

Cómo aprovechar el potencial de las tecnologías de las tiendas inteligentes

Reinvente la experiencia en la tienda, mejore las operaciones y acelere la innovación en la nube con las soluciones de tienda inteligente en AWS

Este libro electrónico está dirigido a los responsables de la toma de decisiones del sector minorista que estén interesados en explorar las formas prácticas en las que las tecnologías inteligentes basadas en la nube ayudan a transformar las experiencias de los clientes y automatizar las operaciones en las tiendas.



Índice

Bienvenido a la innovación de la tienda inteligente	3
Cómo las tiendas inteligentes transforman la experiencia minorista	4
Acelere la innovación de la venta minorista con AWS Smart Stores.....	5
Lo digital en la tienda: transforme la experiencia del cliente	6
Automatice las operaciones en la tienda.....	10
Simplifique las experiencias de pago	13
Acelere la innovación con los socios de AWS con competencias en ventas minoristas.....	17
Nacido del comercio minorista, creado para minoristas.....	18



Por qué las tiendas físicas siguen siendo la base del comercio minorista

Si bien las ventas en línea siguen creciendo, Forrester estima que el 72 % de las ventas minoristas de EE. UU. en 2024 se realizarán en una tienda física.⁶ Sin embargo, los clientes actuales quieren tener acceso a las mismas herramientas digitales, de autoservicio y sin contacto que han surgido en los últimos años. A medida que las tiendas se convierten en centros de comercio omnicanal, los minoristas deben adaptarse. Recibir, almacenar, fijar precios, vender, gestionar y mantener la tienda son áreas en las que los procesos manuales pueden eliminarse a medida que se incorporan nuevas prácticas. Sin embargo, los minoristas exitosos, que no se conforman con reemplazar los procesos manuales, están transformando la experiencia de los empleados, lo que a su vez crea una mejor experiencia para el cliente.⁷

Sin embargo, muchos minoristas están atorados con sistemas heredados que les impiden liberar verdaderas capacidades omnicanal. Por ello, un número cada vez mayor de minoristas moderniza su arquitectura y software de comercio mediante una nueva generación de tecnologías y herramientas en la nube de Amazon Web Services (AWS) y sus socios. Siga leyendo para conocer cómo estas tecnologías hacen que los minoristas sean más ágiles y rentables.

INTRODUCCIÓN

Bienvenido a la innovación de la tienda inteligente

Las tiendas físicas siguen siendo un destino popular para que los compradores descubran, investiguen, vean, toquen y compren productos. Para satisfacer las nuevas expectativas de los clientes, los comercios minoristas buscan formas inteligentes de llevar los beneficios de la transformación digital a sus ubicaciones físicas.

Durante esta era de cambios constantes en los comportamientos del comercio minorista, han surgido tendencias clave:

- La mitad de los clientes minoristas tienen la intención de seguir utilizando las tecnologías digitales, móviles, de autoservicio y sin contacto que han surgido desde 2020.¹
- El 60 % de los clientes volverán a comprar después de una experiencia personalizada con un minorista.²
- En 2025, el 60 % de los clientes del sector minorista esperan que el espacio de venta minorista se centre en la experiencia más que en el producto. Esto aumenta las expectativas de los clientes en cuanto a experiencias digitales cómodas y omnicanal en las tiendas físicas.³
- En 2027, el 70 % de las ventas en tiendas minoristas tendrán influencia digital.⁴

Las tiendas físicas están listas para la disrupción, dada la madurez baja de las soluciones de periferia y nativas en la nube. Forrester Research señala que “cerca del 64 % de los minoristas de APAC consideran que la nube es una prioridad clave por la flexibilidad y la agilidad que permite. Sin embargo, los minoristas aún no logran acelerar las operaciones que priorizan la nube y que son necesarias para triunfar en la nueva dinámica del comercio minorista”.⁵

¹ The Retail Race: A Roadmap for Implementing a Smart Store Strategy, blog de AWS para sectores, mayo de 2023

² The State of Personalization 2021 Just Published, Twilio Sendgrid, junio de 2021

³ Retail trends 2023: Social commerce, personalization, omnichannel shine, The Future of Commerce, 2023

⁴ US Digital-Influenced Retail Sales Will Top \$3.8 Trillion in 2027, Forrester, octubre de 2022

⁵ Are Today's Retailers Ready For The New Normal? Forrester, julio de 2020

⁶ Forrester: Physical stores to account for 72% of U.S. retail sales in 2024, Chain Store Age, octubre de 2021

⁷ Making the Smart Store a Reality: How Retailers Can Elevate Experiences, Operate Efficiently, and Achieve IT Agility, blog de AWS para sectores, marzo de 2021

