Publicado en Barcelona el 27/03/2023

Manhattan Associates lanza un estudio de referencia sobre comercio unificado para el sector minorista especializado

El análisis de las compras y devoluciones reales tanto en canales físicos como digitales demuestra que los retailers líderes en comercio unificado pueden llegar a superar a la competencia y aumentar hasta seis veces más su crecimiento en ingresos

Manhattan Associates Inc. (NASDAQ: MANH), en asociación con Google Cloud y Zebra Technologies, ha anunciado hoy los resultados del primer estudio realizado en el sector sobre el comercio unificado dentro de la industria minorista especializada. El estudio "Unified Commerce Benchmark for Specialty Retail", realizado por Incisiv, ha evaluado a 124 retailers de once segmentos minoristas especializados en la implementación de 286 atributos clave del comercio unificado.

Basado en información real de compras, devoluciones y recorridos de clientes a través de canales digitales y físicos, el estudio revela los atributos comunes de los retailers exitosos y las oportunidades para que otros mejoren el servicio al cliente y modernicen las operaciones. De los 124 minoristas comparados, quince se posicionan como líderes. Estas marcas son Academy Sports + Outdoors, American Eagle Outfitters, Belk Inc., Crate & Barrel, Levi's, Macy's, MAC Cosmetics, Neiman Marcus, Nordstrom, Pandora, REI Co-op, Saks Fifth Avenue, Sephora, UGG y Zales.

En el ecosistema actual de rápida evolución, los retailers necesitan una visibilidad completa y una visión de cada aspecto de su negocio, desde el back-end hasta el contacto con el cliente. Las soluciones de comercio unificado combinan los sistemas front-end y back-end de un minorista para establecer una visión única de toda la actividad empresarial. Así, facilitan una mejor toma de decisiones y mejores experiencias para los clientes, a la vez que permiten a las marcas identificar y responder a las tendencias rápidamente, lo que en última instancia impulsa un mayor crecimiento de los ingresos, hasta seis veces. Sin embargo, consolidar los sistemas y crear una solución de comercio unificado cohesionada puede ser todo un reto. La investigación identifica los siguientes desafíos comunes en los esfuerzos de los minoristas por adoptar este nuevo modelo:

Personalización. Los minoristas deben poder identificar la intención del comprador y seleccionar una experiencia personalizada que cumpla con sus expectativas. Sin embargo, sólo el 38% de los minoristas estudiados dan a sus empleados acceso al historial de compras y a las listas de deseos de los compradores en todos los canales; sólo el 20% de los minoristas ofrecen recomendaciones y ofertas de productos personalizadas. Las marcas verticales nativas digitales se posicionan como el grupo minorista más amplio en esta área: un 42% de ellas ofrece capacidades de personalización avanzadas, 16 puntos por delante del grupo general examinado.

Visibilidad del inventario en tiempo real. La visibilidad del inventario asignable y vendible, y la facilidad de búsqueda son fundamentales para los retailers que desean ofrecer una experiencia omnicanal sin fricciones. Solo el 29% de los minoristas estudiados ofrecen estadísticas de inventario en tiempo real en sus páginas de detalles de productos.

Comodidad y flexibilidad. Hoy en día, la comodidad va más allá de la rapidez de entrega. La comodidad incluye ofrecer múltiples opciones de pago y entrega y la posibilidad de realizar cambios en un pedido después de la venta. Según el estudio, solamente el 15% de los minoristas dan la opción de cambiar el método de entrega tras la confirmación del pedido y sólo el 27% de los minoristas ofrecen la posibilidad de devolver en línea las compras realizadas en la tienda.

"Los compradores no ven los canales como lo hacen los retailers. El comercio unificado solo puede brindar la experiencia de compra altamente personalizada que esperan los consumidores de hoy en día si existe una visibilidad real de la disponibilidad del inventario y flexibilidad durante y después de la venta", comenta el presidente y director ejecutivo de Manhattan Associates, Eddie Capel. "Adoptar un modelo de comercio unificado puede impulsar un fuerte crecimiento comercial, una gran oportunidad de ingresos, generar una ventaja competitiva y un incremento en la lealtad de los clientes. Con la tecnología y las soluciones adecuadas, las posibilidades de posicionarse por delante de la competencia crecen hasta seis veces más".

"Zebra Technologies está ayudando a los minoristas de todo el mundo a optimizar su inventario e involucrar a sus empleados para mejorar la productividad y ofrecer una mejor experiencia al cliente", comenta Bill Burns, Director Ejecutivo de Zebra Technologies. "Este nuevo punto de referencia destaca el importante papel que desempeñan la visibilidad del inventario en tiempo real, la capacitación de los trabajadores de primera línea y la flexibilidad de cumplimiento en el impulso del comercio unificado, y tenemos las soluciones adecuadas para ofrecer estos beneficios".

"Con el fin de cumplir con la promesa del comercio unificado, los minoristas deben conectar lo digital con las experiencias en persona, así como todos los datos y sistemas que las posibilitan", dice Carrie Tharp, VP de Retail y Consumo en Google Cloud. "La asociación de Manhattan Associates con Google Cloud en este estudio muestra cómo los retailers pueden facilitar que los clientes y los empleados de la tienda encuentren los productos correctos en línea y en la tienda mediante la implementación de una estrategia de comercio unificado respaldada por datos e IA".

Giri Agarwal, director de estrategia de Incisiv, comenta: "El comercio unificado es el nuevo campo de batalla para que los minoristas se diferencien. Nuestro análisis muestra que los líderes que han adoptado el comercio unificado ofrecen experiencias de cliente muy matizadas y sin fisuras en todos los canales, aprovechando la tecnología y los datos para impulsar el crecimiento empresarial. Las conclusiones de este estudio no solo ayudarán a los minoristas a mantenerse al día, sino que también los ayudarán a destacar".

Acceder al estudio "Unified Commerce Benchmark for Specialty Retail" completo aquí.

Datos de contacto:
Manhattan Spain Lewis
+34935228600

Nota de prensa publicada en: Barcelona

Categorías: Logística E-Commerce Otras Industrias

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es