

The  
Digital  
Retail



Transformación Digital  
Sector Retail y Consumer Goods  
Septiembre 2017



1 | Clientes

2 | Mercado

3 | Tendencias

4 | Organización

## Airbnb irrumpe en el sector de la restauración con su nueva herramienta de reservas

Si la entrada de Airbnb en el mercado hotelero supuso una auténtica desdicha para muchos empresarios que se alzaron en contra de la popular plataforma, los restaurantes pueden comenzar a temblar.

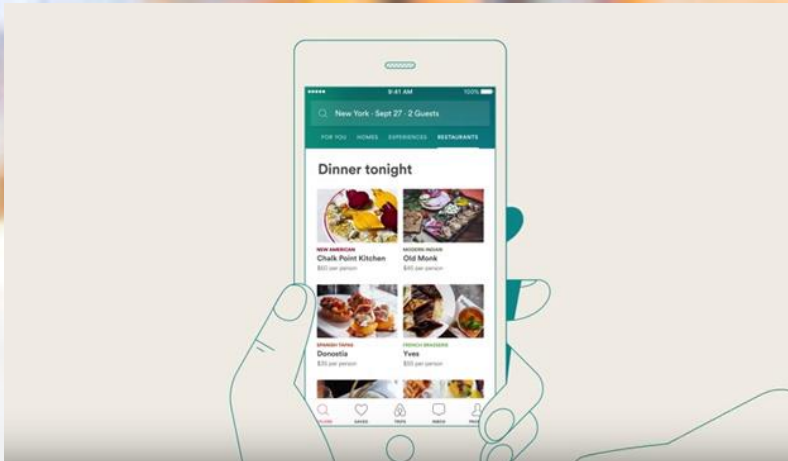
Y es que, la compañía quiere ir mucho más allá del simple alojamiento para comenzar a ofrecer a sus usuarios una experiencia mucho más completa integrando en la app la posibilidad de realizar reservas en establecimientos de restauración.

Esta opción se ha incluido en una docena de ciudades estadounidenses y ha sido posible gracias al acuerdo entre la web de alojamiento entre particulares y la plataforma de reservas Resy.

La oferta de restaurantes estará compuesta por una selección de locales filtrados por Resy que incluirán, además, ofertas de precios fijos por menú así como la posibilidad de escoger según el tipo de cocina, de comida, la hora del día o la localización.

Así, Airbnb suma esta nueva opción a su herramienta Trips que lanzó el pasado mes de noviembre y a través de la que oferta experiencias de viaje.

La reserva de restauración ya está disponible en Nueva York, Los Angeles, Washington, D.C., San Francisco, Miami, Charleston, Austin, Seattle, Denver, Portland, Atlanta, Nueva Orleans y Nashville aunque, según la propia compañía, se irán añadiendo en otras ciudades del mundo en los próximos meses.



21.09.2017



[Marketingdirecto.com](http://Marketingdirecto.com)

## Retail colaborativo. BlaBlaCar llega a París con BlaBlaLines

BlaBlacar avanza. Tras haber logrado la generalización del coche compartido de larga distancia (con una media de 300 kilómetros), presentó en mayo una nueva aplicación para los trayectos diarios cortos y urbanos, BlaBlaLines. Un nuevo servicio de coche compartido para los ciudadanos que se desplazan a diario de casa al trabajo y que comienza a implantarse en los alrededores de París.

El servicio se probó primero en dos rutas: Reims—Châlons-en-Champagne y, con el apoyo de VINCI Autoroutes, Toulouse—Montauban.

Gracias a esta prueba piloto, BlaBlaLines pudo conocer, de primera mano, el funcionamiento de los primeros trayectos de ida y vuelta de los usuarios y continuó adaptando y mejorando el servicio según sus necesidades.

Tras el éxito de su proyecto piloto, esta nueva app de carpooling de corta distancia de BlaBlaCar se extiende a toda la región de Ile-de-France. Esta aplicación, que permitirá reducir la contaminación y el tráfico en la capital gala, ha contado para su desarrollo con el respaldo del Ayuntamiento de París.

La prueba resultó un éxito y ha contado con una amplia acogida hasta el momento en la actualidad, 2.000 trayectos cortos de ida y vuelta se publican cada semana entre Reims y Chalons-en-Champagne y se ofrecen 5000 trayectos cortos semanales entre Toulouse y Montauban. BlaBlaLines está ahora acelerando el desarrollo y la ampliación del servicio a todas las rutas que rodean Grand Reims y Toulouse, además de Ile-de-France y la ciudad de París.



