

Preparados para revolucionar el sector retail

A todos los clientes les gusta pensar que son especiales, igual que a los propios Retailers. Por eso NTT DATA ha desarrollado soluciones, que proporcionan una experiencia hecha a medida y adaptada a las necesidades de cada uno de ellos. NTT DATA pone a su alcance las nuevas capacidades digitales necesarias para maximizar sus oportunidades de crecimiento en un mercado turbulento que evoluciona a pasos agigantados, lo cual les permitirá construir relaciones más personalizadas que persistan durante toda la experiencia del cliente, a través de diferentes canales y en todo tipo de interacciones.

¿Cómo lo hacemos?

Las soluciones se han diseñado para mejorar, personalizar y unificar la experiencia del cliente tanto en las tiendas como a través de los canales digitales; aumentar las ventas y mejorar los márgenes al tiempo que se reducen los costes y equipando a los retailers con las capacidades digitales que necesitan para ofrecer un mejor servicio al cliente de hoy en todas las fases de su experiencia.

Propuesta de valor

Las empresas dedicadas al retail se encuentran en un momento decisivo debido a la rápida evolución de la tecnología, el creciente estrés al que se someten los modelos de negocio existentes y, en los últimos tiempos, a la aceleración del trasvase del gasto de consumo de las tiendas físicas a los canales digitales.

Los comercios exitosos del mañana serán aquellos que puedan transformar de forma rápida y rentable sus modelos operativos, sus propuestas de productos y su combinación de canales para garantizar la satisfacción de las demandas cambiantes de sus clientes, independientemente de dónde se encuentren y de cómo elijan interactuar y realizar sus transacciones.

De tal modo, además de las competencias que tradicionalmente han sido necesarias en el sector, como el merchandising, el diseño de tiendas o la gestión de inventarios, los retailers de hoy deben adquirir de forma urgente nuevas capacidades en ámbitos como el marketing digital, el envío a domicilio, el análisis de datos, la inteligencia artificial, el machine learning y la automatización de procesos.

Es comprensible que, dados los múltiples retos a los que se enfrenta el sector, muchos retailers intenten conservar la liquidez, reducir el gasto de capital y concentrarse en los fundamentos básicos del negocio, pero igualmente también ellos deben mirar al futuro.

La palabra japonesa que designa el concepto de «crisis» (kiki) está compuesta por dos caracteres. Uno representa el «peligro» y el otro la «oportunidad». Los negocios que quieran erigirse como líderes de la industria del retail del mañana deben abrazar las oportunidades creadas a raíz de esta situación turbulenta en el mercado.

危機

Permitimos a los Retailers crear experiencias de usuario hiperpersonalizadas y unificadas, aprovechando nuestra experiencia a la hora de desarrollar e integrar tecnologías ideadas para ellos gracias a los amplios conocimientos de nuestros consultores en transformación de negocios.



Facilitamos a los retailers las capacidades que necesitan.

Beneficios

- 01** Ofrecer una experiencia de usuario hiperpersonalizada que fideliza, diferencia la marca y reduce la tasa de cancelación de los clientes finales.
- 02** Adoptar una verdadera estrategia omnicanal para maximizar su alcance y las oportunidades de venta, aprovechando los puntos fuertes tanto de los canales físicos como de los digitales.
- 03** Implementar un esquema de fidelización más inteligente y ofrecer a los clientes más razones para elegir al retailer, de manera que aumenta el valor de vida del cliente (LTV) y su tasa de retención.
- 04** Reducir los costes de despliegue y tiempo de comercialización gracias a un diseño modular, que permite ir añadiendo las diferentes soluciones de forma rápida según se vayan necesitando.
- 05** Adoptar una verdadera estrategia omnicanal para maximizar su alcance y las oportunidades de venta, aprovechando los puntos fuertes tanto de los canales físicos como de los digitales.
- 06** Enfocar de forma más precisa las campañas de marketing y promociones para llegar a los segmentos de mercado adecuados y evitar malgastar dinero en campañas poco efectivas.
- 07** Aprovechar los datos de los que dispone para conseguir una visión unificada del cliente final, lo que permite realizar un mejor análisis del mismo y optimizar su personalización.
- 08** Disfrutar de un alto nivel de integración entre todas las soluciones.

