

Probadores inteligentes para hacer la experiencia de compra más interactiva

En este contexto, hay quien busca crear una experiencia de compra única con opciones como, por ejemplo, los probadores inteligentes. Desde CAAD queremos hablaros hoy de esta innovadora forma de atraer al cliente a los establecimientos físicos y dar un impulso a la interacción con el consumidor y a las ventas.

La transformación digital de una compañía se ha convertido, en cierta manera, en un proceso constante y a largo plazo. Al ritmo que cambian y aparecen nuevas tecnologías, siempre hay novedades que ayudan al sector retail a seguir evolucionando y adaptándose a la sociedad actual y a las necesidades y exigencias del consumidor. Lo hemos visto en los últimos meses con el coronavirus, que está impulsando las estrategias omnicanal y haciendo que aparezcan nuevas tendencias en materia de escaparatismo y visual merchandising.

Teniendo en cuenta que el comercio electrónico crece día a día y solo en el segundo trimestre de 2019 facturó más de 12.000 millones, a los establecimientos físicos les toca renovarse o morir. En el mundo online es posible analizar el comportamiento de los clientes y su toma de decisiones, algo que desde hace años también se trabaja en las tiendas físicas mediante, por ejemplo, mapas de calor. Sin embargo, si el comercio tradicional no quiere ser engullido por las tiendas online, tiene que ir mucho más allá del análisis de datos y crear una experiencia de compra única que le permita conectar con el cliente.

En el sector retail, la transformación digital es una oportunidad de innovación centrada en el consumidor a fin de mejorar su experiencia de compra y,

consecuentemente, incrementar las ventas del negocio. Una forma innovadora de lograr que el cliente viva una auténtica experiencia son los probadores inteligentes.

¿Cómo son y funcionan los probadores inteligentes?

Un probador inteligente puede tener diversas formas y objetivos. Sin embargo, todo comenzó hace aproximadamente una década con las etiquetas RFID que permiten gestionar de forma digital todo el stock, entre otras funcionalidades.

Estas etiquetas autoadhesivas que incorporan tecnología de radiofrecuencia facilitan la función de los probadores inteligentes. Cuando el cliente se encuentra en el probador, el espejo, gracias a las etiquetas RFID, reconoce todas las prendas que el consumidor desea probarse. Así, a través de la pantalla podrá buscar otras tallas, colores o también descubrir complementos y accesorios sugeridos para combinar con esa prenda. En caso de que el probador no esté en uso, la pantalla funciona como espejo o puede mostrar vídeos y fotografías.

Existen en el mercado diferentes tipos de probadores inteligentes. Así, podemos hablar por ejemplo, de los probadores de ropa virtual, que utilizan tecnología 3D y realidad aumentada de forma que:

Gracias a un software con escáner detectan el contorno de la persona.

Permiten lucir las prendas virtuales seleccionadas para ver cómo nos quedan e incluso hacer una foto para guardar o compartir.

Añadir las prendas a la cesta, realizar una compra online y finalizar el proceso de compra con un código QR.

Otras funcionalidades entre los probadores inteligentes son, por ejemplo, la posibilidad de traducir el contenido en diferentes idiomas. Por cierto, ningún probador inteligente tiene cámaras. Por lo tanto, los clientes pueden tener total tranquilidad de que su intimidad está protegida.

https://www.youtube.com/watch?v=5TSdsvpLtb0&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fcaad-design.com%2F&feature=emb_imp_woyt

Uno de los probadores inteligentes, o smart mirror, disponibles en el mercado lo ha desarrollado SAP. Se trata de una herramienta que garantiza una experiencia de compra innovadora, mágica y, lo más importante, totalmente personalizada en función de los gustos del cliente.

Una vez dentro del probador y tras habernos identificado, es posible ver el catálogo de la tienda, recibir recomendaciones en función del tipo de prendas que más nos gustan, recuperar las búsquedas que hemos hecho en la tienda online desde casa, e incorporar a la cesta de compra las prendas que nos hemos probado en el establecimiento físico.