15.09.2017

[DistribuciónActualidad](#)



## Goldcar lanza Click'n Go, un sistema digital para alquilar y devolver el coche sin llave

Goldcar, compañía líder en el mercado de alquiler vacacional de vehículos, presentó ayer en Madrid el servicio Click'n Go, un sistema completamente digital que agiliza enormemente el trámite de alquiler, ya que permite realizar todo el proceso –desde la reserva y el pago hasta la recogida y apertura del coche- a través del teléfono móvil, sin necesidad de llave y sin pasar por el mostrador.

Con este lanzamiento, en línea con la tendencia hacia la digitalización y la mejora de la experiencia del cliente que está viviendo la industria turística, Goldcar se convierte en el primer y único operador rent-a-car del mercado en ofrecer un servicio de alquiler de coche sin llave.

Tal y como explicó Juan Carlos Azcona, consejero delegado de Goldcar, "la conectividad y la digitalización están cambiando el paradigma del sector turístico y en Goldcar queremos mantenernos a la cabeza de la innovación, proporcionando servicios de valor añadido al viajero. Este revolucionario sistema resulta fácil y cómodo para el usuario, al alquilar, pagar y abrir el vehículo desde su propio terminal móvil, haciendo mucho más fructífera su experiencia de viaje".

El funcionamiento de este nuevo servicio es muy sencillo. El cliente recibe en su móvil, a través de la app de Click'n Go la llave virtual con la matrícula y la plaza del vehículo identificadas. De esta forma, podrá abrir y cerrar el vehículo sin llave, además de arrancarlo y sacarle el máximo partido a sus vacaciones. La tecnología bluetooth que equipan todos los smartphones hace el resto, permitiendo la conexión del vehículo con el dispositivo del cliente.



14.09.2017



[eCommerce News](#)

## Zara introduce un nuevo sistema de click&collect en la tienda física de La Coruña

Zara ha introducido un revolucionario sistema para las compras online en la reformada tienda física del centro comercial de Marineda City en La Coruña.

Se trata de un nuevo punto de recogida de los pedidos online mediante un panel táctil y un dispensador de artículos, para así tener que recurrir a hacer colas en caja o recurrir a los dependientes, y agilizar el proceso de entrega en click&collect. Una nueva modalidad que se encuentra en fase piloto y que es probada por primera vez en el store coruñés.

Para su funcionamiento el cliente recibe, tras comprar online y elegir la recogida en tienda, un código QR para escanearlo a través del móvil o un correo electrónico con un código PIN. Cuando quiera recoger el pedido en tienda, simplemente tiene que dirigirse al panel táctil, introducir el código PIN o escanear el QR, y en aproximadamente 10 segundos el dispensador entrega le entrega su pedido.

El prototipo, de 8 metros de largo, 4 de alto y 2,5 de fondo, dispone de la capacidad de gestionar hasta 700 pedidos a la vez. Con la incorporación de este nuevo sistema, más la renovada apariencia de la tienda con la ampliación de espacio que ha alcanzado los 4.000 metros cuadrados, el store del centro comercial de Marineda City se erige como uno de los más modernos de toda la red de Inditex.



13.09.2017



[eCommerce News](#)

## Autingo, la app para calcular la reparación del coche y reservar cita en el taller desde el móvil

A screenshot of the Autingo app interface. The background is dark with a pattern of white mechanical parts. The text is in white and red. At the top, it asks '¿NECESITAS UN MANTENIMIENTO O REPARACIÓN PARA TU COCHE?'. Below that, it says 'Pide tu presupuesto con confianza.' in white on a black background. A red horizontal bar contains the text 'Te damos precios justos y garantizamos tu reparación por un año.' in white. At the bottom, there is a white button with the text 'BUSCAR MANTENIMIENTO' and a right-pointing arrow.

Acudir con el coche al taller en ocasiones conlleva una pérdida de tiempo importante. Que si buscar el centro mecánico, que si comparar precios, que si tardan en darnos una cita o la que nos dan no nos conviene. Pero ahora bastará con tener un Smartphone para que todo ese proceso se agilice. Autingo es la primera app para calcular y reservar las reparaciones del coche desde el móvil en talleres de confianza de toda España.

