EXPERIENCIAS EN LA TIENDA MODERNA

Retailing Personalizado

Ofrece experiencias inmersivas y memorables en tu tienda a través del servicio personalizado

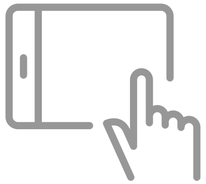
Manhattan

La Experiencia de la Tienda

Hoy en día, los hábitos de compra van mucho más allá de la simple adquisición de mercancía. Las tiendas modernas ofrecen experiencias de compra modernas que superan las expectativas y brindan servicios omnicanal en sus instalaciones que satisfacen las necesidades del consumidor moderno. Estos servicios integrados deleitan a los clientes haciendo su experiencia de compra más cómoda y memorable.

La experiencia de compra en la tienda moderna unifica la venta fluida, el retailing personalizado, el suministro y el desempeño en la tienda y habilita a los empleados para poder proveer un servicio excepcional que genera satisfacción a los clientes, beneficia a la marca y mejora las ventas. La tienda moderna representa la evolución de los hábitos de compra de los clientes modernos, los cuales evalúan constantemente la experiencia que reciben en la tienda.

Cinco estrategias para ofrecer experiencias en tienda excepcionales



Empleados de la Tienda Empoderados

Las tiendas modernas colocan a sus empleados al frente, capitalizando la experiencia unificada entre la tecnología móvil y el contacto humano, lo cual genera experiencias excepcionales al cliente.

Venta Fluida

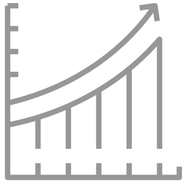
Las tiendas modernas atraen a los compradores omnicanal a través de la venta fluida (inventario flexible, cierre de ventas y opciones de pago convenientes), que incrementan las ventas y la lealtad del cliente.

Retailing Personalizado

La tienda moderna es personalizada porque ofrece experiencias de compra únicas, inmersivas y significativas a través de las recomendaciones expertas de productos y una atención individualizada que distinguen a tu marca de la competencia.

Surtimiento Optimizado en la Tienda

Las tiendas modernas tienen un desempeño de suministro excepcional, utilizando la tecnología y el potencial humano para poder ofrecer recolecciones y envíos fiables y rápidos que deleitan al consumidor de hoy en día.



Información Detallada de Rendimiento

La tienda moderna se dirige a través de información relevante, priorizando la experiencia continua y la mejora de su rendimiento a través de información detallada sobre sus ventas, operaciones y competitividad para poder realizar cambios significativos.

La Experiencia de la Tienda Moderna

Los compradores modernos valoran las experiencias de compra personalizadas

En este mundo digitalizado, los clientes aún desean tener interacción humana y la experiencia que encuentran en las tiendas físicas. Aprecian la información relevante sobre los productos y la atención individualizada que proveen los empleados expertos en la tienda.

Al ofrecer servicios altamente personalizados en las tiendas, los minoristas pueden crear más experiencias inmersivas y significativas que eleven la satisfacción de sus clientes y su lealtad. Además, las experiencias retail personalizadas incrementan el valor de las tiendas físicas en los ojos del consumidor moderno y los estimulan a visitar las tiendas frecuentemente y comprar más.

En u mundo donde las compras en línea son lo habitual, el retailing personalizado permite a las tiendas modernas sobresalir el valor de la simple transacción de venta e incrementando su valor para el cliente.

Recomendaciones para desbloquear el comercio minorista personal en tiendas modernas

Los minoristas modernos pueden incrementar la conversión de sus ventas y mejorar la relación con sus clientes utilizando estas técnicas de retailing personalizado en sus tiendas:

- Habilita a tus empleados para que puedan interactuar con tus clientes desde cualquier parte del piso de ventas
- Utiliza el perfil, historia y preferencias detallados de tus clientes omnicanal para personalizar tus interacciones
- Convierte a tus empleados en asesores expertos dándoles acceso a la información detallada de tus productos
- Utiliza herramientas avanzadas de interacción con el cliente como la creación de citas para generar lazos emocionales con tus consumidores
- Genera interacción continua con tus clientes fuera de la tienda para fortalecer tu relación con ellos e impulsar tus ventas

Habilita a tus empleados para que puedan interactuar con tus clientes desde cualquier parte del piso de ventas

Las experiencias personalizadas de retail son más efectivas cuando los empleados pueden acceder fácilmente al historial de las interacciones con el cliente, así como las recomendaciones de producto desde cualquier parte de la tienda. De esta manera, pueden personalizar la interacción con el cliente y brindar asesoría experta en cualquier momento de su contacto con el consumidor.

