

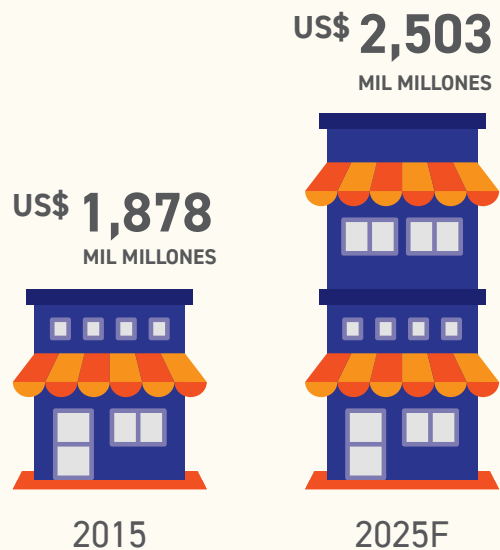
América Latina: Las tiendas físicas lideran la experiencia del cliente

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

FROST & SULLIVAN

NEC

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

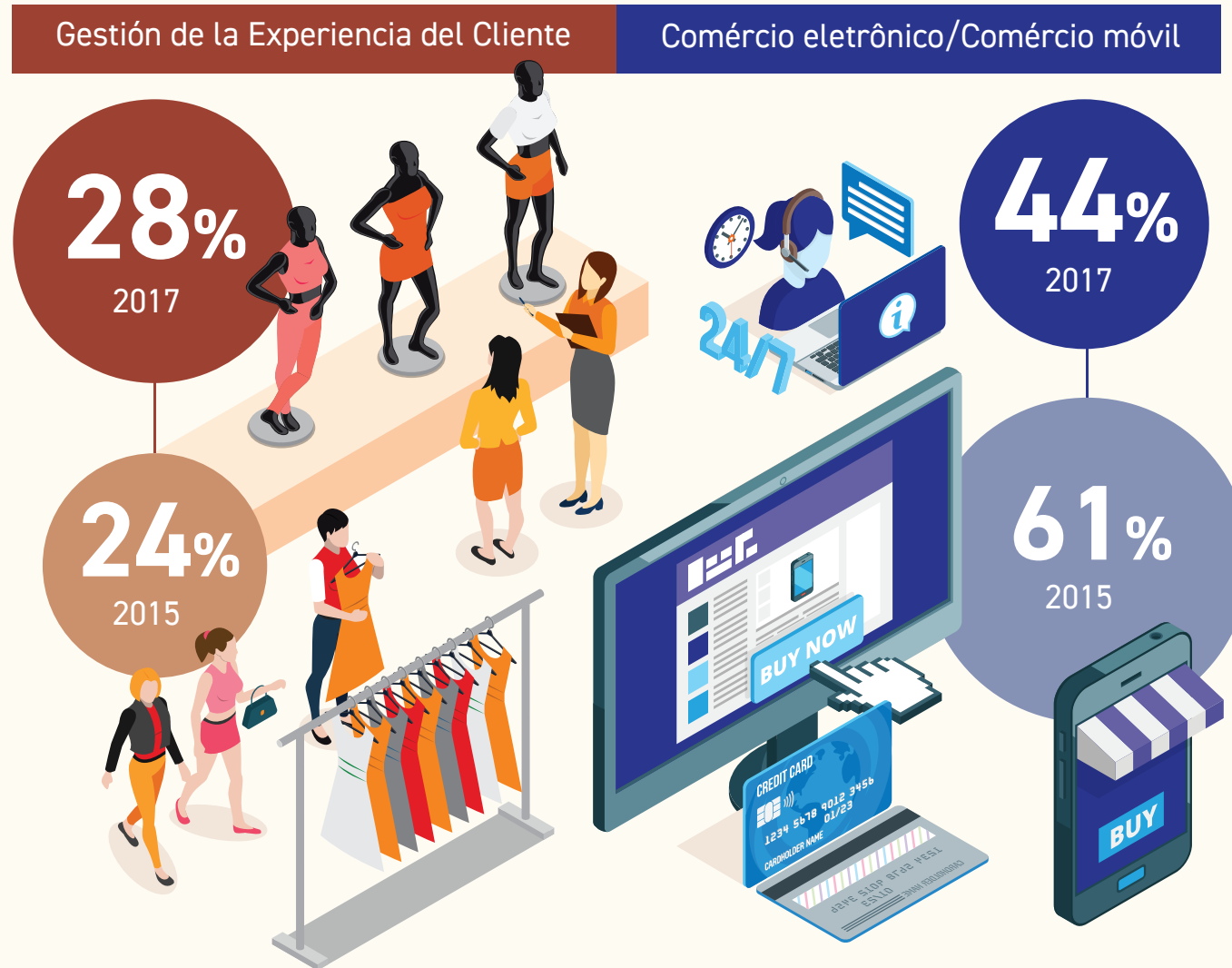
Los comerciantes minoristas en las tiendas físicas de América Latina están gradualmente apuntando su enfoque hacia la experiencia del cliente

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