



2023 KO EKAINA

Enfoka-Trends

Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago.

Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago

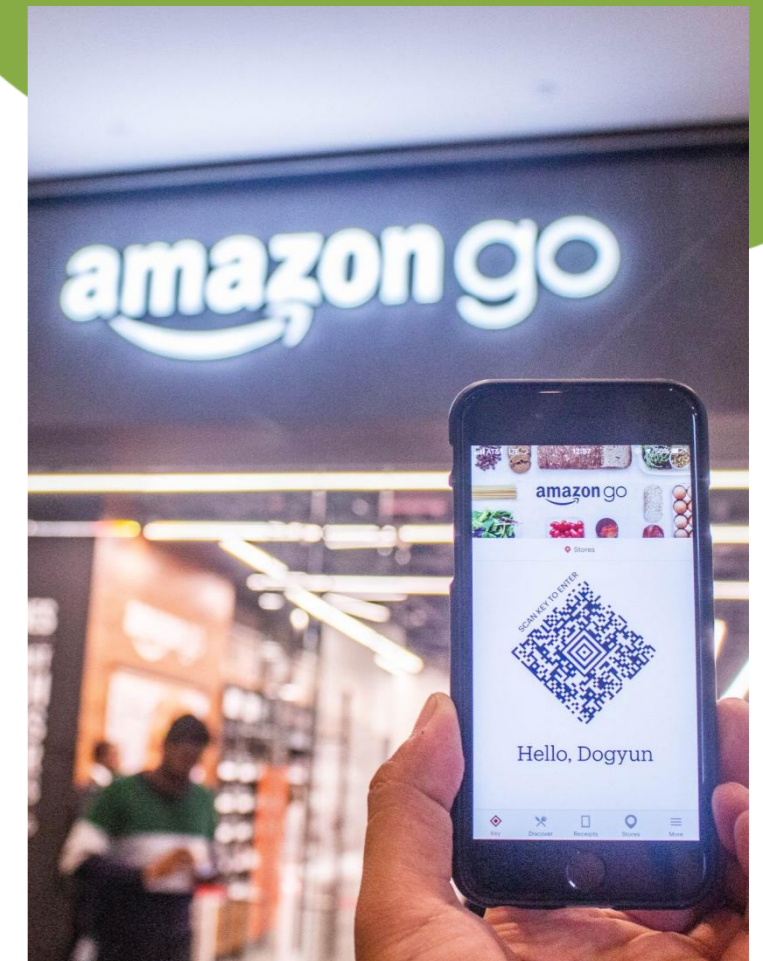
unta-puntako saltokiek teknologia berri guztiak aztertu behar dituzte, inbertitu, bereizi eta, bereziki, merkataritzaren etorkizuna esperientzia hibridoan dagoela ulertu behar dute: hau da, mundu birtualaren onena hartzea, denda fisikoan erosketa-esperientzia askoz ere positiboagoa sortzeko.

"Kanal bakarra" deiturikoa bi esperientziak konbinatzen saiatzen da, fisikoa eta onlinekoa uztartuz, online erosketa errazten duten tresnak ingurune fisikoan errepikatuz. Tresna askok oso ondo funtzionatzen dute klabe digitalean, baina bezeroari asko gustatzen zaio erosketa fisikoaren esperientzia.

Establezimendu horiek ordainpeko kutxa automatizatuak, eskaerak jasotzeko eta entregatzeko puntu robotikoak, probaleku adimendunak, helduentzako, haurrentzako eta baita txakurrentzako ur-iturriak ere dituzte. Oso garrantzitsua da ulertzea publiko mota asko daudela espazio berean, patinete elektrikoko kargagailuak eta, batez ere, ikus-entzunezko hedapen bat, dendan guztiak "etorkizuna" esatea lortzen duena.

Adibiderik nabariena, gaur egun, pantailak dira, LED teknologiari esker duela urte batzuk ia edozein azaleratan edo ia edozein formatan pantailak muntatzen hasi ziren, orain erronka da ikusleek arreta jartzea. Eta hor, murgiltze teknologiak, zeresan handia du.

