
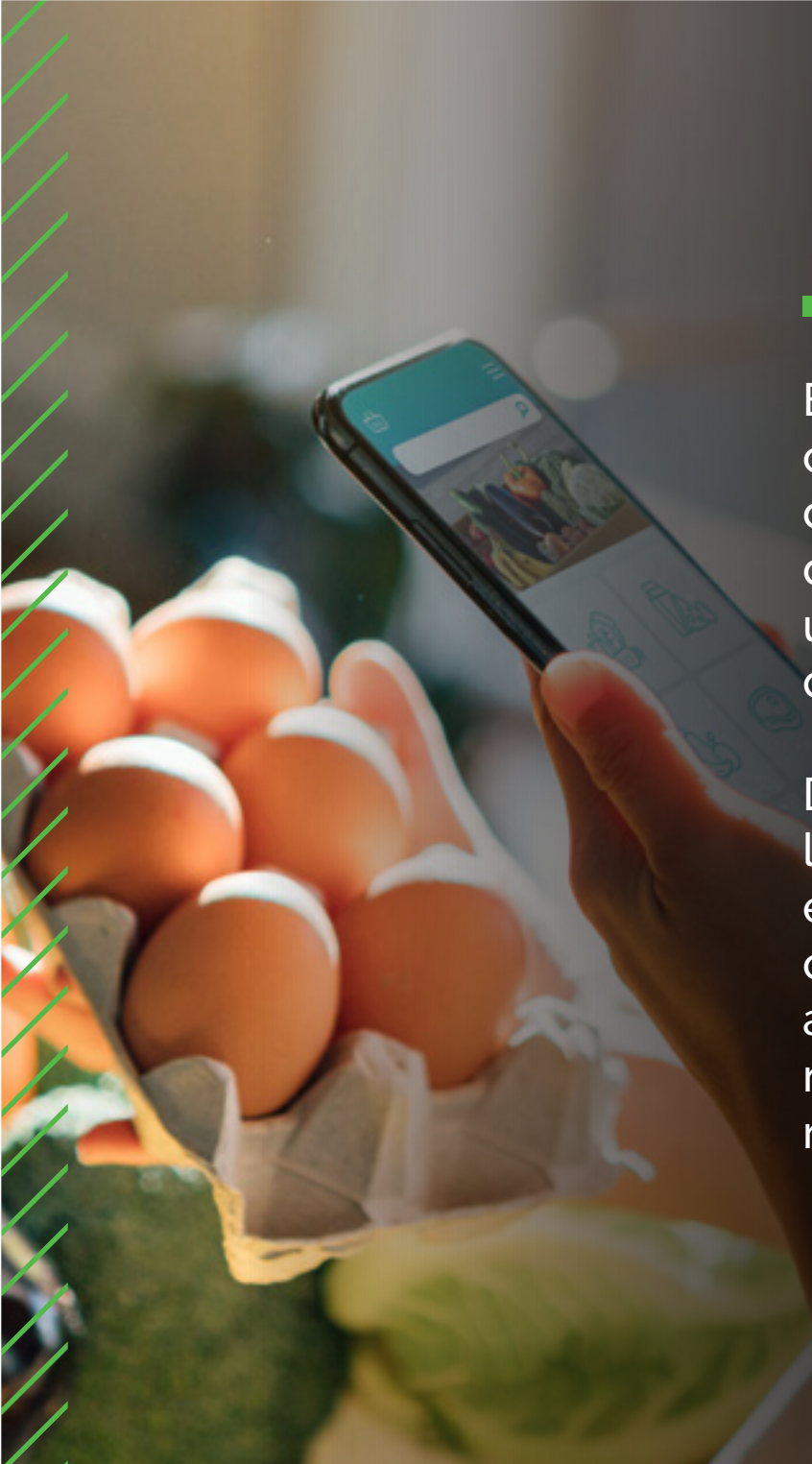




Transformación del retail en la era del COVID



La forma en que los consumidores compran y las tiendas operan ha cambiado significativamente durante el COVID-19. Adaptarse con tecnología nueva, flexible e innovadora es crucial para mantener el ritmo a medida que cambia el mercado. La elección del socio tecnológico adecuado puede garantizar el éxito ahora y en el futuro.



En abril de 2020, encuestamos a 1.000 consumidores que representaban una muestra demográficamente equilibrada de la población de EE. UU. Obtuvimos a los encuestados de una red de encuestas global y no revelamos quién estaba realizando la encuesta.