Cómo las tiendas inteligentes transforman la experiencia minorista

Para seguir siendo competitivos, los minoristas deben equipar sus tiendas con los sistemas y las herramientas que les ayuden a mejorar la experiencia del cliente, operar de manera más eficiente y adaptarse con agilidad a la dinámica cambiante del mercado.⁸ Es hora de impulsar la innovación digital con las tiendas inteligentes. **Las soluciones de tienda inteligente en AWS** reinventan las operaciones físicas para mejorar el compromiso y las operaciones de los minoristas de manera rápida y sencilla, por ejemplo:

- **Finalización de la compra sin complicaciones**, que permite a los clientes seleccionar productos y salir de la tienda sin tener que esperar para pagar
- **Tecnología de visión artificial (CV)**, que reduce el desabastecimiento y rastrea y analiza el comportamiento de los compradores para mejorar las ventas
- **Bases de datos integradas de lealtad del cliente e historiales de compras, que envían ofertas personalizadas a los clientes mientras están en las tiendas**
- **Soluciones integrales de administración del personal**, que optimizan la productividad y el compromiso del personal y permiten mejorar la experiencia del consumidor



Tiendas inteligentes impulsadas por tecnologías en la nube

En el centro del auge de la innovación de la tienda inteligente se encuentra el poder habilitador de las tecnologías en la nube. Entre los líderes de esta revolución se encuentra **AWS para la venta minorista**, que cuenta con el conjunto más amplio de servicios, tecnología y socios para respaldar el proceso del minorista. Como la empresa innovadora número uno en el sector de venta minorista, estamos obsesionados con los clientes y contamos con una ventaja de diez años en los servicios en la nube, lo que nos hace liderar este sector tecnológico clave.

Los minoristas han aprovechado con éxito las tecnologías de AWS y Amazon para impulsar la implementación de una amplia gama de capacidades digitales y transformar el enfoque tradicional de las tiendas físicas. Siga leyendo y descubra muchas de estas capacidades y casos de uso, incluidas las prácticas digitales que mejoran las operaciones diarias de las tiendas, junto con los servicios y soluciones que reinventan radicalmente la experiencia de pago tradicional.

Acelere la innovación de la venta minorista con AWS Smart Stores

El cambio es una constante en el comercio minorista. Esto ha llevado a la convergencia de los mundos digital y físico y a la disrupción de las tiendas físicas tradicionales, desde la experiencia del comprador hasta la forma en que los minoristas diseñan, equipan y administran sus tiendas.

Para competir de forma más efectiva, los minoristas físicos están implementando nuevas tecnologías que les ofrecen a los consumidores una gran cantidad de canales de compra y entrega, al tiempo que agregan eficiencia y agilidad sin precedentes a las operaciones en las tiendas.

Las capacidades de tienda inteligente de AWS les permiten a los minoristas reinventar la experiencia de compra, lo que proporciona compras rápidas, fluidas y atractivas que deleita a los clientes y, al mismo tiempo, impulsa la eficiencia operativa y la agilidad de TI. Con AWS, los minoristas innovan más rápido, mantienen los costos bajos y escalan sin esfuerzo a medida que su negocio crece.

Las tiendas inteligentes en acción



Lo digital en la tienda ›

- Comercio unificado y componible
- Experiencia omnicanal
- Marketing selectivo/personalización
- Venta asistida
- Recolección en la acera
- Redes de medios minoristas/publicidad en tiendas
- Ayuda interactiva por voz
- Análisis de tiendas



Operaciones en la tienda ›

- Computación de periferia
- Abastecimiento en la tienda
- Previsión del inventario de la tienda
- Etiquetas electrónicas para estanterías
- Prevención de pérdidas/seguridad
- Administración del personal
- Administración de equipos
- Monitoreo de equipos

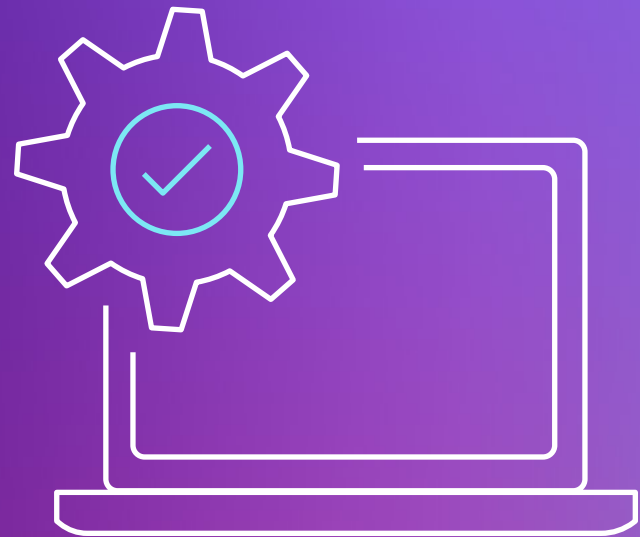


Experiencias de pago ›

- Finalización de la compra sin complicaciones
- Carritos de compras inteligentes
- Biometría y Amazon One
- Casilleros
- Scan-and-Go
- Pago por identificación por radiofrecuencia (RFID) e Internet de las cosas (IoT)
- Alexa, paga la gasolina/Alexa, encuentra una estación de carga para vehículos eléctricos