Autingo es una aplicación móvil innovadora. Con ella, los conductores que necesiten revisar o reparar su vehículo pueden calcular y obtener de antemano, con solo unos toques de pantalla, un único presupuesto cerrado para su reparación y acto seguido reservar cita online en su taller de preferencia. "Para muchos conductores la mayor incertidumbre al acudir al taller es lo cuidadosos que vayan a ser con el vehículo y saber cuánto les van a cobrar, sin sorpresas finales. Autingo es como llevar el mecánico de confianza siempre en el móvil. Eliminamos por completo los miedos típicos de acudir al taller y damos transparencia a todo el proceso ya que los conductores sabrán desde el primer momento lo que pagarán por su reparación, ni un euro de más, y reservarán en talleres de confianza que han sido valorados previamente por otros usuarios", señala Pedro Sanz, CEO y fundador de Autingo.

Actualmente, la plataforma permite pedir presupuesto para más de 2 millones de posibles reparaciones, da solución al 95% de las marcas de coche y cuenta con una base de datos de más de 30.000 talleres de toda España.



18,09.2017



[eCommerce News](#)



## Los mayores de 65 años, promueven el cambio de los supermercados

La población española envejece. Las personas mayores de 65 años suponen ya un 17 % del total en España y el INE estima que este porcentaje superará el 30 % para el año 2050. ASEDAS ha estudiado el papel de este grupo social como palanca de evolución del concepto supermercado de proximidad.

Los mayores son un grupo a tener muy en cuenta a la hora de diseñar el modelo de distribución alimentaria de los próximos años, dicen en Asedas. Sus preferencias en cuanto a alimentación giran en torno a productos adaptados tanto desde el punto de vista de sus necesidades nutricionales -con los frescos y las referencias relacionadas con la dieta mediterránea como los grandes protagonistas- como a la cantidad que consumen. Las características que buscan en los productos que adquieren es que sean sanos y naturales, fáciles de preparar y consumir, de volumen y tamaño más reducido y a buen precio.

Este grupo social no obstante, lo forman personas cada vez más activas y más sanas. Por ello, el supermercado de proximidad responde a su interés por mantenerse independientes gracias a la cercanía que les permite hacer la compra a pie y a diario o varias veces por semana.

En paralelo, se desarrollan servicios adaptados a los mismos, como la atención telefónica para realizar el pedido y el servicio a domicilio. Además, los nuevos modelos de tienda, con pasillos más amplios y luminosos, les facilitan la movilidad. Otros avances en este sentido son la adaptación del tiempo de apertura y cierre de las puertas o cajas con elevadores de cestas.



29,09.2017

[DistribuciónActualidad](#)



## La inteligencia artificial, el código para desbloquear la fidelidad del consumidor

Que las nuevas tecnologías y la innovación son del agrado de los consumidores no es ningún secreto, sin embargo, herramientas como la realidad aumentada o el uso de bots, pueden ser mucho más beneficiosas para las marcas de lo que creíamos.

Al menos así lo confirma un estudio realizado por la Goldsmiths University, basado en una encuesta realizada a 5.000 consumidores europeos. Los resultados muestran que el 53% de los consumidores aprecian de manera muy positiva el uso de estas tecnologías por parte de las marcas.

Asimismo, el 61% de los encuestados prefieren una experiencia personalizada cuando se trata de conseguir engagement y fidelidad.

Sin embargo, a la hora de generar fidelidad, no solo basta con gozar de buena reputación y es que, más de la mitad de los consumidores reconocen que comprarían productos de una marca de la que nunca han oído hablar.

Además, aunque el 53% de los encuestados afirma considerar positivamente el uso de sus datos para obtener una experiencia personalizada, el 76% reconoce querer saber cómo se utiliza su información personal para ello.

Por otra parte, para el 61% de los consumidores es importante que las marcas provean de una experiencia online y offline consistente aunque el 59% también destaca como elemento relevante la conveniencia.