ENFOKA-TRENDS 2023ko EKAINA



[Simon Bak](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago

Murgiltze-teknologiak mundu erreal, fisiko, esperientzia digitalizatu baten bidez erreplikatu nahi du. Teknologia hori hainbat sektoretan erabil daiteke, hala nola retailean, aisialdian edo hezkuntzan. Kasu guztietan, bezeroaren edo ikaslearen esperientzia hobetzeko balio du.

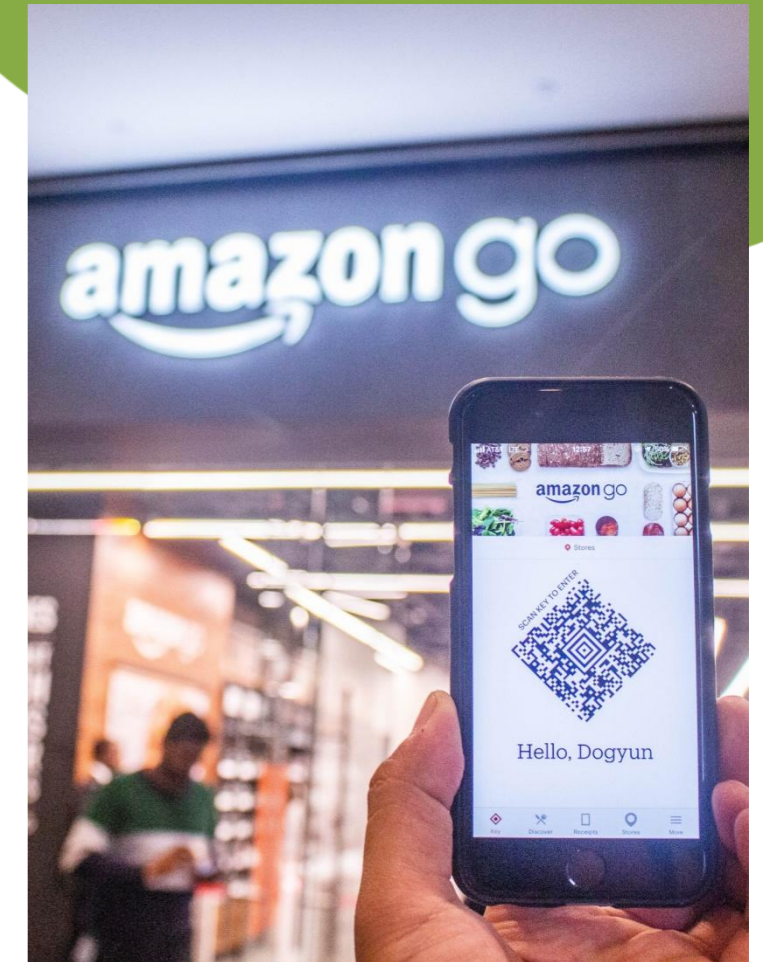
Gaur egun gertatzen ari diren berrikuntza teknologikoen zerikusia handia dute presentziala, digitala eta murgiltzailea konbinatzen dituen phigital kontzeptuarekin, bezeroak gehiago erakarri eta asebeteko dituen esperientzia omnikanal bat bilatzeko. D-commerce delakoaren garapenak plataforman zuzenean zerbitzuak eta produktuak eskuratzea erraztuko digu, ohiko e-commerce batera birbideratu beharrik gabe.

Zara, AZ bilduma; H & M, Ceek Cityn denda bat duena; Guccik The Sandboxen lur birtualak erosiko zituela iragarri zuen, eta NFT formatuko jantziak eta osagarriak merkaturatu nahi ditu.

Funtsezko lau kontzeptu daude teknologia horien erabilera optimizatzen eta haiekiko zeharkako ardatzean hobeto ulertzen laguntzen digutenak:

Murgiltzea: teknologia gai da erabiltzailearen burmuina engainatzeko, sumatzen ari den errealitatea egiatzkoa dela sinestarazteko, murgiltzeari esker. Errealitate murgiltzaileak kontzientziaren egoera aldatua ematen digu, drogarik eta bestelako gehigarririk gabe lortzen den lehen aldia izanik.

