



Optimice la operación omnicanal
para crear un ecosistema rentable

Tiene todo bajo control



Los comercios minoristas están invirtiendo en programas de operación multicanal para mejorar la experiencia del comprador y brindar niveles insuperables de servicio y conveniencia. Aunque su implementación requiere trabajo e inversión, no es nada que usted no pueda manejar. **Tiene todo bajo control. Tiene a Zebra.**

Cómo mejorar la estrategia y las expectativas mientras impulsa las ganancias y los resultados

Se sabe que el comercio minorista ha cambiado para siempre. Siempre hay una tienda —física o en línea— que está trabajando arduamente para cautivar el corazón, la mente y el bolsillo de sus compradores. Como resultado, las expectativas de los clientes son más altas que nunca, ya que buscan experiencias de compra combinadas que sean simples, personalizadas y convenientes.

LA EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En los últimos años, muchos comercios minoristas han comenzado el proceso de combinar experiencias presenciales y digitales para evolucionar junto con los hábitos cambiantes de los clientes, ofreciendo nuevas alternativas de operaciones que combinan el poder del comercio electrónico con los recursos de la tienda física. No obstante, tanto para los comercios minoristas como para los consumidores, la pandemia ha acelerado la adopción de nuevas soluciones de compra digitales, y la recogida en tienda (también llamado “Click and Collect”) quedó en el centro de la escena.

Este tipo de servicio combinado, donde los pedidos se realizan en línea y luego se recogen en la tienda o fuera de ella, se ha convertido en un paso esencial para conectar el lado presencial y el lado digital del comercio minorista. Además del servicio sin contacto, hay otras razones para ofrecer la recogida en tienda, por ejemplo:

- Mayor conversión en línea
- La oportunidad de vender una amplia gama de productos por Internet
- La oportunidad de vender productos adicionales en el punto de recogida

En cuanto a los compradores, las opciones de recogida en tienda les permiten ahorrar en costos de envío, evitar el retraso en la gratificación que se produce al tener que esperar un pedido de compra online y evitar las tiendas abarrotadas y las largas filas de pago.



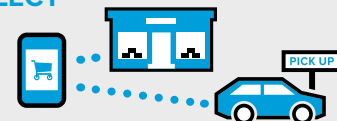
DE OPCIONAL A NECESARIO

Hace un tiempo, el servicio de recogida en la tienda era una opción de operación útil para los clientes que hacían sus pedidos en línea y luego los recogían en la tienda. Pero ahora se convirtió en algo absolutamente necesario para los comercios promedio. Sin embargo, la implementación y la optimización del servicio son tareas importantes que requieren inversiones estratégicas en tecnología de venta al por menor y operaciones de vanguardia. Si desea impulsar las ganancias y a la vez brindar un servicio insuperable a sus clientes, debe enfrentarse al desafío de superar las interrupciones temporales y, al mismo tiempo, adaptarse a los cambios a largo plazo en el comportamiento de los consumidores.

USO MASIVO DE CLICK & COLLECT



COMPRADORES DIGITALES
A nivel mundial: 2140 millones
En comparación con 1660 millones en 2016¹



PREFERENCIAS
El 86 % de los consumidores planean utilizar pronto las opciones de compra en línea y recogida en la tienda, o compra en línea y recogida fuera de la tienda.²

¹ Statista, "Number of Digital Buyers Worldwide from 2014 to 2021," 27 de noviembre de 2020.

² Zebra Technologies, "Estudio del Consumidor 2021 de Zebra, La experiencia fundamental del comprador: seguridad, rapidez y conveniencia".



En este eBook, exploramos los tres pasos clave para el éxito de la recogida en tienda mediante ejemplos claros de mejores prácticas y casos de éxito que demuestran cómo los comercios minoristas líderes han hecho que la recogida en tienda funcione y sea rentable.

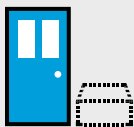
Operación de servicio completo

¿Está aprovechando al máximo sus recursos y su espacio? Muchos comercios minoristas están explorando opciones de operación en la tienda y en el almacén, y están obteniendo resultados dispares. La operación en la tienda requiere niveles más altos de precisión del inventario, mientras que la operación en el almacén implica procesos más largos y costosos. ¿Cuál es la respuesta?

Muchas tiendas pequeñas, por ejemplo, funcionan como centros omnicanal para recogida en tienda o devoluciones de compras en línea. Al ser menos costosas en términos de espacio y personal, estas tiendas agregan otro valioso punto de contacto con el consumidor.