Lo digital en la tienda: transforme la experiencia del cliente

Los compradores quieren más de la experiencia en la tienda. Con las capacidades de AWS Smart Store, puede aprovechar las tecnologías que transforman tanto las experiencias como las expectativas. En pocas palabras, las soluciones de tienda inteligente en AWS permiten a los minoristas ofrecer experiencias de compra rápidas, fluidas y atractivas que deleitan a los clientes y, al mismo tiempo, impulsan la agilidad operativa.



LO DIGITAL EN LA TIENDA: TRANSFORME LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

1. Comercio unificado y componible

El comercio unificado, que abarca todas las interacciones con los clientes, ofrece una experiencia conectada independientemente del canal o punto de contacto. Elimina los silos de los entornos multicanal convencionales e integra las actividades de marketing y operaciones, lo que deleita a los clientes y ayuda a aumentar la lealtad y la promoción de la marca. Para unificar aún más las operaciones comerciales, muchos minoristas están adoptando aplicaciones de software flexibles y componibles que les permiten crear soluciones digitales más rápido que nunca. De esa manera, el comercio componible se ha convertido en el mecanismo mediante el cual se crean y optimizan las capacidades de comercio unificado. AWS ayuda a los minoristas a modernizar sus sistemas mediante la promoción de una arquitectura comercial componible con nuestros socios proveedores de software independientes (ISV).

2. Experiencias omnicanal

Impulsadas por la nube, las estrategias omnicanal brindan a los consumidores múltiples formas de comprar bienes y servicios. Para los minoristas, abre nuevos caminos hacia las ventas, el crecimiento y la lealtad de los clientes. Las soluciones de venta minorista más innovadoras pueden ofrecer experiencias omnicanal en una sola aplicación.

Por ejemplo, un importante minorista de ropa deportiva desarrolló una aplicación única que se adapta a quién la usa y al lugar donde lo hace. La aplicación es verdaderamente omnicanal, ya que proporciona una navegación personalizada basada en las preferencias, ofrece ofertas especiales y muestra los productos disponibles en la tienda más cercana. Los compradores pueden escanear los productos para confirmar la disponibilidad de tallas y realizar el pago a través de la aplicación. Pueden “hacer clic y recoger” para comprar en casa y recoger la mercadería en casilleros de la tienda.



Como miembro de MACH Alliance, AWS cree firmemente en los principios basados en MACH para respaldar la convergencia, la componibilidad y la flexibilidad. Con el 70 % de los miembros de MACH Alliance en AWS, los minoristas tienen acceso a capacidades comprobadas que pueden ayudarlos a implementar nuevas funciones un 80 % más rápido que los minoristas de la competencia.

3. Recomendaciones personalizadas

Dado que los compradores modernos esperan un alto grado de personalización y se sabe que tienen el doble de probabilidades de comprar los productos recomendados en la tienda, es fundamental encontrar soluciones para ampliar las recomendaciones personalizadas más allá de los enfoques basados en estadísticas. AWS ofrece **Amazon Personalize**, una solución basada en el machine learning (ML), para integrar rápidamente recomendaciones personalizadas en sitios web, aplicaciones, sistemas de marketing por correo electrónico y mucho más.

Cuando Mecca, un minorista australiano de productos de belleza y cuidado de la piel, implementó Amazon Personalize, comenzó a elaborar **recomendaciones de productos personalizadas en cuestión de horas** y, en la actualidad, genera más de 10 millones de recomendaciones de productos cada semana en todas las campañas de marketing. Este nivel de personalización también se puede ofrecer digitalmente a través de quioscos, aplicaciones móviles y dispositivos portátiles.

4. Venta asistida

La incorporación de soluciones digitales en las tiendas ofrece nuevas oportunidades para impulsar las ventas, incluida la venta asistida, también conocida como cartera de clientes. La clave es tener acceso a los datos de los clientes, incluidos su historial de compras y preferencias de productos, y utilizar esos datos para personalizar y monetizar esas interacciones.