ENFOKA-TRENDS 2023ko EKAINA

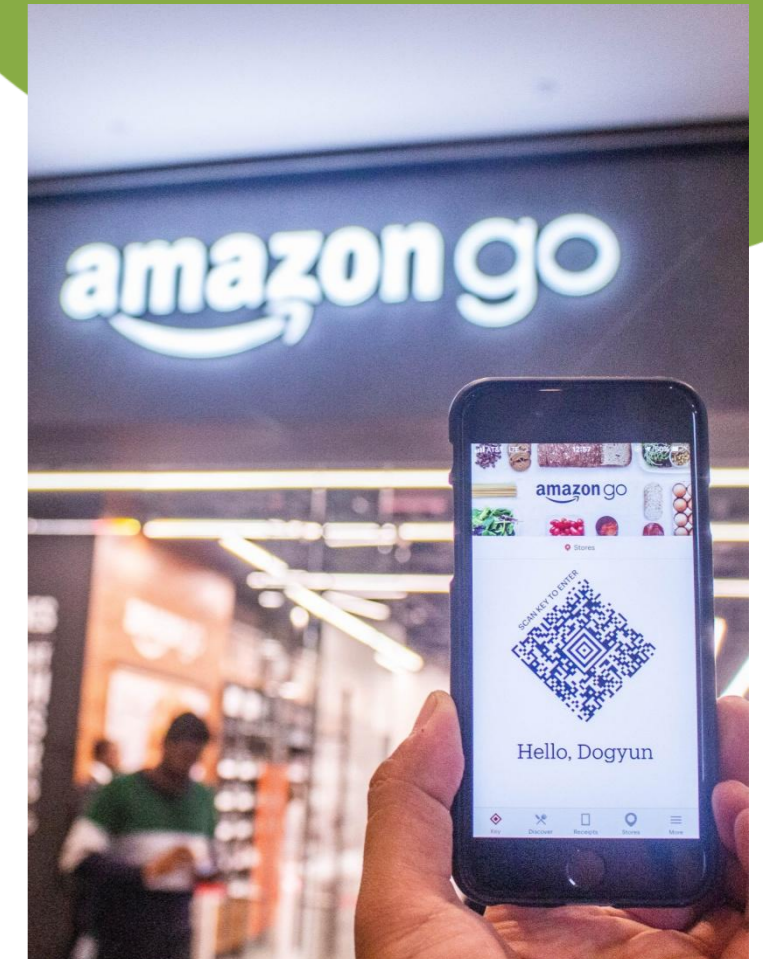


[Simon Bak](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago

- Ingurune birtuala: esperientziaren edukia erakusten duen errealitate alternatiboa da, 3D modelatuen eta programazio informatikoaren bidez sortutako mundu honen ezaugarriek laguntzen dute errealismoa eta egiazkotasuna ematen duen murgiltze-sentsazioa lortzen. Espazio errealen 360º argazkietatik abiatuta ere sor dezakegu, errealitatearekiko zehatza den ingurune bat sortuz.
- Interaktibitatea: erabiltzaileari ingurunearekin eta inguruan dituen objektuekin elkarreragiteko ematen zaion gaitasuna da. Horrela, erabiltzaileak gai dira objektuak hartzeko, jaurtitzeko, kolpatzeko, bideo korporatiboak bistaratzeko, 3Dn modelatutako produktuak erakusteko, merkataritza-aurkezpenetarako edo PDF formatuko katalogoetarako sarbidea izateko, etab.
- Zentzumeneren berrelikadura: ingurune birtualaren barruan, ikusmenaren eta entzumenaren zentzumeneren bidez, egiten dituen ekintzen aurrean erabiltzaileari zentzumeneren erantzun bat itzultzeko beharra, esperientzia erakargarri bat sortzeko. Proiektu batzuek, teknologia haptikoa erabiliz (ukipen-esperientzia bat sortzen dute), efektu hori aldatzen dute, ukimenaren zentzua ere estimulatuz, batez ere eskuetan.