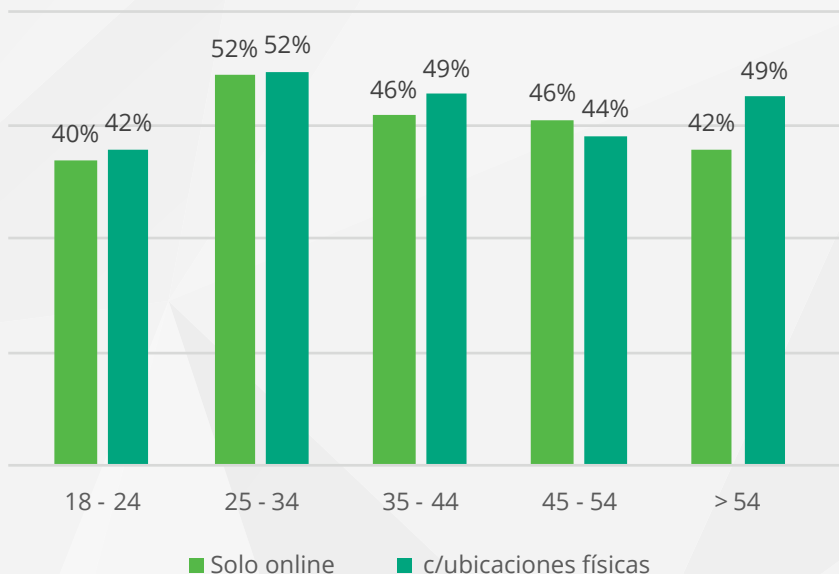
Descubrimos que en medio del COVID-19, los consumidores están inclinándose por experiencias habilitadas por la tecnología, cambiando dónde y cómo compran. La adaptación de nuevas tecnologías es la clave no solo para retener, sino también para ganar nuevos clientes ahora y en el futuro.



**Las tiendas físicas están
aquí para quedarse**

Los consumidores aún confían en las tiendas físicas y experiencias de conveniencia

“Mi confianza en los minoristas ha aumentado desde que comenzó la crisis / cuarentena de COVID-19 ...”
Definitivamente y probablemente



El 48% de los consumidores menores de 45 años está de acuerdo en:

“ Mi confianza en los minoristas con ubicaciones físicas ha aumentado desde que comenzó la crisis / cuarentena de COVID-19.”

Insight NCR: La eficiencia y la seguridad impulsan la lealtad en un mundo post-COVID.

Qué hay que saber:

Los consumidores se mantendrán fieles a las tiendas físicas que comuniquen claramente sus medidas de seguridad. Los consumidores también seguirán prefiriendo a los minoristas que utilizan la tecnología para hacer que su experiencia de compra sea eficiente, segura y sin complicaciones incluso después del COVID-19.

Qué hacer:

Ofrezca escáneres portátiles, autopago y retiros sin inconvenientes. Estos serán activos valiosos ya que la audiencia que busca este tipo de integración crece día a día.

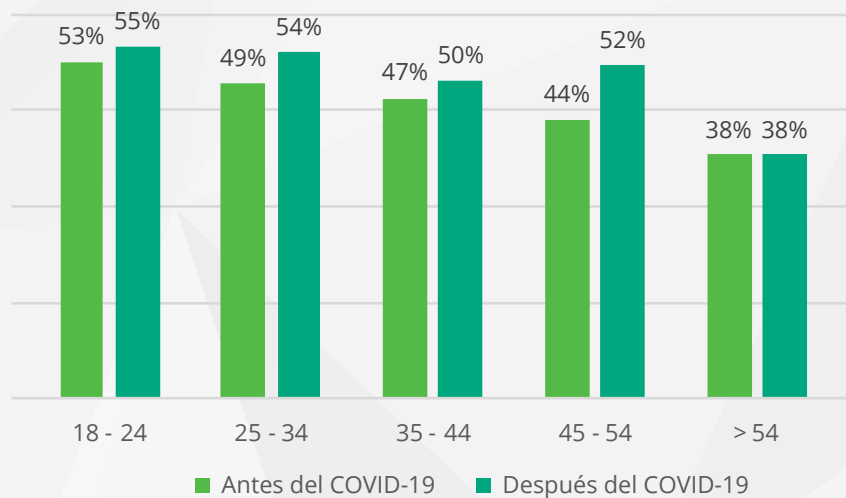




Autopago y escáners **en alta demanda**

El cambio al autopago

Método de pago preferido por edad pre-COVID-19 Vs. comportamiento probable indicado después de la cuarentena



El autopago está a punto de ser el cambio más grande en el comportamiento de pago con el 49% de los consumidores diciendo que “probablemente” o “Definitivamente” usarán el autopago con más frecuencia, un aumento del 7% en comparación con las preferencias pre-COVID

“ 75% de los consumidores probablemente usen el autopago de los minoristas o tiendas de conveniencia.”

Insight NCR: el autopago significa una **interfaz más rápida y segura para todos.**

Qué hay que saber:

El autopago se está convirtiendo en la opción preferida de muchos consumidores que buscan seguridad y conveniencia. Está mostrando un aumento en el poder de permanencia para muchos minoristas en el mundo post- COVID.

Qué hacer:

Utilice los datos actuales para examinar y optimizar sus operaciones de autopago para ajustarlas a los consumidores mayores y a los que ahora usan el autopago para canastas de mayor tamaño.





**Los consumidores cambian
la forma de comprar**

Los hábitos evolucionan: más de la mitad de los consumidores dicen estar abiertos a probar nuevas tecnologías.