Numerosos minoristas están creando y escalando aplicaciones en las tiendas para hacer precisamente eso. Tomemos como ejemplo a **Neiman Marcus**, una tienda de lujo con una reputación de servicio personalizado. Para mantener el aumento de las ventas, la empresa creó una aplicación de venta digital con una arquitectura sin servidores nativa en la nube en AWS, lo que le permitió al equipo lanzar su solución Connect un 90 % más rápido de lo previsto. También permitió aumentar drásticamente la productividad de los empleados, ya que los equipos de ventas de las tiendas ahora pueden interactuar con los clientes desde cualquier lugar.

5. Recolección en la acera

Las tecnologías digitales sustentan un modo popular de compra en el que los compradores hacen sus pedidos en línea (a un minorista con una presencia física cercana), lo que permite a los clientes recoger los productos cuando les convenga. A la llegada del cliente, la mercancía se entrega como en un restaurante con servicio de autoservicio, de ahí el nombre BOPAC (Buy Online Pick up at Curb).

La cadena estadounidense de tiendas de mascotas **Petco** satisface las necesidades de los clientes de forma rápida y cómoda con el servicio de recogida en la acera que implementó en solo seis semanas con la ayuda del socio de AWS con competencias en ventas minoristas JBS Solutions. La aplicación móvil de Petco, creada con **AWS Lambda** y **Amazon DynamoDB**, también proporcionó varios servicios personalizados, eficiencias operativas y ahorros de costos.

6. Redes de medios minoristas

Las empresas de bienes de consumo utilizan la publicidad en las tiendas para dar a conocer sus productos a los compradores activos. Ahora, las capacidades digitales de **AWS para la venta minorista** permiten a las marcas llegar a los compradores en las tiendas y, al mismo tiempo, ayudan a los minoristas a obtener beneficios al monetizar los anuncios en las tiendas en redes de medios minoristas bien establecidas.

Un buen ejemplo de publicidad en tiendas es Amazon Fresh, un supermercado físico y en línea que utiliza una **plataforma de demanda** (DSP) de AWS para permitirles a las marcas comprar espacio publicitario de forma programada en las tiendas Amazon Fresh. Con AWS, las marcas tienen más control sobre dónde se muestran sus anuncios para llegar a audiencias nuevas y existentes dentro y fuera de Amazon.

LO DIGITAL EN LA TIENDA: TRANSFORME LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

7. Ayuda interactiva por voz

Cuando los clientes minoristas desean respuestas rápidas a preguntas sobre productos, esperar a un empleado de la tienda puede ser una molestia. Una vez más, lo digital puede ayudar con soluciones avanzadas de **respuesta por voz interactiva (IVR)** que utilizan lo último en tecnologías de inteligencia artificial (IA) y ML para mantener “conversaciones” inteligentes con los consumidores y proporcionarles la información que necesitan, cuando la necesitan.

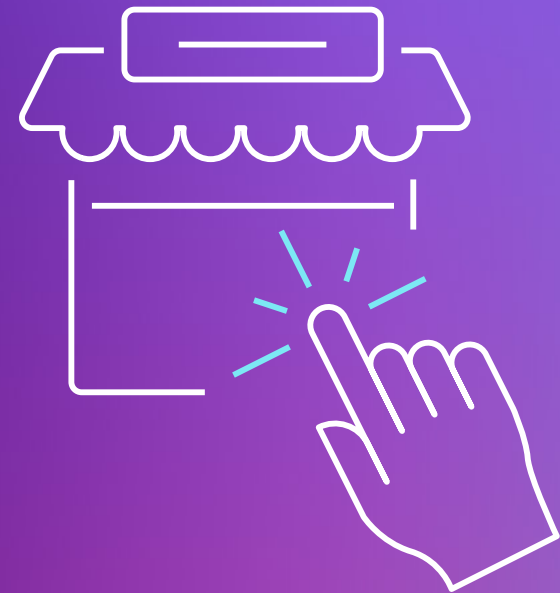
Amazon Fresh aprovecha las **capacidades de voz de Alexa** en las tiendas para ofrecer a sus clientes respuestas a las preguntas y recomendaciones de asistencia. Fácil de interactuar, el sistema IVR también proporciona recomendaciones de productos y guía a los usuarios a las ubicaciones de los productos desde sus dispositivos móviles.

8. Análisis de datos de tiendas

Cuando incorpora la inteligencia de tienda inteligente a su negocio minorista, dispone de una gran cantidad de información útil que puede implementar para trabajar de forma más eficiente, lanzar nuevas funciones y servicios innovadores con mayor rapidez y atraer visitantes más fácilmente.

Automatice las operaciones en la tienda

Día tras día, los minoristas abordan una serie de actividades operativas para que sus tiendas sigan funcionando con la máxima eficiencia y que los clientes regresen. Desde la computación de periferia y las opciones de gestión logística en las tiendas hasta la prevención de pérdidas, las soluciones de gestión del personal y más, las tecnologías de tienda inteligente les permiten a los minoristas gestionar las operaciones de tienda más complejas con soluciones modernas en la nube, dispositivos de IoT y análisis.



