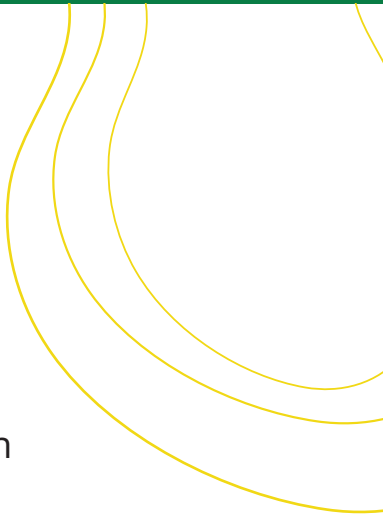


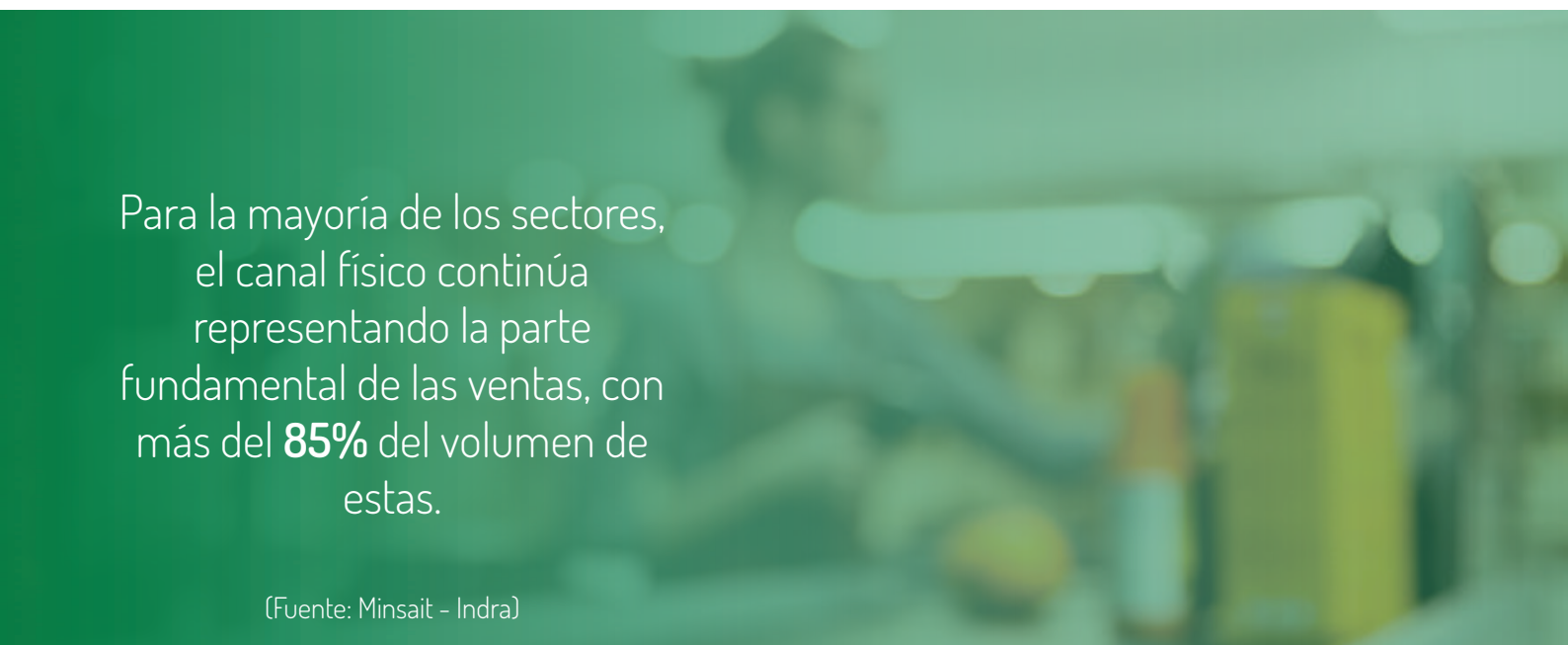
5 RAZONES

para adoptar las etiquetas
electrónicas en su negocio



Sin lugar a dudas, la tecnología es un motor inagotable de ideas que, muchas veces, nos hacen la vida más simple. Tanto es así que, en el mundo de los negocios, la clave del éxito se reduce, en un gran porcentaje, a la palabra “innovación”.

Hoy, las empresas que apuestan e invierten en tecnología obtienen mejores resultados. Y cuando hablamos de avances tecnológicos no sólo nos referimos al área digital. Si bien la tendencia mundial y el contexto apuntan al mundo virtual, los estudios demuestran que el canal físico sigue siendo la gran base de la pirámide.



Para la mayoría de los sectores, el canal físico continúa representando la parte fundamental de las ventas, con más del **85%** del volumen de estas.