De manera similar, los casilleros de entrega ubicados en establecimientos asociados pueden ampliar sus operaciones de recogida en tienda para atender a más consumidores. El servicio de envío a la tienda aumenta el inventario disponible para los clientes que están dispuestos a esperar varios días para recoger los productos. Y los centros de micro-fulfillment utilizan inteligencia artificial para planificar el inventario y procesar pedidos de manera eficiente con un número mínimo de personal en el lugar.

Estas opciones atraen especialmente a los compradores para los que puede resultar difícil recibir paquetes en casa, como aquellos que no pueden trabajar desde su casa todo el día. De esta manera, tienen acceso a la gran variedad de productos disponibles en línea y cuentan con un lugar seguro para enviar y recoger pedidos de comercio electrónico.



Junto al aumento de las compras en línea, se produce un aumento sustancial de pedidos perdidos: los consumidores informaron un aumento del 131 % en paquetes robados durante el primer trimestre de 2021.³

³ Route, "Comparison Data: How COVID-19 is Impacting Delivery," 23 de abril de 2020.

CÓMO POTENCIAR A LOS EMPLEADOS PARA OFRECER EL MEJOR SERVICIO AL CLIENTE

Los sistemas más ágiles permiten adoptar nuevas mejoras para las operaciones de recogida en tienda, mientras que una tecnología backend más eficiente a menudo garantiza un mejor servicio del lado de la experiencia del cliente. Para brindar un servicio de recogida en tienda óptimo, es fundamental que la operación sea rápida, que la recogida de los pedidos sea simple, que se puedan evitar las filas y que haya coherencia entre los puntos de contacto. Sus empleados juegan un papel fundamental al momento de maximizar el desempeño y la rentabilidad de la tienda. Si les brinda soluciones tecnológicas potentes, les facilitará el trabajo y usted se beneficiará de innumerables maneras.

LAS COMPRAS AHORA SON MÓVILES

La utilización de aplicaciones móviles para hacer pedidos ha aumentado considerablemente. Y se ha vuelto vital para los supermercados, ya que los compradores recurren cada vez más a los servicios de entrega a domicilio o de recogida fuera de la tienda. Según encuestas a los clientes, esto es más que una tendencia: es un hábito que probablemente continuará en el futuro.

USO DE APLICACIONES MÓVILES DE PEDIDOS Y ENTREGA DE ALIMENTOS⁴

Uso actual

Uso probable en el futuro

72 %
(+5 pp interanual)

82 %

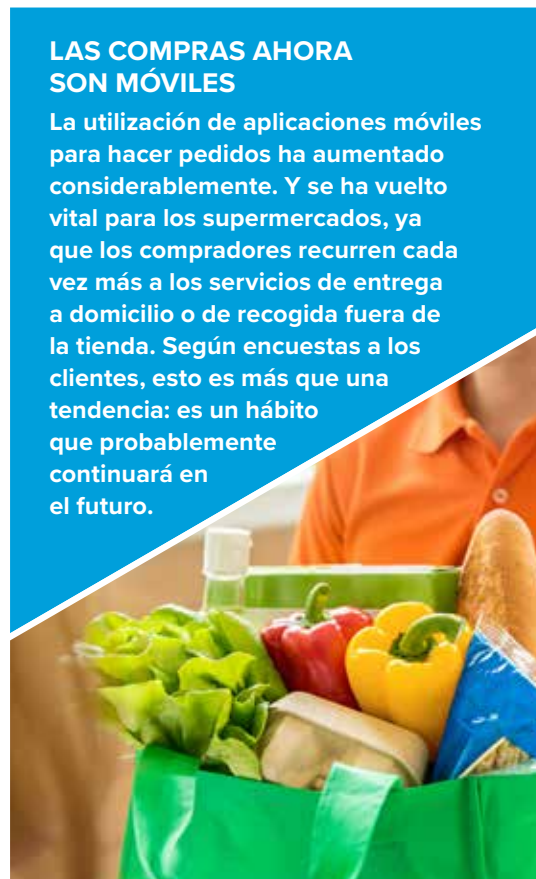
PEDIDOS MÓVILES

54 %
(+11 pp interanual)