Cuando los empleados de la tienda disponen de soluciones móviles, pueden acceder fácilmente a la información que necesitan para interactuar con tus clientes de forma personalizada. Esta capacidad les permite aprovechar la información para saludar a tus clientes por su nombre, generar citas individualizadas, hacer recomendaciones de productos, ofrecer asesoría de compras y mucho más.

No obstante lo anterior, muchos minoristas no son capaces de identificar a sus clientes antes del cierre de ventas lo que resta oportunidades a tus empleados para generar una vínculo con ellos e influir en sus decisiones de compra. Las capacidades de interacción móvil con el cliente resuelven este problema y dota a tus empleados con información y herramientas personalizadas al alcance de la mano, en cualquier lugar y en cualquier momento dentro de la tienda.

Beneficios para el Negocio

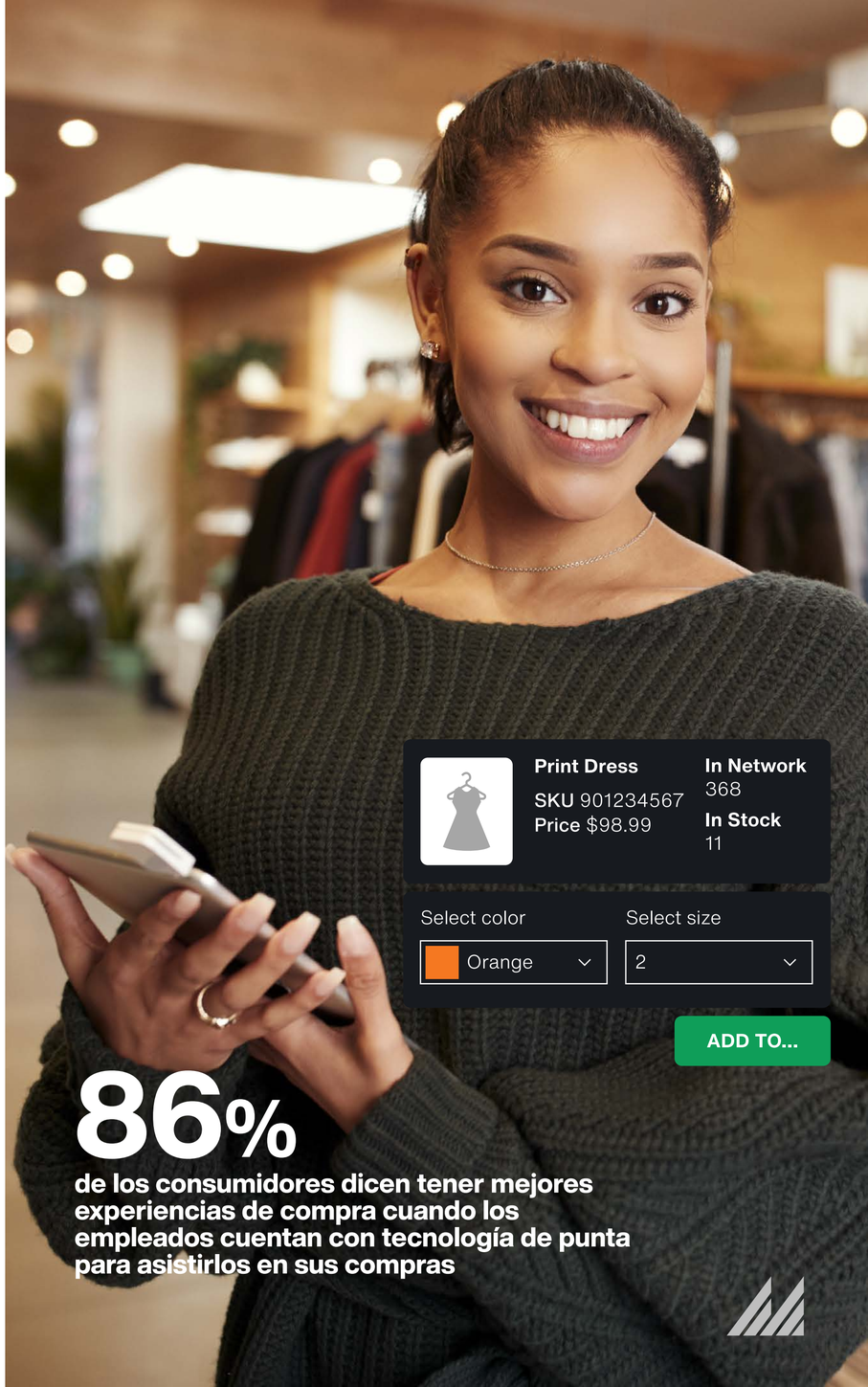
Mejora en la respuesta a las necesidades del cliente: Cuando los empleados de la tienda pueden acceder fácilmente a la información del cliente, los productos, las promociones y el inventario, en tiempo real y desde cualquier parte de la tienda, pueden responder de manera más precisa y rápida a las solicitudes de tus clientes.