Otro valor añadido para la experiencia de compra con estos probadores digitales es la posibilidad, por ejemplo, de pedir otra talla o color sin necesidad de salir del probador. Cuando hacemos la solicitud, los dependientes, que disponen de un

smartwatch, reciben un aviso con la petición para poder llevar al probador la nueva prenda solicitada.

Cuando el cliente se decide por una prenda de ropa en concreto, puede realizar la compra directamente desde el interior del probador, pagando con total seguridad y escogiendo la opción de recoger las prendas en el mostrador o recibirla en su domicilio en menos de 48 horas.

Sin duda se trata de una experiencia de compra mucho más única y cómoda para el cliente pero también para el establecimiento ya que puede recopilar mucha información sobre los gustos del consumidor y lo que sucede en el espacio físico. De hecho, al finalizar la compra, el espejo muestra una encuesta de satisfacción y todos estos datos son guardados a fin de seguir ofreciendo una experiencia de compra personalizada y cada vez más satisfactoria.

Ventajas de usar probadores inteligentes en tiendas físicas

A lo largo del artículo ya se han ido comentando los aspectos más positivos de los probadores inteligentes, especialmente para el consumidor. Desde el punto de vista de la marca o tienda física las ventajas son las siguientes:

Permite ofrecer una experiencia de compra única y personalizada que le diferencia de la competencia.

Facilita la atención al cliente en tienda.

Ofrece un amplio conocimiento sobre las prendas que escoge el cliente, los tejidos y colores que más le gustan y qué artículos decide comprar. También, por ejemplo, permite calcular el tiempo que permanece en la tienda.

Con la obtención de todos estos datos, el canal físico consigue ponerse a la altura del comercio electrónico en lo que a big data se refiere. Y es que con el análisis de estos datos, posteriormente es posible afianzar la relación con el consumidor ofreciéndole, por ejemplo, recomendaciones personalizadas. Todo ello con la finalidad de incrementar las ventas desde el espacio físico y competir con el ecommerce ya que este tipo de experiencias de compra aúna lo mejor del mundo digital y de la compra en persona con una atención super exclusiva.

Se trata de una herramienta tan innovadora que también se estudia incorporar espejos inteligentes fuera de los probadores para que los clientes puedan probarse la ropa virtualmente.

Marcas con probadores inteligentes

Hace años que algunas marcas están incorporando esta innovadora tecnología en sus establecimientos físicos. Por ejemplo, Rebecca Minkoff es una marca dedicada a los complementos y accesorios. Sin embargo, al instalar los probadores inteligentes se percataron de que sus clientes empezaban a buscar prendas para combinar con sus complementos y accesorios. Por lo tanto, pasan más tiempo mirando el catálogo de productos y compran con más calma y más contentos.

La marca de moda española Mango, con el apoyo de la tecnológica Vodafone, desarrolló en 2018 un espejo en los probadores que funciona a modo de tablet. El espejo funciona como escáner, detecta las prendas que se han introducido en el probador y permite pedir tallas o colores. El mismo tipo de probador realizó Zara años antes, en 2015.

https://www.youtube.com/watch?v=l0pJdQOsZA&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fcaad-design.com%2F&feature=emb_imp_woyt

Estos son tan solo algunos ejemplos de cómo los probadores inteligentes son un paso más en la transformación digital de las empresas. Sin ningún tipo de duda, los espacios físicos seguirán entre nosotros durante mucho tiempo, desarrollando

innovadoras herramientas para lograr que nos acerquemos a la tienda a comprar, con la expectativa de vivir una experiencia mucho más única, cómoda y personalizada que comprando por Internet. ¿Conseguirá el comercio tradicional ganarle la batalla al electrónico o al menos equilibrar la balanza de las ventas entre establecimientos físicos y ecommerce?

Fuente:

<https://caad-design.com/probadores-inteligentes-el-complemento-perfecto-para-la-transformacion-digital-del-retail-de-moda/>