(Fuente: Minsait - Indra)

En un escenario hiperdigitalizado, se vuelve un gran desafío mantenerse actualizado y vigente. ¿Cómo hacen las empresas para cumplir con la expectativa de clientes y consumidores cuando la oferta es cada vez más competitiva? Existen herramientas que, bien aplicadas, ofrecen un salto cualitativo. Ese es el caso de las etiquetas electrónicas, un dispositivo que nos permite aprovechar lo mejor de los dos mundos, el digital y el físico, para demostrar que la innovación es la mejor estrategia para un futuro exitoso.



Las etiquetas electrónicas llegaron para revolucionar al mercado. No sólo implican un ahorro de costos, sino que tienen beneficios que mejoran la experiencia del consumidor y agilizan los procesos de trabajo; es decir, abren un mundo de oportunidades con usos y aplicaciones para amplios sectores.

¿POR QUÉ LAS ETIQUETAS ELECTRÓNICAS SON UNA APUESTA SEGURA?

Existen cinco principales motivos por los cuales toda empresa necesita considerar las etiquetas electrónicas y son los siguientes:

- 1 LA ERA DE LOS PRECIOS ÁGILES
- 2 MEJORA LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y AUMENTA SU FIDELIDAD
- 3 LA DECISIÓN ESTÁ EN LA GÓNDOLA
- 4 EL GRAN DESAFÍO DE LA OMNICANALIDAD: EL SHOWROOMING
- 5 LA ÚLTIMA FRONTERA DE LA CONVERSIÓN SON LAS GÓNDOLAS

1

LA ERA DE LOS PRECIOS ÁGILES

Cambiar precios de forma manual toma demasiado tiempo, más aún cuando hablamos de grandes cadenas de retail con sucursales en todo el país. Con el sistema de etiquetas electrónicas, esto se convierte en una tarea simple y eficaz que ahorra tiempo y dinero para su empresa. Desde un servidor central se pueden modificar precios, stock y todo tipo de información de miles de productos en diferentes locaciones, al mismo tiempo. De esta forma, se reducen los errores manuales, se aumenta el tiempo disponible de los empleados para atender a los clientes y se reduce el costo de logística y materiales que implica el proceso de etiquetado en papel.

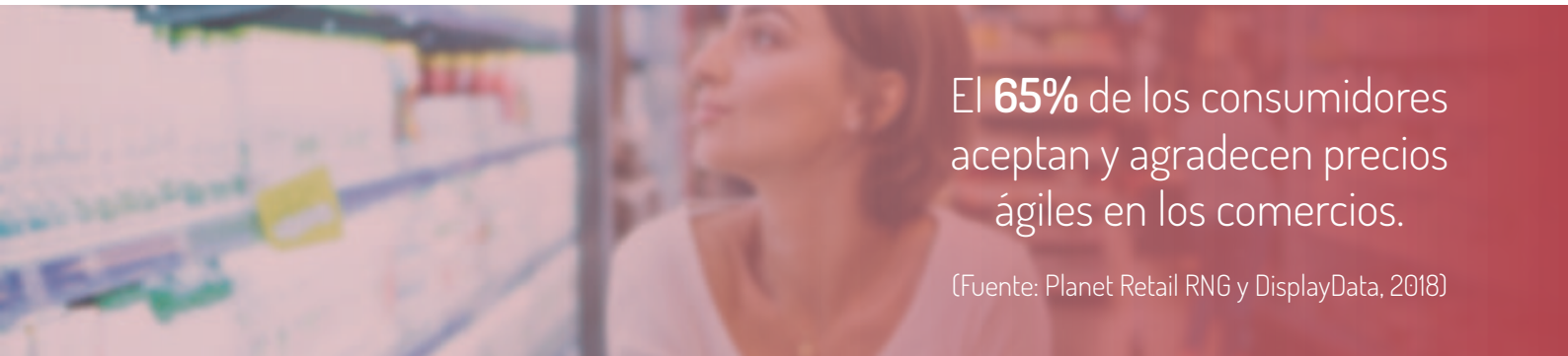
Principalmente, esta modalidad permite establecer una estrategia ágil de precios delineada por las tendencias de ventas durante épocas festivas, promociones, sales o, incluso, el momento del día.



2

MEJORA LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y AUMENTA SU FIDELIDAD





Si de precios se trata, hay errores que pueden costar muy caros, porque ponen en riesgo lo más valioso que tiene un negocio: la confianza de los clientes. ¿Qué pasa cuando, por ejemplo, un precio online difiere de uno de góndola? Genera un mensaje confuso que trae consecuencias negativas.



El **65%** de los consumidores aceptan y agradecen precios ágiles en los comercios.

(Fuente: Planet Retail RNG y DisplayData, 2018)

Con las etiquetas electrónicas esto se puede evitar porque:

-  Permiten alinear precios de manera sencilla en todos los canales.
-  Posibilitan llevar un registro y auditar precios de todos los productos en stock, sea cual sea su ubicación.
-  Admiten cambios inmediatos para corregir errores en etiquetas: en el precio, stock, porcentaje de descuento, etc.
-  Pueden trabajar con precios dinámicos basados en cantidad de ventas y stock para maximizar resultados.

