

¿Cómo compraremos en 2015?

Las 12 innovaciones que ofrecerán las tiendas del futuro

El 49% de los españoles espera que en 2015 las tiendas cuenten con dependientes holográficos, según apunta un estudio de TNS que recapitula las doce innovaciones que ofrecerán las tiendas del futuro preguntando a los consumidores cual era su opinión sobre cada uno de ellas.

La experiencia de ir de compras dentro de unos años será muy diferente de la actual, principalmente debido a las innovaciones tecnológicas que se irán incorporando progresivamente. El estudio se ha realizado en: Alemania, Canadá, China, Estados Unidos, España, Francia, Japón y Reino Unido.

1. Espejo interactivo en probadores.

El espejo es una pantalla digital de alta resolución con una cámara que muestra a los clientes cómo les quedan las prendas sin tener que ponérselas.

2. Ayuda interactiva en probadores.

Con una pantalla táctil, el cliente puede comunicarse desde el probador con el personal de ventas, sin tener que ir a buscar ayuda.

3. Carritos de compra inteligentes.

El carrito de compra incorpora tecnología interactiva a través de una pantalla de vídeo montada en su parte delantera y permite al cliente encontrar productos, acceder a listas de compras, comprobar precios, recibir promociones y cupones y escanear las compras.

4. Pago a través de huella digital.

El cliente puede pagar sus compras a través de un lector de huella digital que la vincula a su cuenta bancaria o tarjeta de crédito.

5. Red social de compras.

Los clientes comparten información de sus tiendas y diseñadores preferidos, tendencias y productos imprescindibles, a través de internet. Los fabricantes podrán observar las redes sociales para averiguar lo que quieren los consumidores y desarrollar esos productos.

6. Grupos de compra formados por consumidores.

Los consumidores pueden formar comunidades de compra online para sumar su poder de compra al de otros consumidores.

7. Escaneo tridimensional del cuerpo.

Exploración tridimensional del cuerpo del cliente para hacerle recomendaciones de las marcas y prendas que pueden quedarle mejor.

8. Información de ventas y productos a través del teléfono móvil.

Los consumidores podrán optar por entrar en redes a través de las cuales se les enviarán mensajes sobre productos y comercios, en función del lugar en el que se encuentren.

9. Asistente holográfico de ventas.

Los clientes podrán interactuar con un holograma en la tienda que responderá preguntas y facilitará las transacciones.

10. Participación y colaboración en el desarrollo de productos.

Los consumidores aportarán ideas y responderán a encuestas sobre nuevos productos y la forma de mejorar productos existentes.

11. Compra a través de dispositivos móviles.

Los consumidores utilizarán dispositivos móviles para cursar pedidos y organizar entregas a distancia.

12. Compra a través de dispositivos conectados en red.

Los electrodomésticos conectados en red –como por ejemplo neveras– controlarán qué productos utilizan los consumidores, crearán listas de compras y se comunicarán con otros dispositivos para organizar la entrega.

Los consumidores opinan:

Pago con huella dactilar.

El 60% de los consumidores en el mundo cree que podrá pagar sus compras usando solamente su huella dactilar en 2015, y un 26% declara que utilizaría esta innovación.

Según el análisis de TNS Consumer, España es, solamente por detrás de China, el país en el que más consumidores creen que el pago mediante huella dactilar estará implantado en el país en 2015 (69%), así como es también el segundo país en el que más consumidores declaran que usarían esta innovación (también por detrás de China, con un 48% vs. el 41% de España).

Carros de compra inteligentes.

En España, los carros de compra inteligentes son la segunda innovación mejor valorada (un 57% de los españoles puntúa esta innovación entre un 8 y un 10 en una escala del 1 al 10). Estos carros, que permitirán localizar los productos en la tienda, comprobar precios y promociones, descargar recetas e incluso pagar, estarán disponibles en 2015 según un 74% de la población española, y un 41% afirma que los usaría.

Dependientes holográfico.

Es interesante ver cómo, igual que la moda, cambian las prioridades a la hora de comprar entre los diferentes países. Así por ejemplo los consumidores chinos valoran con diferencia a otros países el concepto del holograma de un dependiente en la tienda (valorado como muy atractivo por un 59% de ellos, frente al 23% de media). También en España esta innovación crea una gran expectación, como lo demuestra el hecho de que 4 de cada diez (el 39%) lo consideren como algo muy atractivo.

Los hologramas en las tiendas serán capaces de responder preguntas y facilitar las transacciones comerciales, innovación que el 49% de los españoles cree que estará implantada en los comercios en 2015, aunque sólo un 19% afirma que usaría esta innovación.

Probadores inteligentes.

Otras innovaciones que podrían estar implantadas en 2015 según los consumidores son las pantallas táctiles interactivas en los probadores para comunicarse con los dependientes (lo estarían para un 73% de la población mundial, un 72% en España), mientras que alrededor de la mitad espera que los escáneres de cuerpo en 3D (57%) y los espejos interactivos en los probadores (49%) eliminen el estrés de tener que probarse esa nueva falda.

Fuente: TNS