

SONDA Self-Checkout:
**La tendencia en
auto atención que
revolucionará al retail.**

<BACK

ADD

NEW YORK BAG
219.-



BROWN



BLUE

Care

Materials

Warranty

SONDA[®]
make it easy

SONDA Self-Checkout: La tendencia en auto atención que revoluciona al retail



Para nadie es extraño ver cómo el uso de herramientas tecnológicas de autoservicio ha aumentado significativamente en los últimos años en la industria del retail y comercio. Desde la aparición de las primeras cajas de auto atención en supermercados hasta las aplicaciones móviles de compras y sistemas de pago sin caja impulsados por Amazon; la tecnología se ha convertido en parte fundamental de la experiencia de compra de los clientes.

Según un informe de Grand View Research, **el mercado mundial de sistemas de auto atención en el retail alcanzó los 29.300 millones de dólares en 2020 y se espera que siga creciendo a una tasa anual compuesta del 7,6% para 2028.**

El aumento del uso de este tipo de herramientas tecnológicas se debe en gran parte a la demanda de los consumidores de una experiencia de compra más rápida, conveniente y eficiente, impulsada aún más en pandemia debido a la necesidad de evitar el contacto físico entre las personas. **Los consumidores buscan efectuar sus compras de manera rápida, sin interacciones incómodas con el personal y sin tener que esperar más de lo necesario en largas filas.** Las herramientas de autoservicio vienen precisamente a cubrir dicha necesidad.

En un estudio reciente de Oracle Retail, el 58% de los consumidores encuestados dijo que el autoservicio es importante en la experiencia de compra. Además, el 73% dijo que esperan que el retail ofrezca herramientas tecnológicas que permitan agilizar el proceso.

Datos relevantes relacionados a la Autoatención en la industria Retail

El aumento del uso de herramientas tecnológicas de auto atención en el retail se debe, según diversos estudios, a varios factores. Entre ellos podemos destacar:

→ **Mejora en la experiencia del cliente:** Según una encuesta de Deloitte, el 68% de los consumidores considera que las herramientas tecnológicas de auto atención, como self-checkouts y scan & go, mejoran su experiencia de compra al ofrecer una opción más rápida y conveniente.

