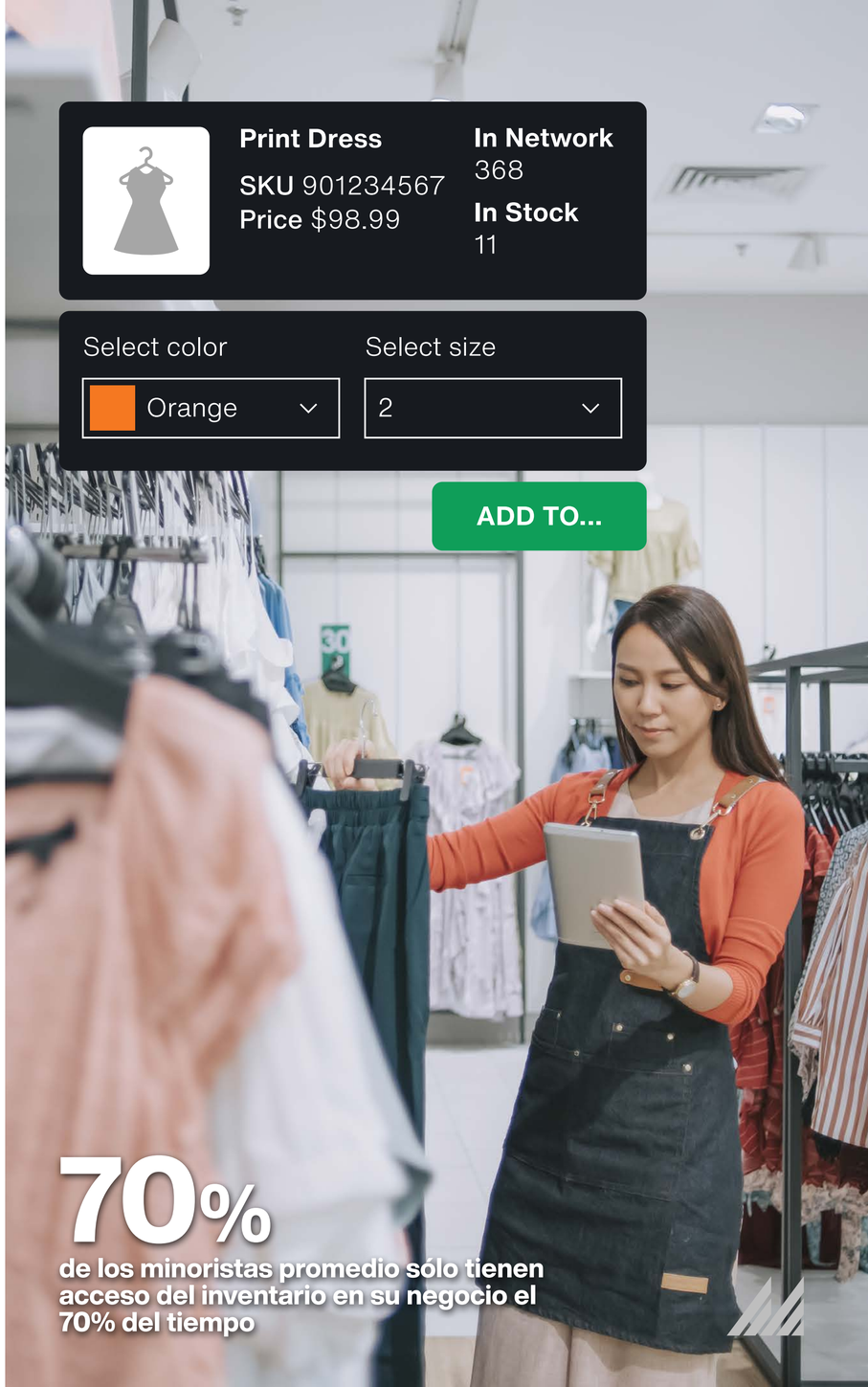
Reducción en el abandono de compras debido a escasez de inventario: Al ofrecerle a los clientes una forma de comprar sus artículos aun estando agotados, los minoristas pueden salvar sus ventas y evitar perder ganancias por esta causa.

Mejora en la lealtad y satisfacción del cliente: Los minoristas pueden evitar que los clientes se vayan con la competencia ofreciéndoles siempre los productos que necesitan aun cuando estén agotados.

Incremento de las ganancias debido a un mejor surtido: Cuando recorren un pasillo en la tienda, los clientes sólo ven lo que hay. Al añadir la capacidad de ventas de pasillo sin fin, el minorista puede recomendar artículos que no están necesariamente en existencia dentro de la tienda. Las ventas de Pasillo sin Fin permiten a las tiendas modernas obtener nuevos ingresos provenientes de las ventas cruzadas y el up-selling.

32%

de los consumidores que no pueden encontrar los artículos que buscan en existencia simplemente cambian de minorista



Concentra en una sola transacción todas las compras omnicanal

La compra omnicanal dentro de la tienda es una forma conveniente y flexible de satisfacer las necesidades del cliente. Le permite comprar artículos desde diferentes puntos de suministro incluyendo los de entrega inmediata, los que se envían a domicilio y los que se recogen en tiendas alternativas. Esta capacidad le permite a las tiendas cumplir consistentemente con las necesidades de sus clientes independientemente de la situación del inventario de la tienda.