88 %

APLICACIÓN DE ENTREGA DE ALIMENTOS

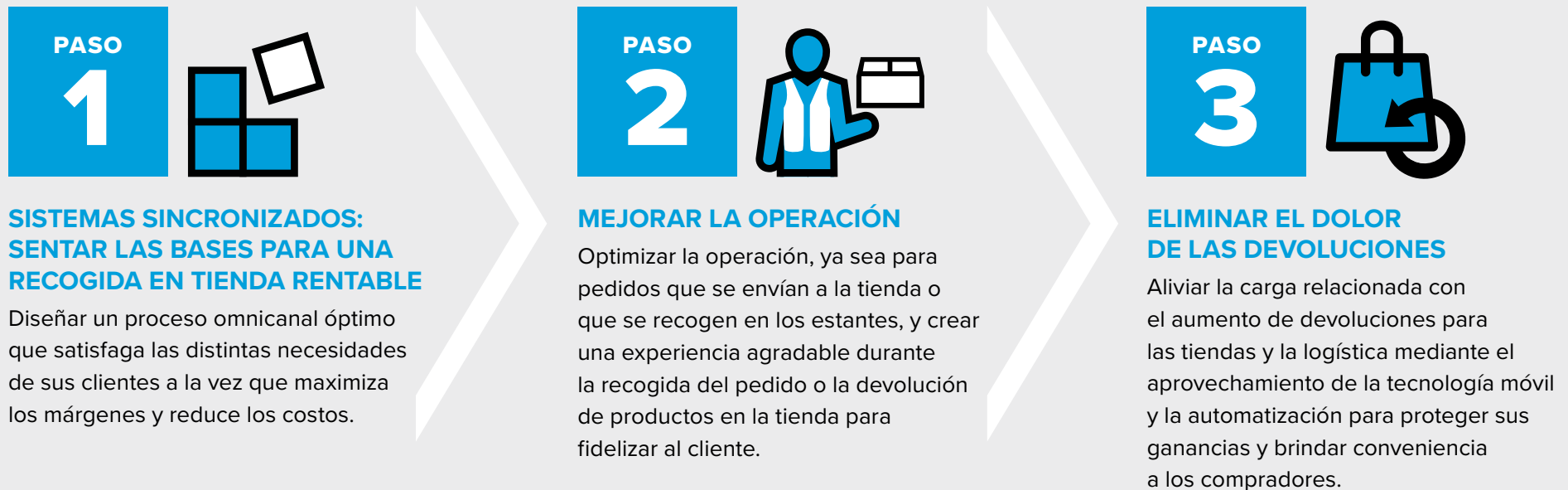
⁴ Zebra Technologies, "Estudio del consumidor 2021 de Zebra, La experiencia fundamental del comprador: seguridad, rapidez y conveniencia".



HOJA DE RUTA DE TRES PASOS

¿Cómo debería ser un proceso de recogida en tienda ideal?

Zebra puede asociarse con usted para diseñar y ejecutar una estrategia de recogida en tienda sostenible y rentable que sea adecuada para su negocio. Este informe destaca tres pasos críticos que pueden ayudarlo a mejorar el desempeño de la tienda, aumentar la eficiencia en toda la empresa y brindar experiencias de compra más satisfactorias.



PASO

1

Sistemas sincronizados: Sentar las bases para una recogida en tienda rentable

Perfeccionar el proceso de recogida en tienda no es una tarea sencilla. De hecho, es como un rompecabezas complicado que requiere que los sistemas correctos estén operativos y funcionen juntos para generar ganancias con éxito. Dentro de los procesos de recogida en tienda, existe un conjunto de opciones de alistamiento y usted debe estar preparado para poder gestionarlas según la ubicación y el tipo de negocio. Estos sistemas son esenciales para garantizar una operación omnicanal armoniosa desde el almacén hasta la tienda y, en última instancia, hasta el consumidor.



VISIBILIDAD EN TIEMPO REAL

Los datos de inventario en tiempo real permiten que los empleados y los sistemas trabajen juntos para gestionar los pedidos de manera efectiva. Se pueden utilizar múltiples tecnologías, desde lectura simple de códigos de barras 1D/2D y recuento de ciclos hasta identificación por radiofrecuencia en tiempo real (RFID) y localización, para identificar con precisión la ubicación de los productos y garantizar que se entreguen en el lugar de recogida requerido por el cliente de manera eficiente.