1. Computación de periferia

Para estar a la altura de las crecientes expectativas de los clientes, los minoristas deben invertir en sus tiendas para ofrecerles una mejor experiencia a los clientes. Con los servicios de **computación de periferia de AWS**, los minoristas pueden crear una arquitectura de tienda inteligente que ejecute cargas de trabajo de periferia y en la nube y que sea compatible con capacidades avanzadas, como proyectos de IoT y CV.

Con estas soluciones y la combinación de la computación de periferia con sus instalaciones minoristas locales, los minoristas pueden ofrecer experiencias únicas a los clientes en la tienda y automatizar las tareas operativas para lograr la máxima eficiencia. El uso de una arquitectura que se ejecute tanto en la nube como en la periferia respaldará servicios avanzados, como los sofisticados quioscos minoristas, que son comunes en muchos aeropuertos.

2. Abastecimiento en la tienda

Las tiendas de comestibles están descubriendo un servicio revolucionario para los clientes a los que les gusta pedir comestibles en línea y recibirlos sin demora. Utilizando un conjunto integrado de servicios de comercio electrónico basados en la nube en AWS, una gran cadena de tiendas de comestibles del Reino Unido lanzó una oferta de este tipo. La cadena se asoció con Naveo Commerce, socio de AWS, para recopilar los pedidos de los clientes en línea, utilizó la recolección basada en códigos de barras para prepararlos para la entrega, y se asoció con Bringg, socio de entrega de última milla, para entregar los productos a través de rutas optimizadas. Esa es una de las formas en que los minoristas están transformando sus tiendas en centros logísticos de alta eficiencia.

3. Administración de inventario inteligente

Para operar las tiendas de manera rentable, los minoristas necesitan una previsión precisa de la demanda de productos para mantener sus inventarios en niveles ideales. Ahí es donde interviene **Amazon SageMaker**. SageMaker es un servicio completamente administrado que permite ML de alto rendimiento y bajo costo para cualquier caso de uso. Con SageMaker, puede crear, entrenar e implementar modelos de ML a escala con herramientas como cuadernos, depuradores, perfiladores, canalizaciones, MLOp y más, todo en un entorno de desarrollo integrado (IDE).

Elegir la combinación adecuada de productos es clave para las empresas de bienes de consumo, y muchas están aprovechando las nuevas tecnologías móviles que pueden capturar miles de imágenes de las estanterías de las tiendas y proporcionar análisis en tiempo real para comprender los inventarios y los diseños de las estanterías. AWS trabaja con Trax, con sede en Singapur, para proporcionar procesamiento y análisis escalables a partir de los datos capturados a través de dispositivos móviles en todo el mundo.

4. Etiquetado electrónico para estanterías

Las etiquetas electrónicas avanzadas para estanterías (ESL) están ganando terreno en las tiendas de todo el mundo. Last Yard, socio de AWS con competencias en ventas minoristas, ayuda a los minoristas a mejorar la experiencia del cliente con ESL, Digital Shelf Edge (DSE), pantallas móviles y mucho más. La plataforma de automatización digital de **Last Yard**, creada y ejecutada en AWS, ayuda a empresas como Woolworths, el minorista más grande de Australia, a interactuar mejor con los compradores en el punto de venta.

5. Prevención de pérdidas

Las tiendas minoristas están aprendiendo a proteger sus márgenes con la ayuda de soluciones de prevención de pérdidas impulsadas por tecnologías de periferia y de IoT. Estas soluciones de periferia como servicio (EaaS) proporcionan datos seguros en tiempo real y servicios de monitoreo que pueden impedir posibles robos y potenciar una serie de otras ventajas, como el monitoreo de la cadena de frío, la administración del inventario y la seguridad de los empleados.

Periferia como servicio de IoT de Rigado es un ejemplo de una solución de socio de AWS con competencias en ventas minoristas que ayuda a los minoristas a crear estas infraestructuras periféricas de IoT rápidamente, lo que acelera el paso a las tiendas inteligentes. Los minoristas pueden usar la tecnología de rastreo RFID e IoT de la solución para monitorear el inventario y las existencias del sitio, además de administrar la seguridad del sitio.

6. Administración del personal

Muchos minoristas se enfrentan a la rotación de personal, el aumento de los costos laborales y el agotamiento de los trabajadores.¹² Para abordar este problema, invierten en la experiencia de los empleados como motor de crecimiento y la innovación, y muchos están automatizando las tareas repetitivas para que el personal pueda centrarse en los clientes.