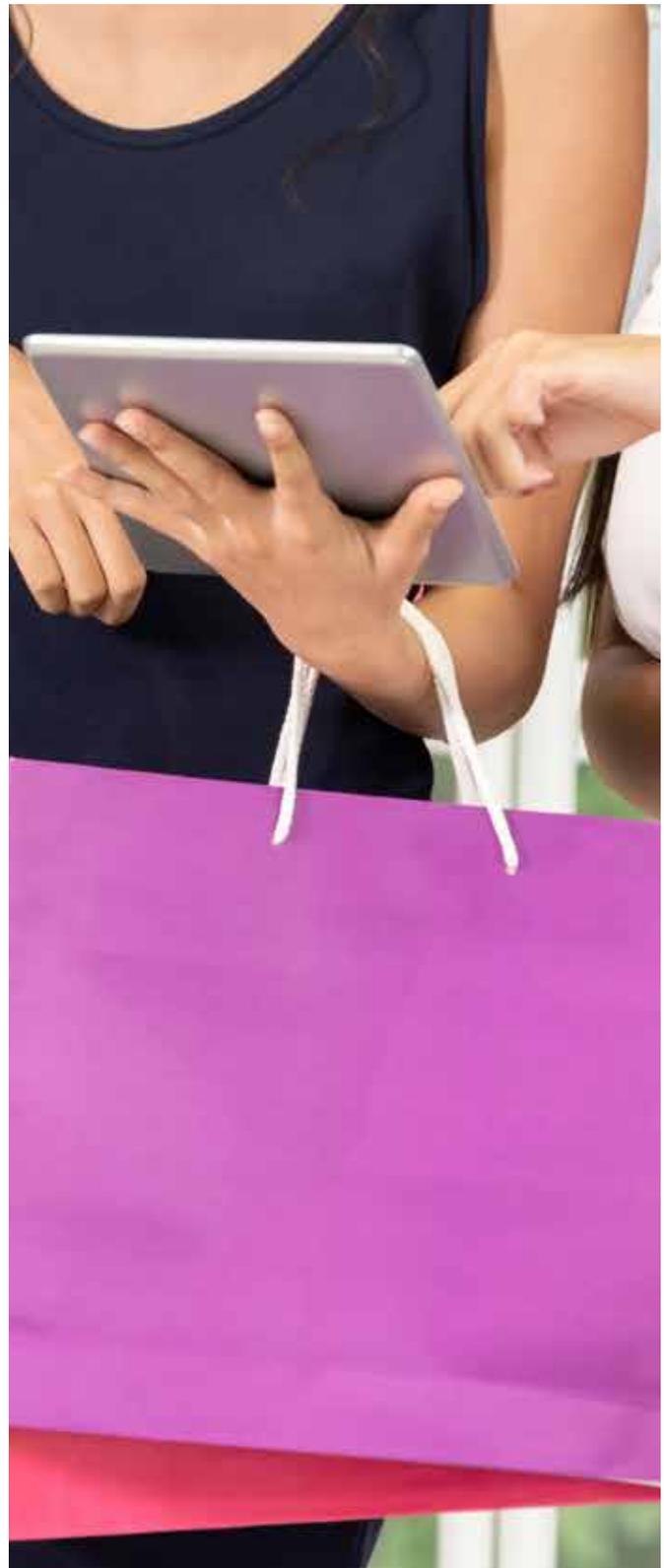
→ **Mayor rapidez:** Un estudio realizado por Zebra Technologies muestra que el 57% de los consumidores considera que las herramientas de autoatención ahorran tiempo en comparación con la atención tradicional en cajas, evitando los carros abandonados dentro de esta.

→ **Mayor flexibilidad:** Según un informe de Boston Retail Partners, el 77% de los minoristas planea implementar opciones de compra en línea y recogida en tienda, llamado Click & Collect, lo que permite a los clientes utilizar herramientas de autoatención no solo para ordenar, sino que también para recoger los productos.

Por otro lado, las aplicaciones móviles de compras (utilizables dentro y/o fuera de la tienda) permiten a los consumidores comprar productos desde cualquier lugar y en cualquier momento, lo que hace que la experiencia de compra sea aún más conveniente. Estas interacciones Cliente-Retail pueden ser estudiadas con datos duros, ayudando a los minoristas a gestionar mejor su inventario y a planificar las compras futuras en función de los patrones de compra de sus clientes.

Sin embargo, el aumento del uso de herramientas tecnológicas de autoservicio no está exento de desafíos. A medida que los retailers invierten en tecnología, deben asegurarse de que están proporcionando una experiencia de compra fácil y expedita para los consumidores, lo que los angloparlantes llaman "seamless experience".

Si las herramientas de autoservicio son difíciles de usar o si los consumidores tienen dificultades para encontrar lo que necesitan, pueden perder la confianza en la tecnología y/o la marca, optando finalmente por una mejor oferta.





¿Qué tipo de herramientas de autoservicio existen?





Conclusiones

En conclusión, el aumento en el uso de este tipo de herramientas tecnológicas de autoservicio en el retail, ha permitido transformar la experiencia de compra de cientos de clientes, ayudando a mejorar la eficiencia operativa en salas de venta. Sin embargo, en este contexto, el desafío para los retailers está en avanzar en garantizar una experiencia de compra simple y rápida para los consumidores que contribuya a su fidelización.

En SONDA apuntamos a desarrollar soluciones que respondan a los desafíos futuros del retail, impulsando la innovación tecnológica que acelere los proceso y permita desarrollar una experiencia de compra omnicanal y más eficiente, en pos de una excelencia en el servicio.

SONDA[®]
make it easy

Conócenos en sonda.com