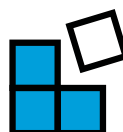
EFICIENCIA Y PRECISIÓN EN LA SELECCIÓN DE PRODUCTOS

Ahorrar unos pocos segundos por artículo puede no parecer mucho, pero representa un gran ahorro anual. La optimización de los procesos de picking y embalaje es fundamental para lograr un ROI positivo de la multicanalidad. Equipados con dispositivos de mano, los empleados de la tienda y el almacén pueden ubicar el inventario de manera más rápida y precisa para armar los pedidos, ya sea que tomen los artículos directamente de los estantes de la tienda o de un almacén remoto.



EMPAQUE Y ETIQUETADO

Las impresoras portátiles pueden aumentar considerablemente la productividad. La capacidad de imprimir a demanda se traduce en más flexibilidad, menos traslados y menos errores, ya que hay menos probabilidades de que las etiquetas se dañen o pierdan.



OPERACIÓN INFALIBLE

La información integrada de pedidos y los datos de inventario en tiempo real garantizan un servicio al cliente más conveniente y una gestión eficiente de las tareas de los empleados. Aunque los nodos de su red de operación (tienda, almacén, centro de distribución, directo del fabricante, etc.) pueden ofrecer diferentes tiempos y capacidades, los sistemas adecuadamente integrados ayudan a que los pedidos fluyan sin problemas durante el proceso.