Beekeeper Digital Workforce Platform es un nuevo servicio compatible con dispositivos móviles nativo en la nube que les brinda a los empleados un lugar donde buscar los horarios de turnos, los recibos de pago, la incorporación, la capacitación, las tareas, las listas de verificación de seguridad, los anuncios y más. Las empresas que utilizan la plataforma están viendo un aumento del compromiso de los empleados, una reducción de la rotación y una mejora de la productividad operativa.

Verint, socio de AWS con competencias en ventas minoristas, ayuda a los minoristas y bancos a organizar excelentes experiencias de venta minorista y operaciones de tienda con soluciones basadas en la nube para programar citas, reservar eventos y hacer fila virtual sin cita previa.

7. Administración de energía

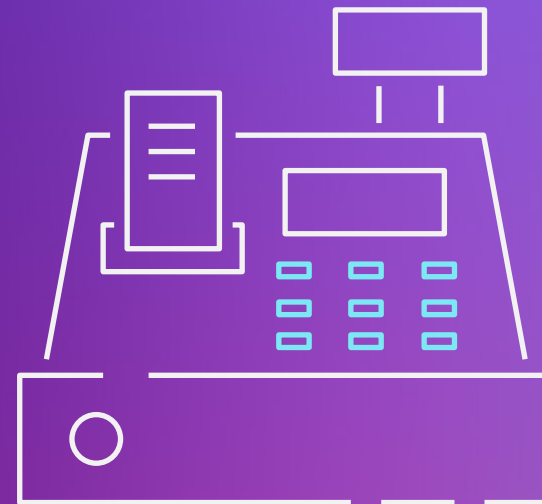
Con la subida de los precios de la energía, los comercios buscan formas de controlar el consumo. Las tecnologías de tienda inteligente ayudan a la supervisión operativa en tiempo real mediante la tecnología de gestión de carga no intrusiva (NILM). Un importante minorista de conveniencia utiliza las soluciones Phantom de Bosch, socio de AWS, con tecnología de AWS para automatizar la administración de energía de los equipos de refrigeración de las tiendas. La solución, que se puede replicar fácilmente en la mayoría de las operaciones minoristas, proporciona datos energéticos granulares del lado de la carga, lo que les brinda a las tiendas información valiosa para informar sus objetivos de sostenibilidad y ahorro de energía.

8. Monitoreo de equipos

La supervisión operativa en tiempo real ayuda a los minoristas a gestionar no solo el consumo de energía, sino también el estado de los equipos de la tienda. Por ejemplo, una cadena líder de servicios de alimentos de EE. UU. con más de 1000 tiendas implementó sensores de IoT para automatizar el servicio y la administración de más de 10 000 dispositivos de preparación de alimentos. El aumento del tiempo de actividad generó un ahorro anual en los costos de servicio de 25 000 USD por tienda, un aumento de los ingresos del 10 % debido a la innovación más rápida de las recetas, un mayor índice de satisfacción y la repetición de compras.

Simplifique las experiencias de pago

En el último año, casi nueve de cada 10 consumidores estadounidenses abandonaron las compras en tiendas físicas debido a los largos tiempos de espera.⁹ Esto puede explicar por qué el 85 % de los compradores calificaron la experiencia de pago como “muy importante” o “importante”, pero solo el 23 % está satisfecho con ella.¹⁰ AWS, para la venta minorista ofrece una gama de soluciones para simplificar estas prácticas.



SIMPLIFIQUE LAS EXPERIENCIAS DE PAGO

1. Finalización de la compra sin complicaciones

En respuesta a las filas y las esperas, los minoristas han lanzado nuevas soluciones sin complicaciones, como el pago automático, Scan-and-Go, la entrega a domicilio y “click-and-collect”. Los consumidores de hoy en día pueden beneficiarse de una experiencia de compra más cómoda, y los minoristas pueden aumentar la productividad en la tienda reasignando al personal para que se encargue de las interacciones y tareas de alto valor.¹¹

Cuando se trata de una experiencia de pago sin complicaciones en la tienda, la **tecnología Just Walk Out de Amazon** establece el estándar. Esta innovadora solución minorista utiliza múltiples tecnologías para determinar “quién se llevó qué” de la tienda. El concepto es simple: cuando un comprador toma algo de la estantería, lo agrega a su carrito virtual. Luego, cuando el comprador sale de la tienda, se le cobran automáticamente sus compras sin tener que esperar en la fila.

