

## Enfoka-Trends azaroa 2019

# “MERKATARITZAREN KONTZEPTU BERRIAK: EROSKETA ESPERIENTZIALA”

Dendan berebiziko garrantzia du komunikazioak salmenta-gunean pizgarri berriak eskaintzeko. Eta hori bada ere gakoa, faktore emozionalak funtsezkoak dira erosteko erabakian. Horregatik, ezinbestekoa da “puzlea” bere osotasunean kontuan hartzea “erosketaren esperientzia” diseinatzeko garaian.

Ongizatea nonahi aurkitzeko espazio bat eskaintzea da gaur egungo joera Shopping Experience 3.0-n. Saltokiek, desagertu baino, gero eta bizitasun handiagoa dute, modernoagoak dira eta zainduagoak daude. Orain kontua ez da bakarrik produktuak eta zerbitzuak erakusteko lekuak izatea, besterik gabe bezeroei saltzen edo eskaintzen dizkiegunak. Saltokiek esperientzia goren, berezi, autentiko, positibo... bat bizitzeko lekuak izan behar dute, sentitzea, erlaxatzea, disfrutatzea, harritzea, dibertitzea, emozionatzea... eragingo diguten lekuak.

Salmenta-gunearen digitalizazioa, usaimen-marketina edo girotze musikala zaindu beharreko alderdietako batzuk dira, nahiz eta gure irudimena noraino iristen den, horren araberakoa izango den harrigarria erosketaren esperientzia.

Erosketaren esperientzia goren mailara eramateko gakoak:

- Giro on bat sortzea. Bezeroek ez dute inoiz deseroso sentitu behar. Horregatik, funtsezkoa da konfiantzazko giro bat sortzea. «Ez direla ni engainatzen ari antzematen dut» mailatik «denda honetan biziko nintzateke» mailara eraman daiteke hori. Altzariak, pintura... funtsezko elementuak dira alderdi hori hobetzeko.
- Komunikatzea, komunikatzea eta komunikatzea. Retail denda batek behea jo dezake bertako enplegatuek bezeroei jaramonik egiten ez badiete. Horregatik, beti egon behar dute ahal den guztian laguntzeko prest. Dena den, gauza bat da kontsumitzaileari laguntzea eta beste bat molestatzea.
- Utz itzazu denak harrituta. Beti izan behar duzu eskuartean harridura-faktorea zure bezeroak pozik uzteko. Gaur egun errutinazko ekintza bat da erostea eta beraz oso garrantzitsua da jarduera hori dibertigarria eta berezia izan dadin lortzea.

Bezero batek esperientzia deserosoak izaten baditu erosteko prozesuan, horrek ondorioak izango ditu azkenean salmentetan. Gogoan izan behar dugu gomendio on bat banan-banan zabaltzen dela; esperientzia txar bat, berriz, 10ekin partekatzen da. Zure saltokiaren, produktuaren edo zerbitzuaren inguruan giroa zaintzeak erosketa-esperientzia atsegin bat sorrarazi eta fidelizatu egiten ditu zure bezeroak.





## BIBLIOGRAFIA

- Forbes (2019). What Is The Future Of Shopping Experiences?. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <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. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <https://www.sb-tec.com/mejorar-la-experiencia-de-compra-en-5-pasos/>
- Mailrelay (2018). Cómo mejorar el "Shopping Experience" mediante el email marketing. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <https://blog.mailrelay.com/es/2018/07/24/shopping-experience>
- Smart Business Technologies (2017). Shopping Experience: qué es y su implementación. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <https://www.sb-tec.com/shopping-experience-que-es/>
- Tendencias 21 (2016). El sector del retail se reinventa, llega la Shopping Experience 3.0. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik [https://www.tendencias21.net/telefonica/El-sector-del-retail-se-reinventa-llega-la-Shopping-Experience-3-0\\_a1854.html](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. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <https://wuombo.com/brindar-experiencia-de-compra-positiva/>
- Entrepreneur (2015). Como crear una experiencia de consumo. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <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. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <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. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <https://www.marketing-xxi.com/field-marketing-cuando-experiencia-consumidor-se-genera-punto-de-venta.html>
- Moda.es (2012). ¿Qué es el shopping experience?. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <https://www.modaes.es/back-stage/que-es-el-shopping-experience.html>
- Awanzo Retail (2011). Shopping Experience evoluciona en Shopping Concepts. 2019ko azaroaren 14an berreskuratua hemendik <https://www.retail.awanzo.com/2011/08/29/shopping-experience-evolucion-a-en-shopping-concepts/>

## LOTURIKO BIDEOAK

- Haurren panpinetan espezializatutako jostailu-denda: <https://www.youtube.com/watch?v=XuD0azugh3U>
- Aurpegiaren Errekonozimendua bezeroaren esperientzia hobetzeko: <https://www.youtube.com/watch?v=8NNCFkcl2TU>
- Salmenta-gunearen digitalizazioa (Prada): <https://www.youtube.com/watch?v=3pXNYciHCLc>
- "Never Stop Exploring" Experience (North Face): <https://www.youtube.com/watch?v=rXXtQ4-CCYw>