



Reinventar el comercio-físico-tradicional

Reenfocarse en lo que realmente interesa al cliente

Las ventas por internet crecen año a año en todos los países, en la actualidad ya representan el 9% de las ventas en Estados Unidos. En muchos países, personas de entre 20 y 30 años ya realizan hasta un 25% de sus compras por internet (y para el resto de sus compras realizan consultas previas a la decisión de a quién comprar). Y millones de personas están dadas de alta en alguna de las webs que día a día les ofrecen gangas en restaurantes, tiendas de moda, agencias de viaje, etc. (en España empresas como Privalia, Lestbonus, Groupon, etc.).

A muchas personas cuando se les pregunta cuáles son sus principales actividades de ocio, incluyen el ir a comprar. Pero, entre las compras de ocio, no están precisamente consideradas la compra de productos básicos de "manutención" del hogar.

Ya empiezan a haber empresas, de las tradicionales de internet como Amazon, que permiten, en países como el Reino Unido, comprar productos como: pañales, papel higiénico, detergentes, pilas-baterías, bolsas de basura... y otros de productos de similares características. Estas empresas están empezando a poner a la venta aquellos productos para los que los compradores no quieren dedicar ni un minuto, ya que su compra no les aporta nada a su vida.

Internet **empieza a ser una gran oportunidad de ahorro de tiempo** para aquellos que se encargan de la "intendencia" del hogar. Pero **también es un gran reto para los comercios-tradicionales-físicos como supermercados, hipermercados y comercios en general**, que a corto y medio plazo deberán reinventar su modelo de negocio para poder sobrevivir. Porque cada vez más, los compradores, a medida que vayan surgiendo oportunidades de compra por internet, dejarán de dirigirse a estos establecimientos para adquirir este tipo de productos.

PROPUESTA DE INNOVACIÓN EN MODELO DE NEGOCIO



Enfocarse en lo que realmente hará que un cliente venga a nuestro establecimiento

En general, todos los establecimientos (grandes y pequeños) deberán reinventarse, realizando transformaciones como:

- 1) Deberán empezar a dejar/trasladar a internet aquello que a los compradores no les aporta valor y les es mucho más cómodo comprar por internet (ofreciéndoles servicios de transporte, o porque no, imaginando... sistemas que detecten cuando hay faltas de productos en casa y lanzar pedidos-entregas "automáticos").
- 2) Enfocándose a productos que los compradores, antes de adquirirlos, necesitan tocar, probar, comprobar.
- 3) Potenciar productos que necesiten un soporte, una atención adicional, un asesoramiento (por ejemplo: productos alimentarios y asesorar en nutrición y salud; productos tecnológicos, soporte técnico especializado y post venta...) productos por los que los clientes estarán dispuestos a pagar un precio extra a cambio de un servicio adicional. y además,
- 4) Estos establecimientos deberán ser lugares divertidos, lugares donde a las personas les valga la pena/tengan interés de desplazarse, por que: son atractivos, con personal de soporte, donde el comprar es divertido, es un lugar de moda....⁽¹⁾

En la actualidad internet, y muy especialmente las redes sociales, están empezando a apuntar cambios en la forma y hábitos de compra de la población, cambios que sin duda beneficiarán a los compradores... y también a los comercios-físicos-tradicionales que no sólo sepan adaptarse si no que lideren con propuestas innovadoras de valor.

(1) para más detalle sobre este tipo de establecimientos ver contenido invintia: *Tiendas innovadoras, nuevas formas de valor en el concepto de compra*