ENFOKA-TRENDS 2023ko EKAINA



[Simon Bak](#) argazkia [Unsplash-en](#)



Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago

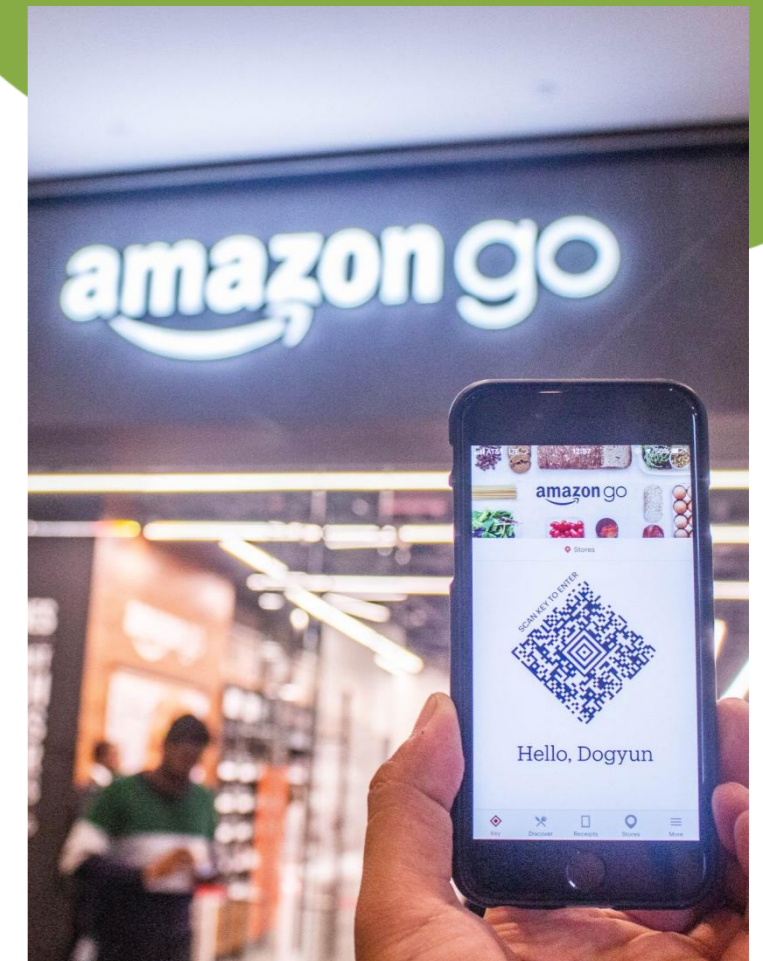
"Immersive Shopping" -aren aldeko apustu-ildo horretan, Amazonek Amazon Anywhere zerbitzu berria abiarazi berri du. Konpainiak merkataritza elektronikoa erraztu nahi du jokoa edo aplikazioa utzi gabe. Erosketak Internet bidez ingurune digital elkarreragileetara eraman nahi ditu, murgiltze bidezko erosketa sustatzeko.

Orain arte, esperientzia hori Nianticek, Pokemon Go enpresa sortzaileak, garatutako errealitate areagotuko bideojoko batean inplementatu da: Peridoten jokatzan duten pertsonak bideojokoaren ekosisteman daude, eta produktu fisikoetara sar daitezke bertatik irten gabe. Amazonen kontua jokoarekin lotu eta Peridot markako produktuak erosi besterik ez dute egin behar. Orain arte, kamisetak, jertseak, telefonoetarako osagarriak edo jokoaren irudi magikoak dituzten kuxinak daude eskuragarri.

Enpresak dio proiektu hau shoppable entertainment berriaren eta sortu nahi dituen esperientzia digitalen hobekuntzaren parte dela.

Badirudi urrats horrek duela urte batzuk denda fisikoak irekitzen hasi zen Amazonen estrategia birbideratzen duela, eta politika horrekin ez du arrakasta handirik lortu.