Aun cuando la capacidad de comprar mercancía desde diferentes tipos de surtimiento mejora la satisfacción del cliente y las ventas del minorista, también conlleva un riesgo de dañar la experiencia del consumidor. Completar los carritos de compra mixtos puede ser complicado y lento y usualmente requiere que el empleado de la tienda realice varios pasos para lograrlo. Las largas filas de caja pueden ocasionar que los clientes abandonen sus compras y se vayan de la tienda.

Los procesos de cierre de ventas diseñados para las compras omnicanal son necesarios para evitar las complejidades y mejorar la experiencia del cliente. Esta capacidad fundamental le permite a los clientes comprar, pagar y personalizar sus artículos para concretar pedidos de entrega inmediata y a futuro en una sola transacción optimizada para la omnicanalidad. El proceso de cierre de ventas guía a los empleados por el proceso de iniciar y finalizar cada paso y proceso requerido para cerrar ventas de surtimiento mixto sin dificultades, sea desde las cajas convencionales o desde los dispositivos móviles.

Beneficios para el Negocio

Incremento de ventas: El proceso de cierre de ventas optimizado para las ventas omnicanal puede incrementar el tamaño de los carritos de compra (en términos de ganancias) y aumentar los rangos de conversión al permitirle a los clientes completar todas sus necesidades de compra en la tienda, aun cuando sus artículos sean programados para una entrega posterior a través de diversos métodos de envío o recolección en la tienda.

Mejora en la lealtad de los clientes: Al proveer a los clientes con una experiencia más consistente y cómoda, se estimula su satisfacción y lealtad. Los clientes tienden a regresar a las tiendas cuando se les ofrece una experiencia omnicanal amigable.

Reducción de costos operativos en la tienda: El proceso de cierre de ventas optimizado para las transacciones omnicanal puede reducir el tiempo y esfuerzo que emplean los trabajadores en completar las ventas. Al reducir la necesidad de crear un carrito de compras para cada tipo de surtimiento y poder procesar transacciones múltiples, el proceso de cierre de ventas suele ser más eficiente, reduciendo también los recursos necesarios para administrar las compras omnicanal.

66% **de los consumidores comprarían en tiendas que brinden experiencias omnicanal.**

40% **de los compradores dicen que el proceso de cierre de compra es el aspecto de enfoque número 1 para los minoristas en busca de mejorar su experiencia en la tienda**

EXPERIENCIAS DE TIENDA MODERNA

Ventas Fluidas

Dale a tus empleados opciones de pago flexibles incluyendo aquellos métodos de pago de nueva generación

Los compradores modernos prefieren las opciones de pago flexibles para completar sus compras. Los minoristas que no ofrecen su método de pago preferido en la tienda corren el riesgo de perder la venta. De este modo, es muy importante darle al cliente moderno las opciones de pago flexible que cumplan sus expectativas de facilidad y conveniencia.

Al ofrecer métodos de pago alternos que sean populares tales como las carteras digitales y los pagos sin contacto, las tiendas físicas pueden ser más atractivas para los consumidores y con ello, incrementar sus posibilidades de concretar nuevas ventas.

Es crucial para un sistema punto de ventas en la tienda moderna poder conjugar métodos de pago tradicionales y de nueva generación en un solo proceso de cierre de ventas que le brinde al cliente flexibilidad y rapidez en su proceso de pago. No es recomendable que los empleados lidien con diferentes portales de pago para poder procesar distintos métodos de pago y así tratar de cumplir con las exigencias de comodidad y velocidad del cliente moderno.

Las tiendas que ofrecen los métodos de pago que prefieren sus clientes, suelen mantenerlos satisfechos y estimulan su lealtad y recompra. Es por esta razón que es crucial que las tiendas brinden opciones de pago flexibles que cumplan con las expectativas de sus clientes e incrementen su relevancia entre la nueva generación de consumidores.

