

Link: <https://www.america-retail.com/chile/innovacion-agilidad-e-inventarios-en-linea-como-enfrentar-la-baja-del-consumo/>

En el país se está evidenciando una baja del consumo en comercios, esto debido a diversos factores, como la inflación y aumento de costos logísticos. <p>La CNC informó que las ventas digitales en el primer trimestre de 2022 fueron de 9,4%.</p><p> Baja del consumo</p><p> Los cambios en el comercio, especialmente en las tiendas de retail, son más evidentes.

El cese de las restricciones ha realizado el regreso de las tiendas físicas y una baja en las ventas online, obligando a las compañías a replantear sus estrategias de negocio e integrar ambos canales de venta con mayor inversión en tecnologías. <p><p> De acuerdo con la Cámara Nacional de Comercio (CNC), en el primer trimestre de 2022 las ventas digitales del retail tuvieron una caída del 9,4% ante el mismo período de 2021, manteniendo el nivel de pre pandemia. Sin duda, ante la incipiente competencia de mercado la experiencia de compra del cliente será clave. </p><p> “Sumado a lo anterior, la inflación en Chile alcanzó el 11,5 % en el año.

Esta compleja situación económica ha originado, según la CNC, el traspaso promedio del precio final al consumidor en alrededor de un 18%”, explica Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile. </p><p> En ese sentido, las compañías de retail siguen apostando por inversiones que les permitan retener y atraer clientes. “Ante la reducción de la liquidez, hay menos personas comprando, pero las empresas no pueden permitirse perder clientes.

Hoy la competencia está ardua, por ende, la diferenciación pasa por experiencias de compra presencial o digital, impecables”, menciona Navarrete. </p><p> Almacenes inteligentes, predictivos y precisos</p><p> Con un consumidor empoderado, tecnológico y ávido de rapidez, las compañías deben apreciar una alta inversión en soluciones como WMS y RFID, para contar con inventarios exactos, ayudando a la distribución más ágil de los productos. </p><p> “Un inventario inteligente y en línea se traduce en rapidez, agilidad y trazabilidad. Las entregas ya no pueden tardar días, se deben acelerar para cumplirlas en horas. Pero eso es solo una parte del ciclo de compra. Los clientes están cada vez más críticos y quieren procesos sin fricciones”, agrega Navarrete. </p><p> Anteriormente, los retailers contaban con inventarios de hasta tres meses.

Sin embargo, la tendencia de hoy es que pueda rotar rápidamente y de este modo enfrentar la baja de consumo que no solo está en tienda, sino igualmente en el e-commerce. </p><p> “Lo vimos en el Cyber. Las compras fueron a la baja en comparación con lo que se esperaba.

El consumidor digital busca un inventario en línea que ofrezca visibilidad de los productos para luego ir a la tienda con la expectativa de encontrar todo lo prometido”, precisa Navarrete. </p><p> Chile sigue dando pasos en la implementación de tecnologías para integrar experiencias de compra satisfactorias. Aunque el camino sigue en proceso, se sigue avanzando no solo en cumplir las necesidades digitales, sino también en cubrir con los requerimientos de clientes que vuelven a optar por la atención física. </p><p> Fuente</p><p> Comunicado</p><p> Etiquetas</p><p> Chile</p><p> chile-retail</p><p> Comercio</p><p> Consumo</p>

## Innovación, agilidad e inventarios en línea: cómo enfrentar la baja del consumo

miércoles, 29 de junio de 2022, Fuente: América Retail

En el país se está evidenciando una baja del consumo en comercios, esto debido a diversos factores, como la inflación y aumento de costos logísticos.

La CNC informó que las ventas digitales en el primer trimestre de 2022 fueron de 9,4%.

### Baja del consumo

Los cambios en el comercio, especialmente en las tiendas de retail, son más evidentes. El cese de las restricciones ha realizado el regreso de las tiendas físicas y una baja en las ventas online, obligando a las compañías a replantear sus estrategias de negocio e integrar ambos canales de venta con mayor inversión en tecnologías.

De acuerdo con la Cámara Nacional de Comercio (CNC), en el primer trimestre de 2022 las ventas digitales del retail tuvieron una caída del 9,4% ante el mismo período de 2021, manteniendo el nivel de pre pandemia. Sin duda, ante la incipiente competencia de mercado la experiencia de compra del cliente será clave.

“Sumado a lo anterior, la inflación en Chile alcanzó el 11,5% en el año. Esta compleja situación económica ha originado, según la CNC, el traspaso promedio del precio final al consumidor en alrededor de un 18%”, explica Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile.

En ese sentido, las compañías de retail siguen apostando por inversiones que les permitan retener y atraer clientes. “Ante la reducción de la liquidez, hay menos personas comprando, pero las empresas no pueden permitirse perder clientes. Hoy la competencia está ardua, por ende, la diferenciación pasa por experiencias de compra presencial o digital, impecables”, menciona Navarrete.

### Almacenes inteligentes, predictivos y precisos

Con un consumidor empoderado, tecnológico y ávido de rapidez, las compañías deben apreciar una alta inversión en soluciones como WMS y RFID, para contar con inventarios exactos, ayudando a la distribución más ágil de los productos.

“Un inventario inteligente y en línea se traduce en rapidez, agilidad y trazabilidad. Las entregas ya no pueden tardar días, se deben acelerar para cumplirlas en horas. Pero eso es solo una parte del ciclo de compra. Los clientes están cada vez más críticos y quieren procesos sin fricciones”, agrega Navarrete.

Anteriormente, los retailers contaban con inventarios de hasta tres meses. Sin embargo, la tendencia de hoy es que pueda rotar rápidamente y de este modo enfrentar la baja de consumo que no solo está en tienda, sino igualmente en el e-commerce.

“Lo vimos en el Cyber. Las compras fueron a la baja en comparación con lo que se esperaba. El consumidor digital busca un inventario en línea que ofrezca visibilidad de los productos para luego ir a la tienda con la expectativa de encontrar todo lo prometido”, precisa Navarrete.

Chile sigue dando pasos en la implementación de tecnologías para integrar experiencias de compra satisfactorias. Aunque el camino sigue en proceso, se sigue avanzando no solo en cumplir las necesidades digitales, sino también en cubrir con los requerimientos de clientes que vuelven a optar por la atención física.

Fuente

Comunicado

Etiquetas

Chile

chile-retail

Comercio

Consumo