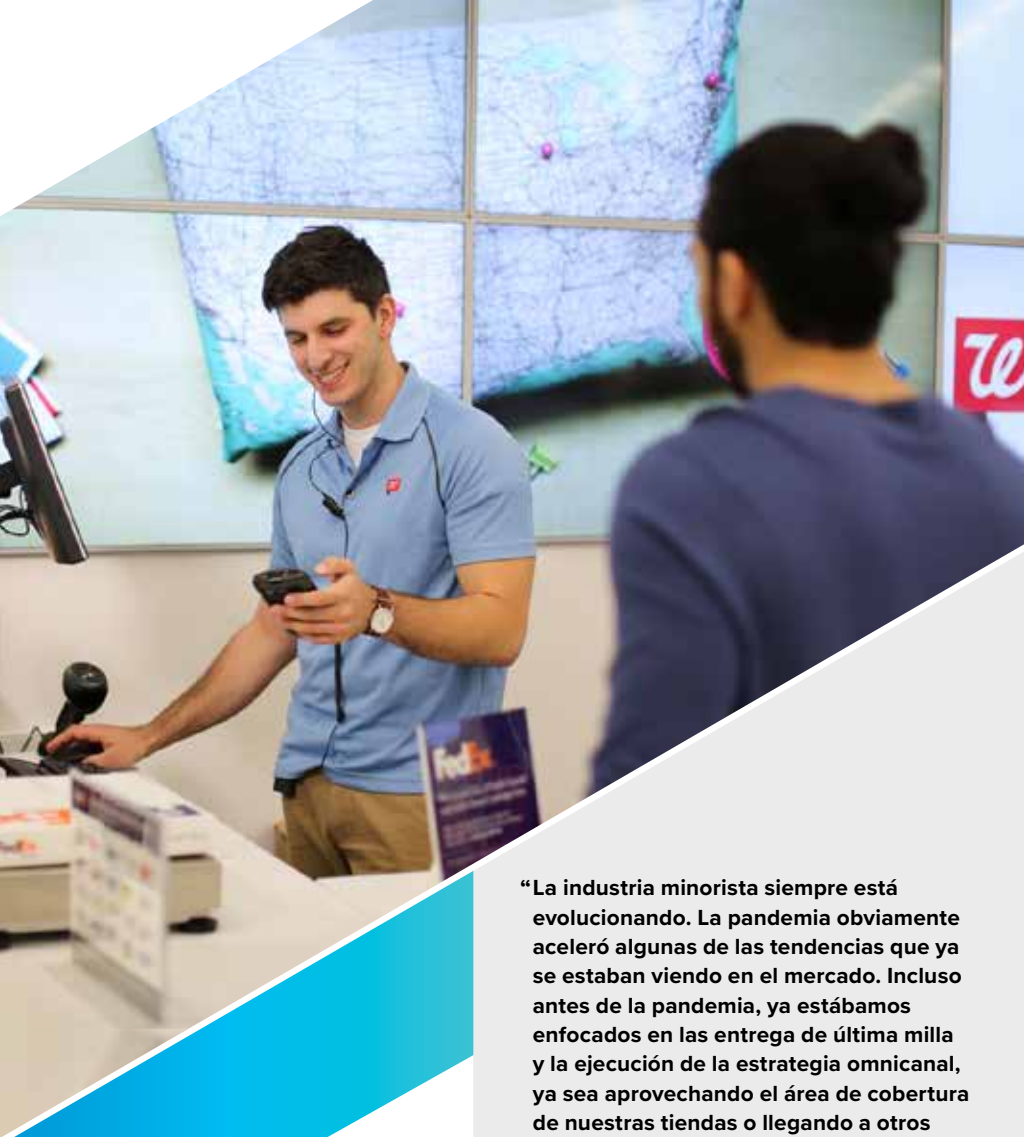


ADMINISTRACIÓN DE PRECIOS

Hay una alta probabilidad de que los consumidores continúen comprando en los comercios minoristas en los que confían, y garantizar que los precios sean consistentes en todos los canales es clave para mantener la satisfacción del cliente. Las soluciones van desde tabletas de nivel empresarial, computadoras móviles e impresoras de mano hasta software sofisticado de gestión de precios y etiquetas electrónicas para estantes.

El panorama actual recompensa a los comercios minoristas que son flexibles y adoptan un enfoque centrado en los clientes. En última instancia, brindar un servicio de excelencia es un proceso bidireccional en el que el cliente da forma a la solución y viceversa. Depende de usted asegurarse de que sus operaciones estén configuradas para satisfacer las necesidades únicas de su público objetivo y listas para crear la mejor experiencia de operación en la tienda.





“La industria minorista siempre está evolucionando. La pandemia obviamente aceleró algunas de las tendencias que ya se estaban viendo en el mercado. Incluso antes de la pandemia, ya estábamos enfocados en las entrega de última milla y la ejecución de la estrategia omnicanal, ya sea aprovechando el área de cobertura de nuestras tiendas o llegando a otros lugares con FedEx, Door Dash y otros servicios de terceros”.

- Kristen Vargas,
Vicepresidenta de Operaciones
Minoristas y Tecnología
Walgreens

CASO DESTACADO

Walgreens

La cadena de farmacias de EE. UU. ha respondido a la demanda de compras sin contacto mediante la implementación de cambios rápidos y la aplicación de soluciones tecnológicas planificadas.

Walgreens, que ya ofrece opciones de autoservicio (retiro de productos desde el vehículo) en más de 7000 sucursales, fue el primero en la industria en ampliar la variedad de artículos que se pueden pedir y luego retirar por la ventanilla sin que el cliente tenga que bajarse de su automóvil. Aparte de los productos de farmacia, los clientes ahora pueden pedir ciertos artículos para el hogar, los cuales fueron previamente probados para garantizar que quepan por la ventanilla de autoservicio.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Los empleados de Walgreens utilizan las tabletas ET50 y las computadoras de mano TC51 de Zebra para recoger artículos del depósito y los estantes de la tienda, y armar pedidos. Cuando un cliente realiza un pedido en línea, la aplicación activa una notificación en el dispositivo del empleado, quien prepara los artículos para el retiro o la entrega. Luego, cuando el pedido está listo, el cliente recibe una notificación para ir a recogerlo en una ventanilla de autoservicio, en el mostrador de la tienda o fuera de la tienda, donde se entrega y se coloca directamente en el maletero del comprador.



La clave de la estrategia de Walgreens es aumentar la precisión del inventario y solucionar los agotados. La empresa utiliza las soluciones de software de Reflexis y Zebra Prescriptive Analytics para resolver estos problemas y mejorar la experiencia general del cliente.

Para obtener más información sobre cómo Walgreens utiliza la tecnología para mejorar la experiencia del cliente, haga clic [aquí](#).

PASO
2

Mejorar la operación: Cómo aprovechar al máximo la experiencia en la tienda

Los comercios minoristas están reconfigurando las tiendas físicas para satisfacer la creciente demanda de soluciones multicanal que respalden un comercio eficiente y unificado. Sin embargo, las operaciones adicionales necesarias para poder ofrecer el servicio de recogida en tienda añaden costos y complejidad, y presentan un desafío para la rentabilidad. Contar con socios que ofrezcan soluciones y tecnologías adecuadas puede ayudar a reducir el tiempo y los costos.



RECONOCIMIENTO DEL CLIENTE

La simplificación del proceso de identificación del cliente agrega conveniencia para el comprador y mejora sus ingresos. Las herramientas tecnológicas, como los kioscos interactivos o los beacons de ubicación, garantizan un servicio rápido y mayor satisfacción del cliente.