Mejora en el servicio al cliente: Al tener un mejor entendimiento del cliente y su recorrido de compras, los empleados pueden ofrecer valor agregado en sus interacciones con él. Esto mejora el servicio al cliente y distingue la experiencia en tu tienda del de la competencia.

Eleva la comodidad del cliente: Los dispositivos móviles pueden ayudarle a tus trabajadores a emplear su tiempo con eficiencia y efectividad y con ello, elevar su comodidad.

63%

de los minoristas no pueden identificar a sus clientes habituales antes del cierre de compra



86%

de los consumidores dicen tener mejores experiencias de compra cuando los empleados cuentan con tecnología de punta para asistirlos en sus compras

Utiliza el perfil, historia y preferencias detallados de tus clientes omnicanal para personalizar tus interacciones

En la industria minorista actual, es muy importante tener interacciones personalizadas y ofrecer experiencias a la medida a sus clientes capaces de exceder sus expectativas. Para lograrlo, los empleados necesitan tener una visibilidad clara y veloz del perfil, historial y preferencias de cada cliente. Al utilizar esta información, los empleados pueden personalizar su saludo, agradecerles su lealtad y responderles con confianza cualquiera de sus dudas.

Sin embargo, no basta con tener acceso a esta información. En cambio, los empleados de la tienda necesitan tener acceso a las herramientas necesarias para poder capturar fácilmente la información relevante del cliente y así fortalecer la relación del retailer con su consumidor. Poder actualizar las preferencias del cliente capturando notas y manteniendo sus wishlists, son prácticas indispensables que pueden mejorar la interacción personalizada del cliente en todos los canales del minorista.

Al empoderar a los empleados de la tienda con las herramientas adecuadas para la interacción, acceso a los datos y la información detallada del cliente, las tiendas modernas pueden brindar el tipo de servicio diferenciado que esperan los consumidores. Las tiendas modernas deben invertir en capacidades que permitan a sus empleados personalizar sus interacciones con los clientes a través de información relevante capaz de fortalecer sus lazos afectivos con el consumidor.

Beneficios para el Negocio

Incremento en las conversiones de ventas: Al permitirle y empoderar a tus empleados para sostener interacciones personalizadas con tus clientes, estás generando confianza y buena voluntad en ellos. Esto permitirá incrementar tus conversiones de ventas.

Mayor lealtad de tus clientes: Las capacidades de retailing personalizado puede posicionar a los empleados como embajadores confiables de tu marca y productos, lo cual generará una experiencia de compra positiva que genere repetición del negocio para tu tienda.

Mejora en la información generada por datos: La capacidad de concentrar y analizar los datos de tu cliente, es indispensable para crear retailing personalizado. Al capturar la información relevante durante sus interacciones con el consumidor, el minorista puede tener un mejor entendimiento sobre las preferencias y el comportamiento de sus clientes que puedan llevarle a tomar decisiones documentadas para mejorar su experiencia de compra.