3 LA DECISIÓN ESTÁ EN LA GÓNDOLA

Sin advertirlo, los consumidores van dejando sus datos: quiénes son, qué quieren, cómo buscan y cuándo toman decisiones de compra. Para las empresas, esta información es invaluable. Bien administrada y con una buena herramienta tecnológica a disposición, resulta ser un arma clave para llegar a los clientes y cumplir con sus necesidades.

Esto explica por qué las etiquetas electrónicas son mucho más que un price tag. Combinando inteligencia comercial con tecnología, por ejemplo, lectores bluetooth asociados a una app para smartphone, son capaces de reaccionar de manera inmediata a patrones de compra o estrategias de la competencia, y así ofrecen promociones acordes y oportunas en góndola para conectar profundamente con los consumidores en el momento clave.

El **90%** de las decisiones de compra se toman en las góndolas.

(Fuente: Display Data)



4 EL GRAN DESAFÍO DE LA OMNICALIDAD: EL SHOWROOMING

Los empresarios saben que la estrategia omnicanal es el eje de sus negocios. Que los consumidores puedan comprar, pagar, devolver o retirar productos indistintamente en canales digitales o físicos, sin tener que atravesar obstáculos, significa que la integración está funcionando.

Pero ¿qué pasa cuando el pulso de venta demuestra que eso no es suficiente? Hoy, los clientes suelen acudir a tiendas físicas en busca de información, a chequear precios y a comparar, para luego comprar lo más conveniente desde la comodidad de su hogar. Así, el llamado showrooming atenta contra los esfuerzos de las marcas: el 76% de los compradores primero investiga productos en tiendas físicas antes de realizar una compra online, saltando del off-line al on-line constantemente.



Pero lejos de rendirse, los empresarios deben ver esta situación como un desafío. Gracias a sus pantallas llamativas y sus posibilidades gráficas, las etiquetas electrónicas se convierten en un socio estratégico.





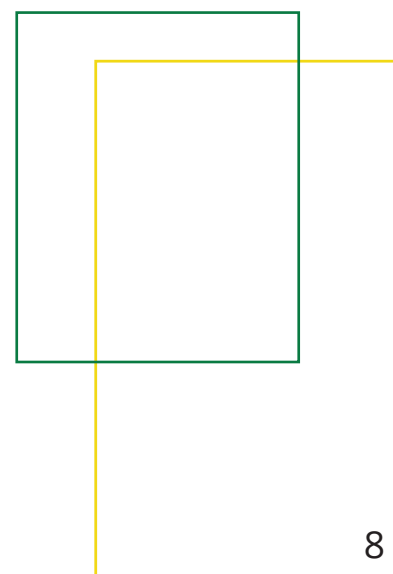
Precios: pueden mostrar rangos de precios, incluso incluir los de la competencia para evitar que los consumidores acudan a los locales sólo a chequear precios.



PStock: el display electrónico ubicado en las góndolas puede indicar cantidades. En casos de productos fuera de stock en la tienda física, se puede direccionar al usuario (mediante un código QR que se escanea con el celular) a la tienda virtual para efectuar la compra de manera simple y rápida.



Comentarios: existe la posibilidad de incluir reseñas de los productos que provienen de las redes sociales de la empresa, pudiendo así influenciar la decisión de compra en las estanterías.



5 LA ÚLTIMA FRONTERA DE LA CONVERSIÓN SON LAS GÓNDOLAS

Aunque las empresas brinden una experiencia de usuario online insuperable, los consumidores van a seguir confiando en las tiendas físicas. Esto explica por qué la gran mayoría de las transacciones de compra aún suceden en los locales. Por esta razón, invertir en tecnología también incluye hacer mejoras en el lugar donde los consumidores toman decisiones: las góndolas.



Las etiquetas electrónicas amplifican las posibilidades de conversión, ya que ofrecen un abanico de información que va mucho más allá de exhibir el precio. Estos dispositivos son poderosas pantallas que interpelan al consumidor, abren una conversación y lo convierten en un cliente activo, que interactúa con la marca, dándole indicios que, con una estrategia de marketing adecuada, arrojarán resultados positivos.

CAMBIAR PARA EL FUTURO

Las etiquetas electrónicas son una tecnología disruptiva que viene a aportar innovación al mercado y a distintas industrias, no solamente al retail sino también en hospitales, eventos, centros de logística y depósitos.

Como todo lo nuevo, a veces cuesta vislumbrar sus alcances, pero su aplicación muestra números muy favorables en todos los casos.



El **67%** de los consumidores afirma que la tecnología mejora la experiencia en los locales.

(Fuente: PlanetRetail y DisplayData)

El consumidor, que hoy es el centro de todo negocio, necesita sentir que la empresa lo conoce, que sabe lo que quiere y que está a las alturas de sus exigencias. En épocas muy competitivas como las que atravesamos, donde la oferta debe tener un diferencial importante, enriquecer la relación comercial es clave. Y nos invita a repensar la ecuación más compleja: **clientes felices es igual a negocios exitosos.**



Grafica
IMPRESS s.a.
Etiquetas Autoadhesivas

VISÍTENOS

Dr. Adolfo Dickman 1330, Buenos Aires

LLÁMENOS

+5411 4582 6938

ENVÍENOS UN EMAIL

esl@graficaimpres.com.ar