LOCALIZACIÓN DE PEDIDOS

Sin importar si está operando en la tienda o fuera de esta, identificar y recoger rápidamente los pedidos es tan importante como identificar rápidamente al cliente. La tecnología de inventario en tiempo real y los dispositivos móviles garantizan que los empleados puedan identificar, de manera inmediata y precisa, y mediante el uso de códigos de barras simples o códigos QR, dónde se encuentra un pedido determinado para luego entregarlo al cliente.



SERVICIO SIN CONTACTO

Muchos consumidores buscan soluciones que ofrezcan la inmediatez de comprar en la tienda y la experiencia de compra sin contacto del comercio electrónico. La recogida de pedidos fuera de la tienda ha sido adoptada particularmente por aquellos consumidores que antes realizaban gran parte de sus compras en tiendas físicas y han llegado con resistencia a adoptar las compras en línea.



COMUNICACIÓN ENTRE LOS EMPLEADOS

La comunicación inmediata y la gestión optimizada del flujo de trabajo son fundamentales para evitar los pequeños retrasos que, cuando se acumulan, producen un gran efecto en las ganancias. Con Workforce Connect de Zebra, los empleados pueden comunicarse entre ellos o con un grupo de despacho inmediatamente mediante llamadas, push-to-talk y mensajes de texto.



RECEPCIÓN EN TIENDA

Las computadoras móviles, los lectores de mano y los lectores de RFID son herramientas muy eficaces para acelerar el proceso de recepción, lo que contribuye a garantizar la precisión y la integridad de los productos recibidos. Los empleados pueden acceder a información precisa y en tiempo real sobre el artículo que se recibió, la fecha de recepción y el estado de la mercancía. Los comercios minoristas se benefician de un proceso de conciliación más rápido y de una reducción de las pérdidas de inventario, lo que se traduce en mayores ganancias.





“El modelo TC70 es un componente importante de nuestro negocio y no podríamos funcionar sin él. No podríamos tener este nivel de éxito o eficiencia sin estos dispositivos”.

- Butch Devlin
Vicepresidente Sénior,
Operaciones en la tienda
ABC Fine Wine & Spirits

CASO DESTACADO

ABC Fine Wine & Spirits

Un comercio minorista de vinos y licores inmerso en una cultura barrial aprovechó la tecnología para conectar al personal con los compradores.

Para mejorar las interacciones con los clientes en las tiendas y brindar un servicio más personalizado, ABC Fine Wine & Spirits, cuya sede está en Florida, EE. UU., equipó a sus empleados con potentes herramientas móviles y aplicaciones intuitivas que les permiten tener más tiempo para interactuar con los compradores. También aprovecharon esta nueva tecnología para impulsar su nuevo servicio ABC Express de recogida en tienda. Los empleados adoptaron con éxito dispositivos TC70 altamente intuitivos, que se implementaron en todas las sucursales de la tienda en solo siete meses.

CÓMO FUNCIONA

Cuando reciben pedidos que luego van a ser retirados en la tienda, los empleados utilizan los dispositivos TC70 de Zebra para buscar los productos, así como para ubicar y empaquetar la mercancía antes de que llegue el cliente. El escáner del dispositivo verifica que los productos y los códigos coincidan para garantizar que los pedidos de ABC Express sean precisos y estén completos.



El tiempo que se ahorra al completar las tareas en los dispositivos móviles se aprovecha luego para brindar un servicio personalizado a los clientes. Para ABC, poder interactuar de forma informada, rápida y bien coordinada en la tienda ha impulsado las ventas de productos adicionales, las ventas cruzadas y la fidelidad y retención de los clientes.

Para ver las muchas formas en que ABC Fine Wine and Spirits emplea la tecnología para enriquecer la experiencia del comprador, haga clic [aquí](#).

PASO

3

Eliminar el dolor de las devoluciones

El aumento en las ventas por Internet implica un aumento en las devoluciones, y los clientes esperan que ambas se puedan realizar de forma simple. Como bien sabe, las devoluciones son inevitables, ya que los consumidores tienen una nueva mentalidad al realizar sus compras. No solo compran más productos en línea, sino que también suelen “llevar el probador a casa”, por ejemplo, compran varios tamaños o colores con la intención de luego devolver algunos o todos los artículos de un pedido.