40%

de las compañías que tienen una buena personalización tienen el potencial para generar mayores ganancias

Convierte a tus empleados en asesores expertos dándoles acceso a la información detallada de tus productos

La era digital ha cambiado los hábitos de compra. Las tiendas minoristas necesitan adaptarse a esta nueva realidad si desean ser relevantes y competitivas. Para lograrlo, las tiendas modernas deben ofrecer experiencias que incluyan asesoría inmersiva y personalizada que los canales digitales no pueden ofrecer.

Los empleados son fundamentales para poder brindar este tipo de experiencias y proveer una experiencia consultiva. Ellos deben ser capaces de convertirse en fuentes y guías confiables de información sobre los productos y fortalecer su relación con el cliente a través de sus consejos y conocimiento. La tecnología juega un papel fundamental porque le permite a los empleados de la tienda brindar al cliente asistencia personalizada. Para ello, los trabajadores deben poder accesar fácilmente al catálogo e inventario completo de los productos, con lo cual pueden responder a cualquier solicitud del cliente de forma rápida.

Con las herramientas adecuadas a su alcance desde cualquier parte de la tienda, pueden incluso recomendar productos complementarios y localizar el inventario disponible para entrega o envío dentro de la tienda, incrementando las conversiones de ventas y el valor del carrito de compras.

Al adoptar la tecnología de asesoramiento y el enfoque de ventas consultivas, las tiendas minoristas pueden convertirse en fuentes invaluables en la recomendación de productos.

Beneficios para el Negocio

Mejora en las conversiones de ventas: Al habilitar a sus empleados para poder proveer asesoría experta de forma confiada y segura, pueden incrementar la probabilidad de compra de sus clientes y así elevar sus ventas e índice de conversión.

Incrementa la relevancia de las tiendas físicas: La asesoría personalizada de los productos dentro de la tienda, ayuda al minorista a incrementar su relevancia posicionándola como punto de contacto donde el cliente puede obtener un servicio único y significativo que simplemente no obtendrá en otros canales de ventas.

Obtén mayores ganancias en las ventas cruzadas y up-sells: Cuando empoderas a tus empleados para hacer recomendaciones complementarias o de nuevos productos, las ventas cruzadas y el up-sell mejoran las ventas para el negocio.

49%

de los consumidores dijeron que lo que valoran más de las tiendas minoristas es que los empleados conozcan los productos que ofrecen

81%

de los consumidores de la Gen Z prefieren comprar en las tiendas físicas como parte de su recorrido de compras. El 73% de ellos utilizan las tiendas para descubrir nuevos productos

Utiliza herramientas avanzadas de interacción con el cliente como la creación de citas para generar lazos emocionales con tus consumidores

Generar experiencias personalizadas es muy importante para atraer consumidores a las tiendas y diferenciar la marca del retailer. Para lograrlo, las tiendas modernas deben utilizar la información del cliente y los productos para personalizar las interacciones. Deben ofrecer mejores servicios individualizados capaces de crear conexiones emocionales con los clientes y generar valor y apreciación.

Una manera de brindar servicios personalizados es hacerlo a través de la creación de citas. Los clientes que prefieran tener experiencias de ventas personalizadas valoran ampliamente las citas. A través de ellas, pueden recibir soporte personalizado de los empleados que atienden sus necesidades únicas.

Al seleccionar las colecciones de productos basadas en ls preferencias del cliente antes de las citas, los empleados pueden generar una mejor experiencia en la tienda. Las tiendas modernas deben hacer más que solamente crear citas para generar conexiones emocionales. Una manera de hacerlo es a través de lookbooks digitales. Con estas herramientas, los empleados pueden armar una selección de catálogos de productos específicos de acuerdo con las preferencias de cada cliente y compartírselos por e-mail o texto. Este enfoque es único, significativo y altamente efectivo para influenciar la decisión de compra de los clientes.

Con estas técnicas, entre otras, los minoristas pueden proveer experiencias de compra únicas que construyan una base de clientes leales y los diferencien de sus competidores.

