

Los perfiles digitales especializados en omnicanalidad serán los más demandados del sector retail en los próximos años

Las empresas de retail deberán apostar por perfiles tecnológicos que sean capaces de innovar sus procesos y aportar nuevos canales de comunicación con los consumidores con el objetivo de aumentar las ventas y ofrecer una experiencia mucho más completa. En su informe Rethink Retail X.0: Metashopping la compra como un viaje The Valley ha identificado las tecnologías clave para el crecimiento del sector, como el blockchain o la automatización de procesos, que tenderá hacia una realidad phygital

El sector retail ha experimentado una evolución hacia las experiencias en línea y se espera que vaya más allá, incluyendo nuevos mundos virtuales. Es por eso por lo que la omnicanalidad se convierte en un aspecto fundamental para el crecimiento del sector. Por este motivo, perfiles digitales especializados en Metaverso, tecnología blockchain, inteligencia artificial y realidad virtual serán los más demandados durante los próximos años, ya que las empresas tendrán que contar con profesionales capaces de adaptarse a esta nueva demanda que está experimentando el sector y que continuará creciendo en los próximos años.

Las nuevas tecnologías, como la realidad aumentada o la llegada del Metaverso están revolucionando un sector que está viendo cómo su crecimiento depende de su inversión en nuevos canales y herramientas a través de las que llegar a los consumidores y con las que ofrecer experiencias más completas, que combinen los mundos online, offline y virtuales alcanzando una realidad phygital.

Para lograr esta adaptación es imprescindible que las empresas cuenten con especialistas en las tecnologías que serán clave en la evolución del sector, es por eso que los perfiles más buscados están cambiando hacia profesionales enfocados a la transformación digital y durante los próximos años crecerá la demanda de perfiles que sean capaces de analizar y actuar en diversos canales, tanto online como offline y que conozcan y se desenvuelvan en el mundo virtual del Metaverso, con el objetivo de alcanzar la búsqueda omnicanalidad.

Y es que el sector retail ha sido uno de los pioneros en introducirse en este nuevo mundo virtual. Marcas como Nike y Adidas ya utilizan el Metaverso como un espacio donde comprar y vender productos y servicios y en el que las marcas deberán posicionarse para atender la demanda de los consumidores del presente y del futuro, como aquellos pertenecientes a la llamada Generación Z, para la que es habitual relacionarse en entornos virtuales e imprescindible encontrar experiencias completas sin moverse de casa, como aquellas que cada vez son más frecuentes gracias a la realidad aumentada o la realidad virtual.

El informe "Rethink Retail X.0 Metashopping: La compra como un viaje" plantea "cómo será la experiencia de compra del futuro e identifica las tendencias que ya están impactando y las tecnologías

cuyo desarrollo está siendo clave para la evolución del sector", indica Juan Luis Moreno, Partner & Chief innovation Officer de The Valley. Además, el informe revela los perfiles profesionales que serán imprescindibles para las empresas del sector que quieran seguir creciendo.

Especialistas en automatización y data. Las tiendas del futuro van dirigidas hacia el Quick Commerce por lo que contar con profesionales capaces de automatizar procesos gracias a los datos previamente analizados y al uso de tecnologías como la inteligencia artificial o el reconocimiento facial se sitúa como uno de los must para las empresas del sector. Perfiles como expertos en Machine Learning, Business Data Analyst o ingenieros expertos en robótica agilizarán la transformación de una marca permitiéndole crecer en nuevos canales y ofrecer nuevos servicios a sus consumidores, que demandan cada vez, mayor inmediatez y más servicios en tiempo real.

Expertos en UI/UX capaces de trabajar en diferentes entornos. La omnicanalidad es otro de los retos a los que deberá enfrentarse el sector en los próximos años y para alcanzarla plenamente es necesario ofrecer experiencias de usuario al mismo nivel tanto online, como offline, como en el mundo virtual. Los diseñadores de interfaces y de UX tendrán que estar habituados a diferentes entornos, crear experiencias reales e inmersivas en los nuevos mundos que han llegado como el Metaverso además de hacerlo en espacios físicos como la museificación de las tiendas.

Especialistas en e-commerce que conozcan el Metaverso. El Metaverso se sitúa como un nuevo espacio en el que relacionarse, comunicarse con los consumidores e incluso vender productos y servicios, por ello, los e-commerce manager de cualquier marca que quiera posicionarse en este nuevo entorno deberá conocer el Metaverso, su funcionamiento y las herramientas de las que se dispone para crear una nueva línea de contacto con los consumidores y un nuevo canal de venta. Además, este nuevo mundo virtual también exigirá que los departamentos de marketing de las empresas lo tengan en cuenta y lo conozcan para ser capaces de desarrollar estrategias adecuadas.

Expertos en tecnología blockchain. Para desarrollar una economía virtual segura es imprescindible contar con herramientas que garanticen la privacidad de los datos y las actividades económicas realizadas y la autenticidad de los productos y archivos transferidos en estos espacios. Cualquier marca que quiera vender productos en el metaverso tendrá que contar con expertos en blockchain para asegurar e identificar dichos productos, es por eso por lo que la demanda de expertos en esta tecnología creció un 609% en 2021 según el informe Global Blockchain Industry Talent Insights, elaborado de manera conjunta por LinkedIn y la plataforma de compraventa de criptomonedas OKX.

Datos de contacto:

Arantxa Hernandez
638721293

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Criptomonedas-Blockchain](#) [Innovación Tecnológica](#)

<https://www.notasdeprensa.es>