

# América Latina: Las tiendas físicas lideran la experiencia del cliente

Con Brasil y México liderando el cambio, el aumento del uso de la tecnología móvil está generando grandes oportunidades para un crecimiento en el sector de ventas minoristas

## Las tiendas físicas siguen siendo clave para un enfoque múltiple

La interacción personal es importante para los consumidores jóvenes en América Latina

### SECTOR DE VENTAS MINORISTAS, LATAM, U\$S MILES DE MILLONES, 2015–2025E



SECTOR DE VENTAS MINORISTAS, BRASIL, 2025E



SECTOR DE VENTAS MINORISTAS, MÉXICO, 2025E



Fuente: Frost & Sullivan

\* Excluye B2B, cliente a cliente (C2C), viajes por internet, clasificados y banca por internet

# La Transformación Digital en el Sector de Ventas Minoristas: la Experiencia del Cliente como Diferenciador Competitivo

Los comerciantes minoristas en las tiendas físicas de América Latina están gradualmente apuntando su enfoque hacia la experiencia del cliente

pero muchos se enfrentan a obstáculos para gestionar en forma eficaz sus sistemas front-end y back-end

## PRINCIPALES DESAFÍOS TECNOLÓGICOS, SECTOR VENTAS, LATAM

- 27%** Alinear la Tecnología de la Información con las Estrategias Corporativas
- 31%** Automatización y optimización de procesos corporativos
- 27%** Integración de sistemas; gestión de soluciones de múltiples proveedores

## CAMBIO DE ENFOQUE, SECTOR VENTAS MINORISTAS, LATAM



# Las Soluciones Inteligentes de Ventas Minoristas están Transformando la Experiencia en las Tiendas Físicas

Permitiendo que los comerciantes minoristas en América Latina puedan comprender mejor a sus clientes mediante el uso de tecnologías avanzadas



El software para ventas de NEC se integra fácilmente con sistemas de back-office para proporcionar información sobre los clientes directamente al Punto de Venta – que lo transforma en un “Punto de Servicio”.

Esta configuración flexible les permite a los comerciantes minoristas recibir información en tiempo real para interactuar con los clientes, responder preguntas, y generar más ventas.

La tecnología de reconocimiento facial de NEC puede reconocer de forma instantánea a un cliente que ingresa a la tienda, acceder a información sobre transacciones anteriores y preferencias – lo que crea una experiencia personalizada al cliente.

El pago automático por reconocimiento facial y el análisis de video también facilitan una experiencia de compras sin interrupciones.

# Tecnologías de Punta de NEC

Colaborando con más de 122,000 tiendas de en todo el mundo para mejorar la experiencia de los clientes

## 2017: Proporcionando eficiencia y rentabilidad a las operaciones de Mac's Convenience Stores

- Sistema integral de gestión de ventas instalado
- Transmisión de datos en tiempo real que permite visualizar ventas y generar reportes
- Sistema continuo de mantenimiento y soporte técnico.



Impacto al Cliente



## Más de 150

tiendas transformadas hasta Septiembre de 2017



## 2018: Lanzamiento del programa piloto de pagos por reconocimiento facial en CaliBurger

- Permite que los clientes puedan completar las transacciones en segundos, mejorando así su experiencia
- Elimina la necesidad de proporcionar información personal o utilizar tarjetas de crédito
- Una experiencia sin inconvenientes para el cliente



Impacto al Cliente

**Objetivo 2018:**

Reemplazar el uso de tarjetas de crédito con pagos por reconocimiento facial