	Verifica el inventario en línea antes de comprar?		Usa los puestos de autoservicio?		Utiliza el pedido en línea para recoger en tienda?		Usa los dispositivos portátiles de autoservicio?	
	Sí	Posiblemente	Sí	Posiblemente	Sí	Posiblemente	Sí	Posiblemente
Medio oeste	22%	3%	47%	1%	29%	6%	29%	3%
Noreste	23%	8%	46%	1%	27%	3%	29%	4%
Sur	24%	2%	50%	6%	31%	4%	34%	3%
Oeste	29%	1%	52%	9%	29%	9%	35%	1%

El 57% de las personas tienen más probabilidades de utilizar los pedidos en línea y el retiro en la tienda en supermercados y tiendas de conveniencia.

Insight NCR: los consumidores seguirán eligiendo **experiencias habilitadas por la tecnología**

Qué hay que saber:

1 de cada 5 consumidores dice que probablemente o definitivamente cambiará dónde y cómo compran en el mundo post-COVID.

Los consumidores dicen que es poco probable que estos cambios se desvanezcan una vez que pase el COVID-19 y que su lealtad se dirigirá a los minoristas que brindan el tipo de experiencias tecnológicas que esperan.

Qué hacer:

Desarrolle la integración del comercio electrónico para crear experiencias perfectas que generen lealtad y creen una relación sólida con su base de consumidores.






**Tecnología que lo mantiene
en el negocio**

La innovación es tu mejor aliado

Para competir en este nuevo entorno, los minoristas no solo tienen que mirar las nuevas tecnologías, sino también la arquitectura, los procesos de negocios y las estrategias de experiencia del cliente que habilitan esas tecnologías.

Aproveche este tiempo para invertir en tecnologías inteligentes que lo ayudarán a impulsar una mayor participación de mercado y tener éxito frente a los supermercados que permanecen estancados.

Si 1 de cada 5 compradores están cada vez más interesados en tecnologías como el autopago, los escáneres de mano e integraciones con comercio electrónico, los minoristas que aprovechen este tiempo para invertir y transformarse saldrán adelante.



**Es hora de
un liderazgo
transformador y
estrategias de venta
minorista creativas
e innovadoras.**

Insight NCR: aproveche este tiempo para invertir en tecnologías que conduzcan al éxito a largo plazo

Qué hay que saber:

El éxito se trata de trabajar de manera más inteligente, se trata de una transformación empresarial que lleve sus operaciones al siguiente nivel con un socio estratégico que pueda ayudarlo a lograr la agilidad para adaptarse y crear éxito a largo plazo sin arrepentimientos.

Qué hacer:

Actualice e innove constantemente su tecnología minorista con un socio de transformación experimentado. Con las herramientas adecuadas, puede aumentar el compromiso con su consumidor principal, lo que genera experiencias de cliente de alta calidad y una clara ventaja competitiva.





Hagamos el cambio
simple

A man in a white shirt, brown apron, and white face mask is looking at a tablet in a grocery store. The background shows shelves with various products and a counter with some items.

Evaluar y acelerar, de principio a fin

Busque proveedores como NCR que ofrecen el paquete completo: tecnología innovadora y soporte estratégico, experimentado y comprobado para la transformación empresarial para brindar nuevas experiencias a los clientes más rápidamente y aumentar el valor de sus inversiones en tecnología minorista.

- Aproveche este tiempo para invertir en tecnologías que lo ayudarán a impulsar una mayor participación de mercado vs minoristas que se quedan estancados
- No se limite a pensar solo en puntos de contacto. En cambio, construya experiencias de tecnología de punta a punta.
- Rediseñe los autopagos para ampliar audiencias y más volumen.
- Personalización, transparencia y entrega de nuevas formas de lealtad para supermercados y tiendas de conveniencia.

Hoja de ruta de la transformación minorista

Minoristas y tiendas de conveniencia en un mundo post COVID-19



DELIVERY Y RETIRO EN TIENDA

Integración directa de la cadena de suministro y ubicación para entregar directamente en los vehículos de los clientes.



AUTOPAGO SIN CONTACTO

Reducir los puntos de contacto físicos en la tienda para proteger a los empleados y clientes.

Quioscos frontales de
autoservicio y geolocalización

API en la tienda y
participación móvil

Diseño de experiencia del
cliente multicanal

API de interacción
móvil en la tienda

Rediseño del programa
de fidelización



ESTRATEGIAS CLICKS-2-BRICKS

Comunicar de forma proactiva la solidez de la cadena de suministro y la localización de los servicios en un entorno de comercio electrónico.



AUTOSERVICIO HABILITADO POR IA

Uso de dispositivos móviles del cliente y escáneres para reducir los puntos de contacto del cliente y aumentar rendimiento.



LEALTAD DE PRÓXIMA GENERACIÓN

Fidelización que sustituye descuentos y promociones por comodidad y acceso a servicios.

**El cambio es simple cuando estás
respaldado por NCR. Aprenda cómo
poniéndose en contacto con nuestros
expertos de retail en ncr.com/retail/latam.**