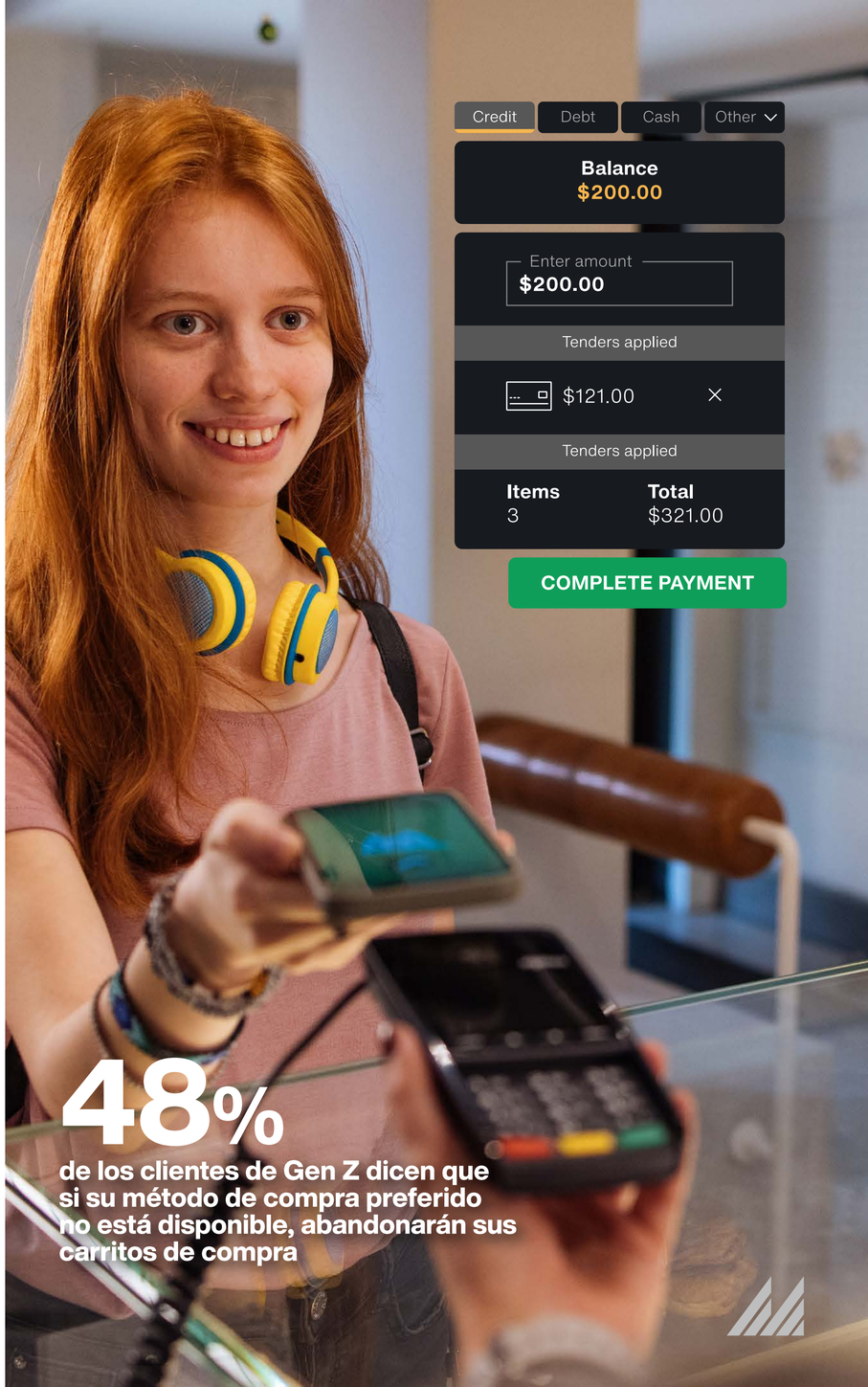
Beneficios para el Negocio

Mejora en la experiencia del cliente: La flexibilidad en los métodos de pago le brinda a los consumidores comodidad y opciones que enriquecen su experiencia de compra. Un proceso de pago sin complicaciones estimula la experiencia positiva del cliente y acelera los tiempos en los procesos de cierre de ventas.

Reducción en el abandono de ventas: En las tiendas minoristas, los pagos flexibles pueden reducir la incidencia en el abandono de las compras porque los consumidores son menos proclives a retractarse si sus procesos no contienen restricciones de pago.

Atracción de la nueva generación de clientes a las tiendas: La flexibilidad en las opciones de pagos puede atraer nuevos clientes, especialmente aquellos que buscan métodos de pagos digitales dentro de la tienda tales como las carteras digitales.

63% **de los clientes son más proclives a comprar con minoristas que ofrecen sus métodos de pago preferidos**



EXPERIENCIAS DE TIENDA MODERNA

Ventas Fluidas

Las ventas en las tiendas modernas es fluida y satisfacen a los compradores utilizando la flexibilidad y conveniencia omnicanal

En el panorama actual del retail, es vital que las tiendas modernas satisfagan las necesidades de los clientes omnicanal. Al ofrecer flexibilidad en su inventario, la colocación de pedidos, los procesos de cierre de ventas y las opciones de pago, los minoristas pueden ofrecer una experiencia fluida de ventas en sus tiendas que sean siempre convenientes y por ende que estimulen las ventas y la lealtad de sus consumidores.

71%

de los líderes minoristas se enfocan en mejorar la velocidad de sus procesos de cierre de ventas, poniendo énfasis en la razón principal de abandono de los carritos de compra y creando así fuentes de ingresos significativas

Fuentes:

McKinsey

Retail Dive

All Things Retail

McKinsey Applause

Manhattan Associates

Cybersource

Oliver Wyman

Conoce cómo Manhattan puede ayudarte a adoptar capacidades de venta fluida en tus tiendas en: **manh.com/modern-stores-are-seamless**

© 2024 Manhattan Associates, Inc.

Manhattan