2. Carritos de compras inteligentes

El carrito de compras tradicional de las tiendas se está transformando con **Amazon Dash Cart**, una aplicación de carrito inteligente que hace que cualquier viaje al supermercado sea más cómodo al permitir a los compradores una forma más fácil de pagar. Dash Cart ya está disponible para los compradores de Kansas City en tiendas selectas de **McKeever's Market y Price Chopper**. Los compradores ahora tienen la opción de simplificar y hacer más cómodas sus compras en la tienda con su sistema de pago personal. Es muy sencillo: basta con hacer clic en “empezar a comprar”, meter la compra en la bolsa y pesarla directamente en el carrito, hacer un seguimiento de lo gastado con un recibo en directo en pantalla y encontrar los productos disponibles gracias a los mapas de la tienda. Luego, simplemente sale por el carril del Dash Cart sin descargar ni volver a empacar. Comprar es más sencillo.

85 %

de los compradores califican la experiencia de pago como “muy importante” o “importante”.¹¹

McKinsey & Company

SIMPLIFIQUE LAS EXPERIENCIAS DE PAGO

3. Identidad y pagos sin contacto

Los minoristas ahora tienen acceso a una tecnología innovadora que les permite a sus clientes pasar por las cajas y puertas de entrada más rápido que nunca. Se llama **Amazon One** y es un servicio de identidad rápido, cómodo y sin contacto que funciona con la palma de sus manos. Los clientes simplemente colocan la palma de la mano sobre el dispositivo para entrar en las tiendas (y otros lugares), identificarse y pagar la mercancía o los servicios. Para los operadores de tiendas, es otra forma de aumentar la satisfacción y la lealtad de los clientes.

4. Casilleros de autoservicio

En un mundo omnicanal, a los clientes les encantan las opciones de autoservicio. **Amazon Hub Locker** satisface esa necesidad con ubicaciones de entrega seguras y de autoservicio donde los clientes pueden recoger y devolver fácilmente sus paquetes de Amazon.com. Los comercios minoristas que albergan estos casilleros de autoservicio también disfrutan de beneficios tangibles, como nuevos ingresos por el tránsito de personas adicional y los ingresos por publicidad en la tienda.

5. Scan-and-Go

Para muchos minoristas, el teléfono inteligente es una parte integral de la tienda inteligente. El gigante británico de supermercados Sainsbury's está tomando la delantera en esta capacidad con el lanzamiento de una aplicación móvil que les permite a los clientes escanear sus productos, pagar y saltarse la fila de pago. Se espera que la aplicación SmartShop de la empresa aumente

el gasto en el carrito, evite que los clientes tengan que pasar por largas y frustrantes filas en las cajas y ofrezca un canal para la promoción cruzada de ofertas en las tiendas.

6. Pago mediante RFID e IoT

La identificación por radiofrecuencia (RFID) es una tecnología de rastreo que utiliza pequeños transpondedores de radio para identificar y rastrear las etiquetas adheridas a los objetos, incluidos los productos de consumo envasados en las tiendas minoristas. **TensorIoT**, un **socio de AWS con competencias en ventas minoristas**, aprovecha esta tecnología y puede ayudar a diseñar e implementar sistemas de pago sin complicaciones para una variedad de aplicaciones minoristas.

Muchos operadores minoristas están cambiando aún más la experiencia de pago tradicional con la **tecnología de IoT**. Una tienda innovadora de Seúl se asoció con AWS para lanzar una tienda totalmente "sin personal" llamada Uncommon Store, dirigida por Hyundai. El sistema de pago sin complicaciones aprovecha **AWS IoT Core** para gestionar los datos de los dispositivos de IoT en la tienda y **Amazon Kinesis Video Streams** para gestionar las transmisiones de video. La tecnología RFID también puede facilitar las experiencias de Just Walk Out para los minoristas de ropa. Si bien la tecnología RFID existe desde hace décadas y, por lo general, las tiendas la utilizan para rastrear y administrar el inventario, Amazon decidió encontrar una forma en que RFID podría beneficiar a los clientes en un **entorno sin cajas**.

SIMPLIFIQUE LAS EXPERIENCIAS DE PAGO

7. Pedir y pagar combustible con Alexa

Los operadores de gasolineras inteligentes tienen una herramienta poderosa para atraer a los clientes e impulsar la lealtad. Es una aplicación móvil que le permite al cliente activar una bomba de forma segura y pagar la gasolina. Simplemente usan la aplicación Alexa en su teléfono (un Echo Auto o un dispositivo compatible con Alexa en su automóvil) para buscar y activar la bomba mientras el conductor aún está dentro del vehículo. El pago es autorizado por el cliente y el recibo se envía inmediatamente por correo electrónico. Toda la experiencia es rápida y cómoda.

Para los conductores de vehículos eléctricos, Amazon ofrece una nueva forma de encontrar estaciones de carga cercanas. Los conductores simplemente piden a sus asistentes personales de Alexa que busquen una estación para escuchar una lista de ubicaciones con disponibilidad por tipo de conexión, el tiempo y la distancia hasta la llegada. El servicio está conectado a más de 150 000 estaciones públicas en los EE. UU.