ENFOKA-TRENDS 2023ko EKAINA



[Simon Bak](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago

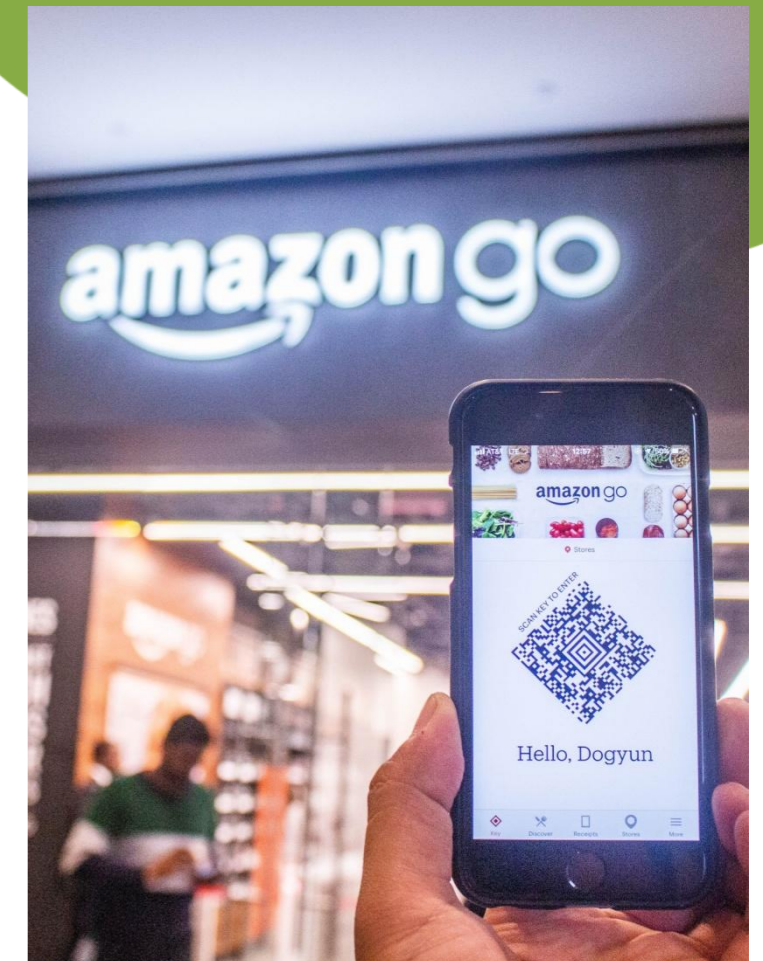
e-Comerceko erraldoiek salmenta-puntu fisikoak irekitzeko estrategia horren arrazoia da kontsumitzaileek produktuak ikusi, sentitu eta probatu nahi dituztela erosi aurretik. Baina ez da hori gertatu dena ulertzeko gako bakarra.

Kontua da kontsumitzaileek "benetako" dendetan erosi nahi dutela oraindik. Itxi egiten dituen ez da kontsumitzaileak haiekin nekatu izana, baizik eta orain beste denda eredu bat nahi dutela, krisian dauden saltoki horiek ematen ez dakitena.

Arazo handiena merkataritza-gune handiak dauka, kontsumitzaileak ikusteaz aspertuta dauden dendek osatzen baitute. Hori da krisian dagoena. Izan ere, ez da ahaztu behar etorkizuneko (edo egungo) kontsumitzailea kontsumitzaile omnikanala dela, erosketak egiteko kanal guztiak erabili nahi dituen kontsumitzailea, eta enpresak behar horren mailan egotea.

Ez da gauza bat edo bestea, kontsumitzaileak une bakoitzean nahi duenari egokitzen zaion osotasuna baizik. Horrez gain, espazio fisikoek erosketak baino zerbait gehiago eskaintzea ahalbidetzen dute, eta marketin-tresna bihurtzen dira. Horrek hobeto ulertzen laguntzen du, Amazon, eBay edo Wallapop bezalako enpresak alokairuko lokalen bila ari baitira, beren establezimenduak kalean irekitzeko.

ENFOKA-TRENDS 2023ko EKAINA



[Simon Bak](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago

Zein izan da estrategia horren emaitza? Duela 6 urte, Amazonek 500 Whole Foods supermerkatu baino gehiago erosi zituen, AEB, Kanada eta UKn kokatuak, AEBko merkatuaren % 2,2 bereganatuz.