13.09.2017

[MarketingDirecto](#)

### NOTIFICACIONES PUSH ENRIQUECIDAS, SEGMENTADAS E INTERACTIVAS

CON FOTO

VISUALES  
IMPACTANTES

SEGMENTADAS

PERSONALES  
RELEVANTES

GEOLOCALIZADAS

PRÓXIMAS  
EFFECTIVAS

INTERACTIVAS

PARTICIPATIVAS  
BIDIRECCIONALES

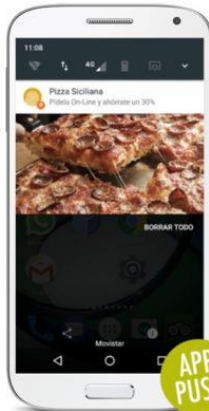
MEDIA

Maximización de la difusión de contenidos y aumento de impresiones



FINANZAS Y SEGUROS

Acceso al banco y a sus productos y servicios en cualquier momento. Multicanalidad



CONSUMO

Ofertas, promociones y descuentos personalizados basados en las necesidades del Cliente y de su ubicación



HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Ofertas y propuestas a Clientes para aumentar su fidelización en base a su posición, día y hora

OTROS SECTORES

Transporte  
Turismo  
Casas de apuestas

## Las notificaciones push, el nuevo canal para captar y fidelizar a sus clientes

Aunque el email marketing se ha posicionado tradicionalmente como una de las estrategias más efectivas para las marcas, en los últimos años, su uso masivo ha dado lugar no solo al aumento en la dificultad de su gestión, sino también una menor efectividad.

Los usuarios se ven cada vez más saturados por la avalancha de emails promocionales que reciben de las empresas y que, en numerosas ocasiones no solo son molestos sino también irrelevantes.

El hartazgo y frustración de los consumidores se traduce en un menor porcentaje de apertura y de clics y un aumento considerable de su lista de "spam".

Pero también se vuelve un problema para los marketers que han visto cómo se agotaba su particular mina de oro.

Ahora la misión es encontrar dar con una nueva estrategia que sea capaz de impactar al usuario de la manera más eficiente, en el lugar correcto y en el momento adecuado.

Porque no hay nada más irritante para el consumidor que recibir mensajes publicitarios de productos que no le interesan, a una hora en la que su predisposición a comprar es nula y a través de un canal que no forma parte de sus rutinas digitales.

Las notificaciones push: línea directa con el consumidor

En este sentido, las notificaciones push han resultado ser una efectiva estrategia y han logrado convertirse en una vía clave para las marcas a la hora de llegar a sus usuarios tanto a través del móvil como de ordenador.



11.09.2017

[MarketingDirecto](#)

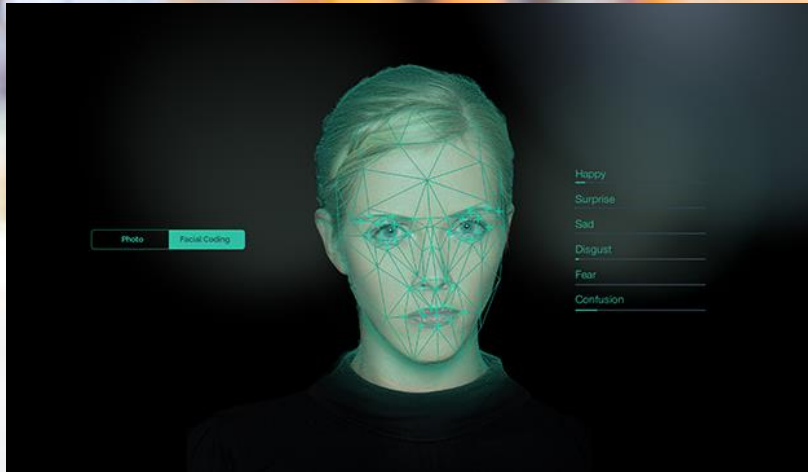
## IPSOS apuesta por la realidad virtual en investigación de mercados

IPSOS, el mayor instituto independiente de investigación de mercados con presencia en más de 85 países, apuesta por la Realidad Virtual (RV) como herramienta clave en investigación de mercados, que permite conseguir un conocimiento más profundo y holístico del consumidor, comprador o usuario.

Así, la compañía, que se caracteriza por estar a la vanguardia de las nuevas herramientas y técnicas de investigación de mercados a nivel mundial, incorpora desde hace unos meses la RV para recrear y contextualizar escenarios a partir de situaciones reales en cualquier tipo de punto de venta (como distribuidores, retailers, centros de moda, etc.), cadenas de restauración, e incluso dentro del hogar o en exteriores. Todo ello a través de una práctica totalmente inmersiva, que recrea la realidad y permite "sentir y vivir" aquella situación que se está analizando.