Las capacidades de inteligencia generativa empresarial (BI) de **Amazon Q**, el asistente basado en inteligencia artificial de **Amazon QuickSight**, pueden ayudar a los minoristas que ya capturan datos de RFID o IoT. Los usuarios pueden crear, descubrir y compartir información y narrativas procesables en segundos mediante experiencias intuitivas de lenguaje natural. También pueden hacer preguntas y crear resúmenes ejecutivos utilizando datos capturados mediante RFID y otras fuentes de datos de BI.

Acelere la innovación con los socios de AWS con competencias en ventas minoristas

Las aplicaciones componibles se basan en un marco de desarrollo orientado en MACH que les permite a los minoristas superponer microservicios de componentes básicos sobre una capa de arquitectura de API independiente. Los componentes básicos consisten en una cartera de tiendas inteligentes, que contiene casos de uso y puntos de integración críticos para guiar a los minoristas hacia la implementación.

Los socios de AWS con competencias en ventas minoristas pueden ayudar a acelerar la adopción de prácticas del comercio unificado y componible, entre las que se incluyen:

- **Aptos** ayuda a los minoristas a integrar cada parte de su empresa para permitir experiencias de cliente fluidas sin importar dónde, cuándo o cómo compren sus clientes.
- **NewStore** ofrece una plataforma en la nube modular que prioriza los dispositivos móviles y combina aplicaciones de punto de venta (POS), de sistemas de administración de pedidos (OMS), de clientela, de inventario, de cumplimiento y de compras móviles.
- **Last Yard** ayuda a los minoristas a mejorar la experiencia del cliente con tecnologías como ESL, DSE y pantallas móviles. Su plataforma de automatización digital, creada y ejecutada en AWS, ayuda a empresas como Woolworths, el minorista más grande de Australia, a interactuar mejor con los compradores en el punto de venta.

- **Firework** (junto con Proto Hologram) ayuda a los minoristas a crear entornos únicos, envolventes y realistas para sus clientes minoristas.
- **XY Retail** les brinda a los minoristas un sólido sistema de punto de venta y una solución de comercio unificado para satisfacer a los clientes en la tienda y de forma remota en 27 países. La plataforma XY Retail ayuda a los minoristas a gestionar escenarios omnicanal complejos, impulsar el tráfico en las tiendas con capacidades de clientela móvil y tramitar los pedidos en línea un 300 % más rápido.

Los socios de AWS con competencias en ventas minoristas proporcionan ofertas tecnológicas innovadoras que aceleran el proceso de innovación de los minoristas en la interacción con el cliente, la cadena de suministro y la distribución, la tienda física, digital y virtual, la ciencia de datos avanzada para minoristas y las principales aplicaciones empresariales para minoristas.

Busque socios de AWS con competencias en ventas minoristas ›

PRÓXIMOS PASOS

Nacido del comercio minorista, creado para minoristas

AWS nació de la gestión de uno de los minoristas más grandes y exitosos del mundo. Con nuestras ofertas de tienda inteligente, compartimos esa experiencia para ayudar a los minoristas:

- **Experimente e innove más rápido:** cuanto más rápido avance su empresa, más ideas podrá poner en práctica. Nuestro amplio y creciente conjunto de capacidades de AWS Smart Store lo ayuda a innovar y experimentar con rapidez, para que encuentre ideas ganadoras más rápido e impulse los resultados que su negocio necesita.
- **Escale rápidamente para satisfacer la demanda:** los minoristas manejan grandes cantidades de datos en tiendas y sistemas. AWS puede extrapolar esos datos en información inteligente para la toma de decisiones. Cuando sus innovaciones tienen éxito y la demanda aumenta, AWS lo ayuda a escalar rápidamente.
- **Optimice las inversiones en tecnología:** cuando sus aplicaciones de TI funcionan juntas como una sola, usted multiplica el poder de sus inversiones. Las ofertas de AWS Smart Store le permiten combinar sin problemas datos y recursos de toda su empresa, lo que lo ayuda a optimizar los costos y acelerar la innovación.

Cuando agrega inteligencia a sus tiendas, estará mejor equipado para obtener los beneficios de tener clientes más satisfechos y aumentar las ventas. Descubra cómo AWS y nuestra amplia red de socios del sector pueden respaldar su transformación minorista.

Obtenga más información sobre AWS para la venta minorista ›

Explore soluciones seleccionadas para casos de uso del sector minorista en la biblioteca de soluciones de AWS ›

Póngase en contacto con un experto de AWS para comenzar hoy mismo ›