La experiencia del cliente		En una era en la que la competencia está a solo un clic de distancia, los retailers deben optimizar las interacciones y experiencias del cliente durante todo el itinerario de compra
Be Phygital NTT DATA muestra de qué manera la tecnología puede ampliar y transformar el rol de la tienda física. Al empezar a utilizar realidad aumentada e inteligencia artificial en las aplicaciones móviles para crear experiencias hiperpersonalizadas, u ofrecer una navegación digital en la propia tienda para ayudar a los consumidores a que encuentren los productos con mayor facilidad.	Be Personal En un mundo en el que la venta puede producirse en cualquier momento y en cualquier lugar, los retailers deben contar con una forma rentable de mantener el contacto con sus clientes el 100 % del tiempo. NTT DATA tiene una plataforma propia con inteligencia artificial que estos pueden usar para crear rápidamente chatbots y asistentes virtuales .	Be Frictionless ¿Se quiere construir una experiencia verdaderamente fluida, sin fricción y futurista en las tiendas? La solución de tienda desasistida de NTT DATA identifica de forma automática a los clientes cuando entran, añade productos a sus cestas virtuales a medida que los eligen y procesan el pago cuando el comprador sale.
Ventas y Marketing		Una estrategia de marketing digital efectiva es esencial si se quiere aumentar la presencia de la marca y sus ventas, tanto en línea como en tiendas físicas. de la marca y sus ventas, tanto en línea como en tiendas físicas.
Be an Ambassador Usando el análisis avanzado y la inteligencia artificial para crear programas de fidelización más inteligentes que permitan poner en práctica la hipersegmentación , categorizar clientes por situación geográfica o tienda, grupo, comportamiento y grado de fidelidad, así como desarrollar mejores modelos de predicción de fugas y estrategias de "Next Best Action" .	Be Omnichannel Para que el negocio omnicanal sea un éxito, debe optimizarse cada interacción, sistema y punto de contacto. Los consultores de NTT DATA aconsejarán la mejor solución omnicanal, ya sea en el ámbito de los puntos de venta, del e-Commerce y los marketplaces, del ERP para comercio minorista, de programas de fidelización y promociones en tiempo real, del marketing digital, de la gamificación o de un amplio rango de opciones adicionales.	Be Data-driven Si se busca un análisis más metódico y detallado sobre lo que compran o quieren los clientes, para ello, se pueden usar mapas de calor, por ejemplo, o analizar los datos de comportamiento de clientes. O quizá interesa mejorar la personalización y optimizar el proceso de toma de decisiones. Sea cual sea el reto que presenten los datos, en NTT DATA somos expertos en transformar empresas mediante la implementación de modelos de negocio basados en datos.
Pagos		La facilidad o dificultad en el pago influye en la experiencia de cliente en general, por lo que un pago fluido debería ser un punto clave de su propuesta de valor.
Be Efficient La transformación digital de los pagos y las nuevas regulaciones alrededor del Open Banking están permitiendo que estos sean más económicos y rápidos y supongan menos molestias para los clientes, gracias a la eliminación de intermediarios. Todo ello permite que los retailers desarrollen servicios innovadores como la analítica avanzada alrededor de los datos financieros de los consumidores.	Be Yourself El reconocimiento biométrico está avanzando en el sector a medida que muchos retailers se interesan por experiencias de compra low-touch y no-touch que minimizan o eliminan completamente la necesidad de contacto. NTT DATA ha desarrollado una solución biométrica que permite a usar el reconocimiento facial para autorizar pagos en el punto de venta	Be Fast Las nuevas tecnologías de pago han revolucionado nuestra forma de comprar, reduciendo la tasa de abandono de cestas de compra y acelerando las líneas de caja. NTT DATA ofrece y asesora acerca de la multitud de soluciones de pago disponibles, incluyendo las propias de NTT DATA.

¿Por qué NTT DATA?

NTT DATA lleva más de 24 años proporcionando a sus clientes del sector retail y distribución soluciones a medida que aprovechan sus habilidades y experiencia en consultoría estratégica de negocios, consultoría tecnológica e implementación de proyectos, así como su gran bagaje en la implementación de servicios tecnológicos y de procesos empresariales.

NTT DATA marca la diferencia

Invierte en tecnología para conseguir resultados, pero confiando en las personas para alcanzar sus sueños. NTT DATA apuesta por el talento y cree firmemente en el desarrollo continuo de su activo más preciado: la gente.

NTT DATA es considerada una de las dos firmas con mayor crecimiento y la sexta mejor valorada de entre los proveedores de servicios tecnológicos a nivel mundial, según Brand Finance.

Para más Información

✉ **Manel Romero Barrantes**
Director ejecutivo de retail
Manel.romero.barrantes@nttdata.com