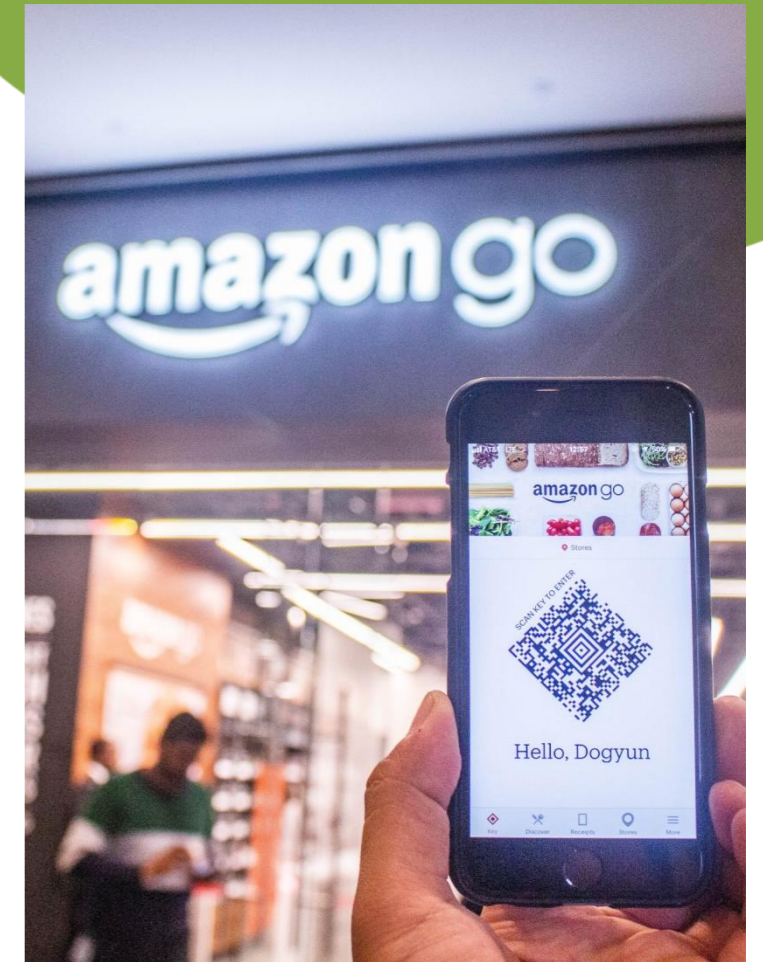
Geroago, Amazon go dendak irekitzen hasi zen, Just Walking out teknologiarekin komenientziazko dendak, non ordainpeko kutxak ezabatzen ziren. Sartzen zinen, hartzen zenuen, eta ordainpeko kutxetatik pasatu gabe alde egiten zenuen.

2021ean, Amazon Fresh Go lehen supermerkatua ireki zuten Londresen; gaur egun, 43 supermerkatu dituzte AEBn, eta 16 Erresuma Batuan, teknologiaren tenpluak, bezeroen korridore umezurtzekin.

2022an Amazonek beste bonba nuklear bat jaurti zuen: moda denda bat ireki zuen. Hedabideek esan zuten modaren sektorea irauliko zuela. Gaur egun 2 denda dituzte, gehienak bezerorik gabekoak.

Emaitza: gaur egun Amazonek 600 dendako sarea du AEBn (WholeFoods, Amazon Go eta Amazon Fresh go), eta bere merkatu-kuota 2017koa baino pixka bat txikiagoa da: % 2. Hau da, ez du inolako eraginik izan Amazonen etorrera fisikoak sektorera.

ENFOKA-TRENDS 2023ko EKAINA



[Simon Bak](#) argazkia [Unsplash-en](#)