Beneficios para el Negocios

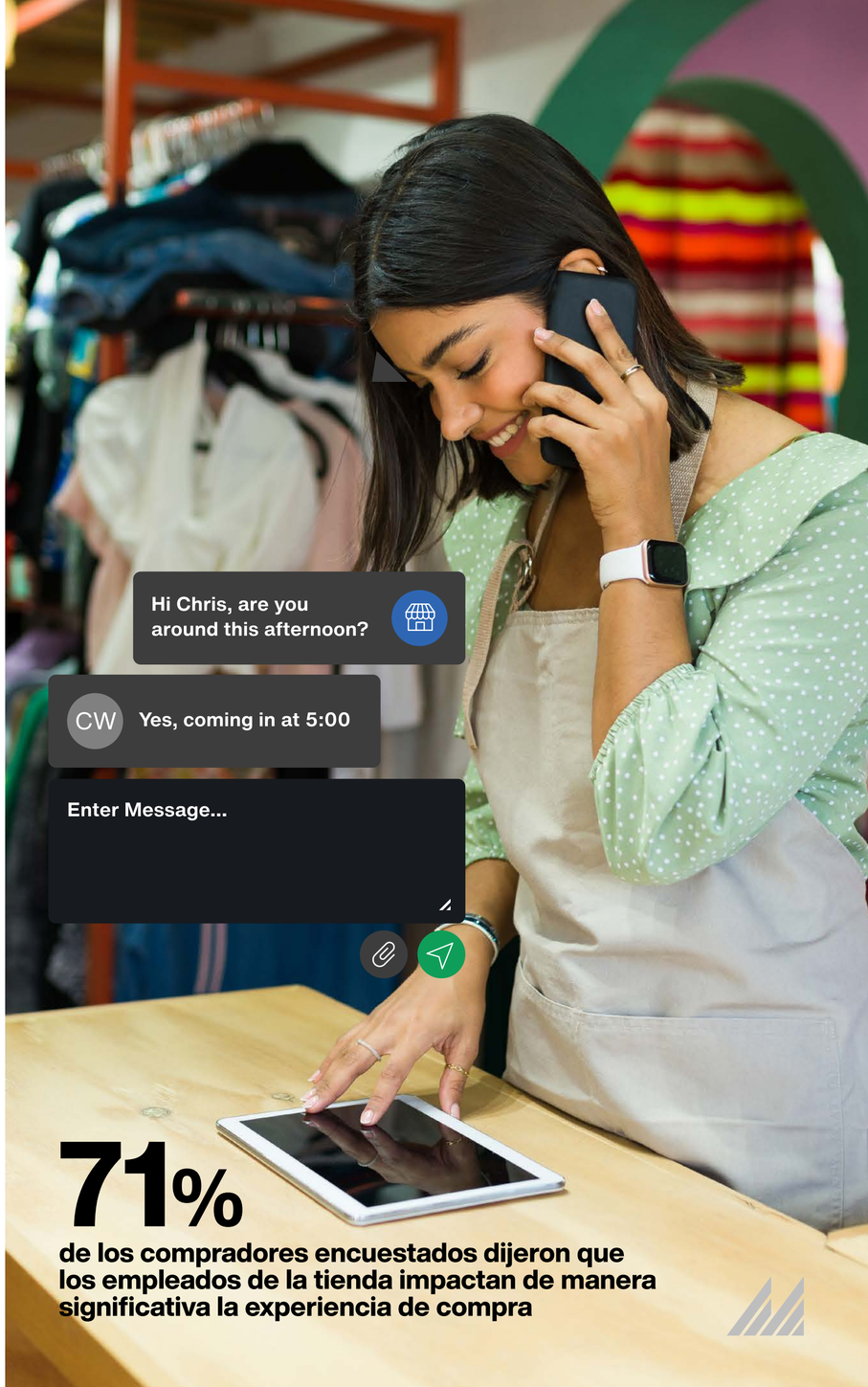
Mejores ventajas competitivas: Los minoristas capaces de ofrecer servicios personalizados en las tiendas, pueden diferenciarse de la competencia, especialmente cuando compiten con negocios que están centrados únicamente en el comercio digital.