Los comercios minoristas exitosos manejan las devoluciones de una manera que satisface al cliente y a la vez minimiza los costos, permitiendo que los productos vuelvan a circular de manera rápida y segura. Los nuevos enfoques para las devoluciones incluso utilizan inteligencia artificial para determinar el impacto de cada devolución en las ganancias. Esto permite que los clientes se queden con un artículo que ya fue reembolsado cuando, por ejemplo, el hecho de tener que enviar el producto devuelto y reabastecerlo significa una pérdida de dinero para la empresa.

Las devoluciones gratuitas y sencillas son un importante factor para la conversión y la fidelidad de los clientes. Al igual que con las operaciones, los compradores también quieren tener opciones sobre cómo y dónde realizar las devoluciones. Las opciones de escaneo móvil y reetiquetado en el lugar mediante impresoras de mano permiten a los empleados reinsertar la mercancía devuelta en el inventario y en los estantes de las tiendas lo más rápido posible.

ZONAS DE DEVOLUCIÓN DE FÁCIL ACCESO

Si bien a los clientes les gusta tener la opción de devolver productos en la tienda, quieren que la experiencia sea conveniente y con el menor contacto posible. Para facilitar el proceso de devolución, muchos comercios han trasladado las áreas dedicadas a la recogida y devolución de pedidos a ubicaciones más centralizadas, por ejemplo, junto a la entrada o salida de la tienda, para ofrecer más comodidad a los compradores. Los escáneres de códigos de barras o códigos QR ayudan a los empleados de la tienda a acceder rápidamente a la información del pedido e iniciar el proceso de devolución.

Antes, los comercios minoristas podían aprovechar el servicio de recogida o las devoluciones en la tienda para vender productos adicionales o para reducir las devoluciones alentando a los clientes a probarse la ropa antes de irse con sus compras. Hoy en día, sin embargo, deben encontrar un equilibrio entre vender productos adicionales a los clientes en la tienda y brindarles la opción de recoger pedidos BOPIS o realizar devoluciones sin siquiera entrar a la tienda.

Los puntos de recogida fuera de la tienda, los casilleros o los kioscos interactivos son una opción cada vez más popular para el autoservicio sin contacto, incluso para las devoluciones. Los clientes pueden utilizar los kioscos para hacer preguntas y comprobar la disponibilidad de productos, así como para realizar devoluciones fácilmente. Las capacidades incluyen lectura de códigos de barras, impresión de etiquetas, empaque o entrega de paquetes en el buzón, todo dentro del kiosco.

76%

El 76 % de los consumidores prefieren las tiendas que ofrecen devoluciones fáciles.⁵

65%

El 65 % de los consumidores prefieren comprar en comercios que tienen presencia en línea, pero también tiendas físicas.⁶

^{5,6} Zebra Technologies, “Estudio del consumidor 2021 de Zebra, La experiencia fundamental del comprador: seguridad, rapidez y conveniencia”.





“Click & Collect es el método de operación de más rápido crecimiento en el Reino Unido. Además, los clientes de recogida en tienda compran con más frecuencia, gastan más y son más leales. Con la tecnología móvil que tenemos —exclusivamente con dispositivos de Zebra—, podemos hacer que las tiendas estén en funcionamiento en cuestión de horas. Zebra Technologies es una parte integral del éxito de nuestra solución”.

- Gary O'Connor
Director de Tecnología
Duddle

CASO DESTACADO

Duddle

Duddle acelera el tiempo medio de transacción utilizando tecnología de Zebra para su servicio de recogida en tienda y para gestionar devoluciones.

Fundado en 2014, Duddle es el principal proveedor externo de servicios de recogida en tienda del Reino Unido. La compañía opera ubicaciones de recogida y entrega que les permiten a los compradores recoger o devolver rápidamente compras de e-commerce de tiendas como Amazon, Net-a-Porter, Misguided y ASOS. En lugar de lidiar con entregas fallidas o paquetes perdidos, Duddle permite que los clientes puedan recoger sus paquetes en el momento y en el lugar que les sea conveniente. Los envíos consolidados a ubicaciones seguras de Duddle también ayudan a reducir el impacto ambiental de la última milla.

A medida que Duddle se fue expandiendo y asociando con minoristas establecidos para abrir concesiones en sus sucursales, vio la necesidad de brindar soluciones móviles a sus equipos. Para eso, redujo el tamaño del hardware que se utilizaba en la tienda adoptando soluciones de cómputo móvil. La escalabilidad y el uso de soluciones móviles también permiten una expansión inmediata en las temporadas de más trabajo, como los días previos a la Navidad y la temporada de devoluciones después de las vacaciones.