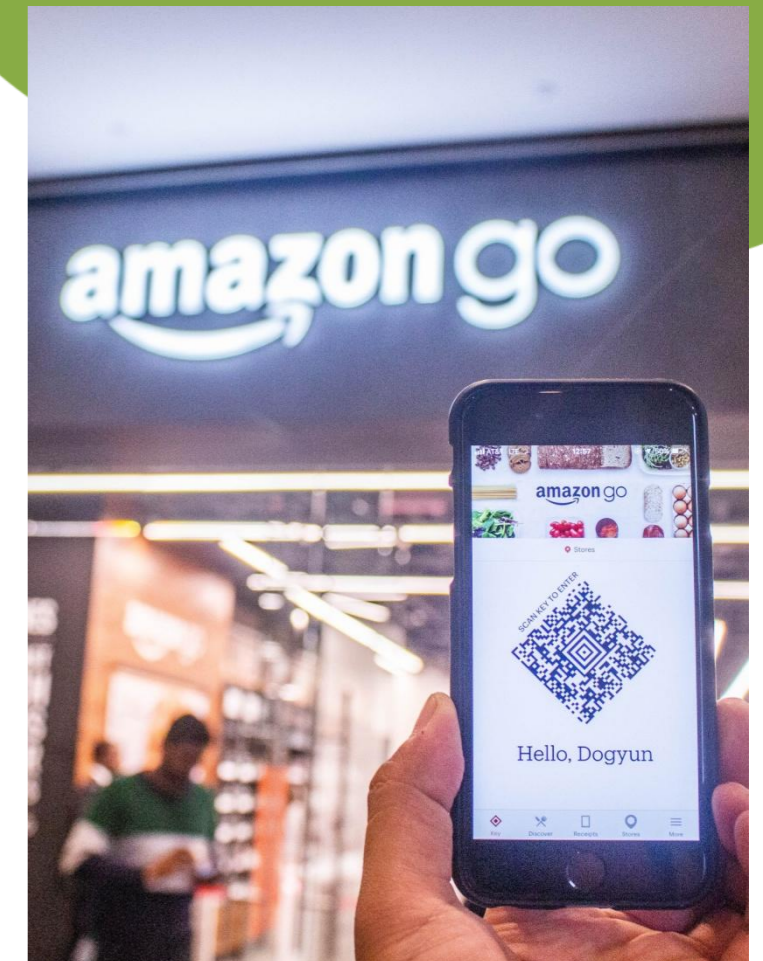
Kanal bakarra: etorkizuna fusioan dago

Amazonek 6 urte hauetan ikasi du mundu fisikoa mundu digitala baino askoz zailagoa dela, denda bat behar bezala kudeatzeko beharrezkoak diren faktore material eta giza faktore guztiengatik.

Hala ere, historikoki fisikoak diren retailer handi asko mundu digitalera oso ondo egokitzen ari direla ikusten dugu (Walmart, Target, Sephora, Home Depot, Best Buy...).

Ikus dezakegunez, fisikotik digitalerako bidea askoz ere zailagoa da digitaletik fisikorako bidea baino, baina ez dugu ahaztu behar, hasieran esan dugun bezala, merkataritzaren etorkizuna esperientzia hibridoan dagoela.

ENFOKA-TRENDS 2023ko EKAINA



[Simon Bak](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Bibliografia

- **Paula Clemente (El periódico, 2023)** *ISE 2023: Ni físico, ni 'online', el futuro del comercio está en la fusión de ambos.* 2023ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.elperiodico.com/es/consumo/20230201/ise-2023-fisico-online-futuro-82290112>
- **Eduard García Rosicart (OBS Business School, 2023)** *¿Qué son las tecnologías inmersivas y qué aplicaciones tienen?* 2023ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.obsbusiness.school/blog/que-son-las-tecnologias-inmersivas-y-que-aplicaciones-tienen>
- **Guillermo Taboada (LinkedIn, 2022)** *10 aplicaciones prácticas de las tecnologías inmersivas.* 2023ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.linkedin.com/pulse/10-aplicaciones-pr%C3%A1cticas-de-las-tecnolog%C3%ADas-guillermo-taboada>
- **Marketplaces hoy (2023)** *Amazon Anywhere: el nuevo servicio de Amazon para comprar desde videojuegos y apps.* 2023ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua <https://marketplaceshoy.com/amazon-anywhere-el-nuevo-servicio-de-amazon-para-comprar-desde-videojuegos-y-apps>
- **Adelita Olgin (Morelos habla, 2023)** *Amazon Anywhere te permite comprar en realidad virtual.* 2023ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.moreloshabla.com/amazon-anywhere-te-permite-comprar-en-realidad-virtual>
- **Puromarketing.com (2017)** *Por qué los gigantes del ecommerce se están lanzando a abrir tiendas físicas.* 2023ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.puromarketing.com/76/29154/gigantes-ecommerce-estan-lanzando-abrir-tiendas-fisicas>
- **Laureano Turienzo (2023)** *El camino de lo físico a lo digital es mucho menos complicado que a la inversa.* 2023ko ekainaren 30ean hemendik berreskuratua <https://www.linkedin.com/posts/laurenturienzo-hace-6-a%C3%B1os-amazon-compr%C3%B3-m%C3%A1s-de-500-supermercados-activity-7071551125149106176-tkM3>