

Enfoka-Trends noviembre 2019

“NUEVOS CONCEPTOS COMERCIALES: LA COMPRA EXPERIENCIAL”



La comunicación en la tienda es de suma importancia para ofrecer nuevos incentivos en el punto de venta. Si bien, la promoción es la clave, los factores emocionales desempeñan un papel fundamental en la decisión de compra. Por eso es esencial considerar el “puzle” al completo a la hora de diseñar la “experiencia de compra”.

Un espacio de bienestar global, esa es la tendencia actual en el Shopping Experience 3.0. Los establecimientos comerciales, lejos de desaparecer, cada día están más vivos, son más modernos y están más cuidados. Ya no se trata únicamente de lugares en los que mostrar los productos y servicios que vendemos o atender sin más a los clientes. Los comercios deben transformarse en lugares en los que vivir una experiencia superior, única, auténtica, positiva... que nos haga sentir, soñar, relajarnos, disfrutar, sorprendernos, divertirnos, emocionarnos...

La digitalización del punto de venta, el marketing olfativo o la ambientación musical son algunos de los aspectos básicos a cuidar, aunque la experiencia de compra puede llegar a ser todo lo sorpresiva que nuestra imaginación nos permita.

Claves para llevar la experiencia de compra a un nivel óptimo:

- Crear una buena atmósfera. Los clientes no tienen que sentirse incomodados en ningún momento. Por eso mismo, generar una atmósfera de confianza es esencial. Esta puede ir desde el nivel de «siento que no me están engañando» al de «viviría en esta tienda». El mobiliario, la pintura... son elementos clave para mejorar este aspecto.
- Comunicar, comunicar y comunicar. Una tienda de retail cuyos empleados no presten atención a los clientes puede ser un fracaso. Por eso mismo, deben ofrecerse siempre para ayudar al consumidor en todo lo posible. Sin embargo, debes encontrar el término medio entre ayudar al consumidor y molestarlo.
- Sorprende a todos. Siempre has de contar con el factor sorpresa para contentar a tus clientes. Comprar es a día de hoy algo rutinario por lo que transformar esta actividad en divertida y diferente es muy importante.

Si el cliente experimenta situaciones incómodas durante el proceso de compra, acabará repercutiendo sobre las ventas. Recordemos que una buena recomendación se difunde uno a uno, una mala experiencia se comparte con 10. Cuidar el ambiente alrededor de tu comercio, producto o servicio generando una agradable experiencia de compra garantiza la fidelización de tus clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Forbes (2019). What Is The Future Of Shopping Experiences?. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/07/25/what-is-the-future-of-shopping-experience/#1b6265176c1c>
- Smart Business Technologies (2018). Cómo mejorar la experiencia de compra en 5 pasos. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://www.sb-tec.com/mejorar-la-experiencia-de-compra-en-5-pasos/>
- Mailrelay (2018). Cómo mejorar el "Shopping Experience" mediante el email marketing. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://blog.mailrelay.com/es/2018/07/24/shopping-experience>
- Smart Business Technologies (2017). Shopping Experience: qué es y su implementación. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://www.sb-tec.com/shopping-experience-que-es/>
- Tendencias 21 (2016). El sector del retail se reinventa, llega la Shopping Experience 3.0. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de https://www.tendencias21.net/telefonica/El-sector-del-retail-se-reinventa-llega-la-Shopping-Experience-3-0_a1854.html
- Wuombo (2015). Como brindar una experiencia de compra positiva. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://wuombo.com/brindar-experiencia-de-compra-positiva/>
- Entrepreneur (2015). Como crear una experiencia de consumo. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://www.entrepreneur.com/article/267790>
- Comercios Innovadores de Bilbao (2012). Futurista tienda de Nike en Londres, ejemplo de integración de tecnología digital en la experiencia de compra. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <http://cibilbao.com/2012/03/23/futurista-tienda-de-nike-en-londres-ejemplo-de-integracion-de-tecnologia-digital-en-la-experiencia-de-compra/>
- Marketing XXI (2012). Field Marketing: cuando la experiencia con el consumidor se genera en punto de venta. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://www.marketing-xxi.com/field-marketing-cuando-experiencia-consumidor-se-genera-punto-de-venta.html>
- Moda.es (2012). ¿Qué es el shopping experience?. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://www.modaes.es/back-stage/que-es-el-shopping-experience.html>
- Awanzo Retail (2011). Shopping Experience evoluciona en Shopping Concepts. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://www.retail.awanzo.com/2011/08/29/shopping-experience-evolucion-a-en-shopping-concepts/>

VIDEOS RELACIONADOS

- Juguetería especializada en muñecos de bebés: <https://www.youtube.com/watch?v=XuD0azugh3U>
- Reconocimiento Facial para mejorar la experiencia del cliente: <https://www.youtube.com/watch?v=8NNCFkcl2TU>
- Digitalización del punto de venta (Prada): <https://www.youtube.com/watch?v=3pXNYciHCLc>
- "Never Stop Exploring" Experience (North Face): <https://www.youtube.com/watch?v=rXXtQ4-CCYw>