Mayor relevancia de las tiendas físicas: Los servicios personalizados mejoran la relevancia de las tiendas al posicionarlas como puntos de contacto donde los clientes pueden obtener servicios únicos y significativos que no pueden obtener en otros canales.

Mejora en la lealtad del cliente: Las capacidades de retailing personalizado tales como las citas y los lookbooks digitales, ayudan a fomentar la relación con los clientes y generar experiencias de compra positivas y completas que mejoran la lealtad de los consumidores.

69%

de los consumidores dijeron que las citas en la tienda son esenciales para diferenciar las experiencas de compra



71%

de los compradores encuestados dijeron que los empleados de la tienda impactan de manera significativa la experiencia de compra

Genera interacción continua con tus clientes fuera de la tienda para fortalecer tu relación con ellos e impulsar tus ventas

En el mercado competitivo actual, brindar servicios personalizados a tus clientes es crucial para tener éxito. Esto, sin embargo, no termina cuando el cliente sale de la tienda. Ofrecer un soporte personalizado al cliente puede incrementar la conversión de tus ventas y la satisfacción de tus consumidores, aun fuera de la tienda.

Para lograr lo anterior, los empleados deben contar con capacidades de comunicación de fácil acceso para poder establecer contacto e interactuar con los clientes. Esta capacidad les ayudará a construir relaciones con ellos y brindarles una valiosa asistencia sobre los productos, aun cuando no están físicamente presentes.

Al poder capturar la información del cliente durante sus interacciones con la tienda, tales como sus productos deseados o bien, salvar sus carritos de compra, los empleados pueden asistir al cliente de manera eficiente aun cuando este se encuentre fuera de la tienda. Las conversaciones por texto o correo electrónico pueden ayudarle a los empleados de la tienda compartirle al cliente lookbooks personalizados o recordarle sobre sus productos preferidos, fomentando así las ventas futuras.

Mediante las capacidades remotas de la tienda, los empleados pueden enviarle al cliente ligas de pago seguras, permitiéndoles completar el proceso de compra de su carrito desde la comodidad de su casa u oficina.

Beneficios para el Negocio

Incremento en las conversiones de ventas: Al facilitarle a los clientes obtener soporte y completar sus compras desde la tienda, el negocio puede mejorar sus ventas y taza de conversión.

Elevar la relevancia de las tiendas físicas: Cuando las tiendas pueden trascender la simple operación transaccional con sus clientes y convertirla en una relación continua y significativa, se convierten en un agente importante para ellos y estimulan el negocio continuo para la tienda.

Mejora en la lealtad del cliente: Las capacidades de retailing personalizado como las ventas remotas, permiten a las tiendas fomentar su relación con el cliente y crear una experiencia de compra significativa y diferenciadora que mejora la lealtad de los consumidores.

86%

de los consumidores digitales adultos en Estados Unidos señalan que es importante que el app del minorista brinde una experiencia más personalizada y relevante que añada valor a las compras en la tienda física

El retailing personalizado lleva a las tiendas modernas a un nuevo nivel de servicio

En el ambiente cada vez más competitivo del retail, tener la capacidad de proveer experiencias de compra personalizadas es un factor de éxito. Al adoptar las capacidades de negocio correctas, los minoristas pueden ofrecer un retailing personalizado que ayude a los consumidores a obtener experiencias en la tienda únicas e informativas mientras reciben atención personalizada. El retailing personalizado, entonces, representa la oportunidad única para llevar las tiendas modernas al siguiente nivel, creando beneficios para el negocio que pueden influenciar significativamente su desempeño.

61%

de los minoristas dicen que la personalización de la experiencia en la tienda es su prioridad número uno de TI

Fuentes::

Hubspot
Zebra
All Things Retail
McKinsey
Manhattan Associates
CNBC
Engageware
PWC
Forrester Research
RIS News

Conoce como Manhattan puede ayudarte a ofrecer retailing personalizado en tus tiendas en: **manh.com/modern-stores-are-personal**

© 2024 Manhattan Associates, Inc.

Manhattan