MÁXIMA EFICIENCIA

Gracias a la implementación de soluciones robustas y confiables de Zebra, como las computadoras móviles TC70 y TC51, y la impresora de escritorio GK420D, Duddle redujo su tiempo promedio de transacción a 1 minuto y 48 segundos para una recogida, y 1 minuto y 15 segundos para una devolución. Al eliminar la necesidad de hardware fijo, Duddle logró una reducción de hasta un 50 % en el CAPEX de TI y acortó su tiempo de espera para abrir una nueva ubicación.



Para obtener más información sobre cómo Duddle utiliza la tecnología para acelerar los tiempos de transacción de recogidas y devoluciones en tienda, haga clic aquí.

Cómo impulsar una ventaja competitiva

Las compras en línea están aumentando mucho más rápido de lo esperado. Por eso, es el momento ideal para invertir en la tecnología necesaria para llevar a cabo una estrategia de Click and Collect adecuada, optimizar las operaciones minoristas y crear una mejor experiencia para el cliente. Hoy en día, es fundamental ofrecer un servicio de recogida en tienda, y es necesario hacerlo de forma correcta y lograr que sea rentable para su empresa para así conseguir una ventaja competitiva.

Debido a que los márgenes del comercio minorista son cada vez más estrechos, la recogida en tienda le permite recuperar la participación del presupuesto a través de proveedores en línea "puros" y de otros minoristas tradicionales que pueden estar más atrasados en la transformación digital.

Aunque es imposible predecir cómo será el futuro del comercio minorista con total precisión, una cosa parece segura: ser ágil y prepararse para el crecimiento continuo de las compras omnicanal es la mejor manera de preparar su negocio para el futuro y proteger sus ganancias.

MEJORES PRÁCTICAS DE AMBOS CANALES COMBINADOS:



Permita que los compradores recojan o devuelvan pedidos que realizaron en línea en la sucursal de la tienda que les resulte más conveniente, y deseleccione la opción de hacerlo dentro o fuera de la tienda, o mediante el uso de casilleros. Si entran a la tienda, el proceso de recogida debe ser rápido e intuitivo, incluso para los clientes nuevos.



Maximice los recursos de la tienda armando pedidos con el inventario de la tienda y equipando a sus empleados con la tecnología adecuada para gestionar los pedidos de recogida en tienda de forma rápida.



Invierta en herramientas tecnológicas como escáneres, computadoras móviles, tabletas, impresoras móviles y RFID lo más rápido posible y utilice la visibilidad del inventario para enviar la mercancía donde sea necesario y devolver la mercancía vendible al inventario disponible lo antes posible.



Asegúrese de que los ingresos de la tienda no se vean afectados negativamente por las devoluciones y que la responsabilidad del desempeño financiero se comparta entre los equipos. Esto es fundamental para evitar operaciones dispares o conflictos de intereses entre los canales.



Los datos recopilados a través de la recogida y las devoluciones en tienda ofrecen grandes ventajas para los comercios minoristas, ya que la analítica avanzada puede brindar información sobre la demanda de los consumidores para construir la estrategia futura.

Impulsemos su operación omnicanal

Cuando se trata de transformación digital, es necesario aumentar la apuesta. Pero si es a expensas del margen, la estrategia no será sostenible a mediano y largo plazo. En Zebra, sabemos cómo la tecnología puede ayudarlo a aumentar la precisión, la eficiencia y la productividad del servicio de recogida en tienda, y estamos aquí para ayudarlo a recorrer el camino hacia la implementación de una operación omnicanal rentable.

Visite www.zebra.com/retail

Tiene todo bajo control. Tiene a Zebra.



**Sede principal corporativa
y de América del Norte**
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

**Sede principal
de Asia-Pacífico**
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

**Sede principal
de EMEA**
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

**Sede principal
de América Latina**
+1 866 230 9494
la.contactme@zebra.com

ZEBRA y el logotipo de Zebra son marcas comerciales de Zebra Technologies Corp., registradas en diversas jurisdicciones en todo el mundo. Todas las demás marcas comerciales son propiedad de sus respectivos dueños.
©2021 Zebra Technologies Corp. y/o sus afiliadas. Todos los derechos reservados.

