

NEC transforma la experiencia del retail

Tecnologías como **el Big Data y el Business Analytics** están mejorando la experiencia del **retail**, a pesar de que muchos aseguren que las tiendas físicas podrían desaparecer en el futuro.

Para **Carlos de la Cruz, especialista de retail en NEC**, en pleno 2018, las tiendas físicas siguen siendo clave para tener un buen acercamiento con los clientes y lograr una conexión con ellos. “De hecho, en los próximos años, la interacción personal será muy importante para los consumidores jóvenes, ya que se prevé que ellos harán que la economía de los retailers en México se incremente a 804 mil millones de dólares para 2025, según un estudio de Frost & Sullivan”.

Tecnologías de análisis de datos están ayudando a tomar decisiones proactivas en tiempo real, con el objetivo de mejorar la experiencia del retail, reconociendo en el consumidor su lealtad, comprendiéndolos mejor y cuantificando estas acciones como una ventaja competitiva.

“Durante 2017, el sector retail en América Latina generó ingresos por dos mil 992.5 millones de dólares, mientras que para 2023 se espera que alcancen los ocho mil 593.5 millones de dólares. Esto representará un crecimiento para el sector en 19.2%, de acuerdo con el mismo Frost & Sullivan.

“México, junto con Brasil, son los países de América Latina que están liderando esta transformación digital en el sector retail, a través del aumento del uso de la tecnología móvil, llevando a otro nivel la experiencia en las tiendas físicas para los clientes y generando así grandes oportunidades para un crecimiento sostenido en el sector de ventas minoristas”, explica De la Cruz.

Apuestas a corto plazo

Los comerciantes minoristas mexicanos de tiendas físicas están gradualmente apuntando su enfoque a mejorar notablemente la experiencia del retail con el cliente. Sin embargo, muchos se están enfrentando a los retos de gestionar de forma eficaz sus sistemas tecnológicos de *front-end* y *back-end*.

Datos de la consultora sostienen que **los principales desafíos tecnológicos en el sector retail en América Latina son alinear la tecnología de la información con las estrategias corporativas**; automatizar y optimizar los procesos corporativos con soluciones de múltiples tecnologías; y utilizar soluciones de múltiples proveedores en la integración de sistemas de gestión.

“Para responder a estos retos tecnológicos, **NEC está ayudando a los retailers a implementar soluciones inteligentes para transformar la experiencia en las tiendas físicas**, permitiendo que puedan comprender mejor a sus clientes a través del uso de tecnologías avanzadas.

“Hay **software para ventas que se integra fácilmente con sistemas de back-office para proporcionar información sobre los clientes directamente al punto de venta** y que lo transforme en un punto de servicio, así como tecnología de reconocimiento facial que ayuda a identificar de forma instantánea a un cliente que ingresa a la tienda, acceder a información sobre transacciones anteriores y preferencias, mejorando la experiencia personalizada del cliente.

“Si a eso le sumamos soluciones para realizar pagos automáticos por medio del reconocimiento facial y el análisis de video, como facilitadores de la experiencia de compra para el cliente, la experiencia es muy buena”, agrega De la Cruz.