En palabras de Núria Borrut, directora de Innovación y Estrategia de Ipsos España, "la experiencia es cada vez más relevante, ya sea de compra, consumo o disfrute. Fabricantes y distribuidores buscan ofrecer vivencias que sean memorables, para que, al recordarlas, el comprador siga sintiéndolas, y pueda hablar de ellas con todo lujo de detalles. Al final, una buena experiencia ayuda a la fidelización. Gracias a herramientas como la realidad virtual, es posible reproducirlo".

A partir de una imagen grabada en 360, IPSOS puede incorporar cualquier elemento digital que se desee testar, desde nuevos diseños de packaging, a materiales de comunicación y publicidad, elementos decorativos, implantaciones especiales, etc. Esta situación permite tanto la mera visualización, como la interacción con el estímulo presentado, en el grado que la investigación lo requiera: desde la simple aproximación, hasta el propio desplazamiento por todo el espacio.



06.09.2017

[MarketingDirecto](#)



## Carrefour inicia la era Bompard. Redefinición de áreas, equipos y relevo en España

El Grupo Carrefour inicia nueva era. Cambios organizativos y de equipos, empezando por el máximo dirigente hasta ayer en España, Pascual Clouzard, que pasa a dirigir el negocio en Francia.

Apenas dos meses desde que tomara el relevo de Georges Plassat en el Grupo Carrefour, el nuevo CEO, Alexander Bompard ha comenzado a construir su estela propia.

Bompard, en una sola declaración a los analistas, desde que llegara a la cúpula de Carrefour, dejaba claro en una palabra "cambios" su trabajo ya real para retomar la pujanza del grupo. Cambios en línea con los nuevos hábitos de los consumidores, incluyendo la "reinención de su formato original" y estrella durante décadas, el hipermercado.

Cambios orientados hacia la transformación digital del Grupo que impulsen un regreso a la mayor rentabilidad. Y más cambios en la organización directiva, que llevan bailes en los equipos. La creación de un comité ejecutivo de 14 miembros y nuevas funciones en cada una de las Áreas estratégicas. Recursos Humanos, Comunicación, Servicios y Transformación Digital pasan a ser comunes a la dirección.

Nuevas funciones y nombramientos, con redefinición geográfica de las responsabilidades. Francia estará dirigida por Pascal Clouzard que deja con un brillante resultado la filial en España donde llega Eric Uzan como Director General de Europa del Sur, lo que incluye agregar a la responsabilidad del negocio en España, el del mercado en Italia (de dónde procede Uzan)



25.09.2017



[Distribucionactualidad](#)



## Red de oficinas DS

### MADRID

Centro de Negocios Albatros  
Edificio B  
c/ Anabel Segura 11  
28108 Alcobendas Madrid  
Tlf: (34) 91 302 26 46  
Fax:(34) 91 766 00 19

### BARCELONA

Gran Vía de Carlos III,94  
Edificios Trade  
08028 Barcelona  
Tlf: (34) 93 490 28 44  
Fax:(34) 93 490 69 33

### PORTUGAL

Av. Duque Loulé 123,  
escritório 2.3  
1050-089 Lisboa  
Tlf: (351/21) 756 83 20  
Fax: (351/21) 756 83 25

### MÉXICO

Edificio Espacio Santa Fé (Torre Porsche)  
Carretera México-Toluca 5420  
Col. El Yaqui; Del.Cuajimalpa de Morelos  
C.P. 05320 México D.F  
Tlf: (+5255) 5395 2175 / 6606  
Fax:(+5255) 5395 2175 / 6606

### BRASIL

Ed.Thera Office  
Av. Eng. Luiz Carlos Berrini, 105, conj. 710  
04571-010 - Brooklin Novo-São Paulo-SP  
Tlf: +55 11 5105-7400

### CHILE

Marchant Pereira, 221 Ofc. 51  
Providencia, Santiago de Chile  
Tel: (56/2) 27 73 62  
Fax: (56/2) 204 45 33

CONSALIA  
Implementing Business Strategies  
World Wide

### LONDRES

The Glasshouse  
5<sup>a</sup> Hampton Road  
Hampton Hill, Middx TW 12 1JN  
Londres  
Tel: ( 44/208) 977 69 44

### SINGAPUR

Penthouse Level & Level 42  
Suntec Tower Three  
8 Temasek Boulevard  
Singapore 038988  
Tel: (65) 6866 3888  
Fax: (65) 6866 3838