



Un plano para los inmuebles de los negocios minoristas de moda

Optimizar el diseño y el funcionamiento de las
tiendas para maximizar la satisfacción del cliente

¿Todo listo para comenzar? >

Contenido

- 3** **Introducción**
- 5** **Transformar las tiendas para la conexión con el cliente**
- 7** **Diseño y funcionamiento sustentable de las tiendas**
- 9** **Utilizar datos para optimizar el rendimiento de los inmuebles**
- 11** **Resumen**



Introducción



Los minoristas de moda están respondiendo a los desafíos en múltiples frentes: la continua incertidumbre económica, la feroz competencia y la intensificación de las normativas de sustentabilidad. Las expectativas de los clientes nunca han sido tan altas. Los minoristas responden creando experiencias de compra que inspiran lealtad y experimentando con la IA, al tiempo que se centran en los objetivos de ingresos.

La meta es clara: aumentar las ventas, fortalecer la lealtad a la marca y mitigar la incertidumbre con agilidad e innovación.

Mantente un paso adelante en la era de la venta multidimensional

Como minorista, desempeñas múltiples funciones, no solo como proveedor de productos y experiencia digital del cliente, sino también como administrador de bienes raíces comerciales. Las tiendas físicas siguen siendo un pilar central de la experiencia de compra. Y en la búsqueda de experiencias de marca fluidas, los minoristas encuentran un aliado sorprendente en sus tiendas físicas.

Como resultado de la pandemia de COVID-19, el enfoque en la mejora de las tiendas no ha hecho más que aumentar cuando las empresas se replantearon cómo los espacios comerciales y las innovaciones digitales podrían contribuir a la comodidad y la salud de los clientes.

Estamos entrando en un mundo en el que las experiencias de compra inteligentes y "combinadas" son un elemento clave para impulsar la lealtad del cliente.

En este libro electrónico, arrojaremos luz sobre el papel crucial que desempeñan los espacios físicos en a la hora de fomentar la fidelidad del cliente. Descubrirás una gran cantidad de ideas sobre cómo los minoristas de moda pueden adelantarse a estas tendencias, utilizando sus activos físicos para respaldar el crecimiento de las ventas al tiempo que priorizan la sustentabilidad del diseño, la construcción y el funcionamiento de las tiendas, por ejemplo, a través de:

- 1** Diseñar, construir y reacondicionar tiendas para crear experiencias del cliente uniformes y generar ingresos rápidamente.
- 2** Diseño y operaciones sustentables de las tiendas.
- 3** Uso de datos para transformar la eficiencia operativa y la eficacia de todo el espacio físico.

Descubre cómo, con estos tres enfoques, puedes mejorar las experiencias de marca, abrir tiendas nuevas y reacondicionadas en tiempo récord, así como reducir las emisiones de carbono.

"Al identificar los mayores desafíos y oportunidades para el próximo año, alrededor del 12 % cita la sustentabilidad como una de las principales oportunidades [...], colocándola arriba de todo en la agenda de los ejecutivos. Sin embargo, como un reflejo de la magnitud de la tarea y la creciente presión normativa, el 12 % también la nombra como uno de los principales desafíos".

– McKinsey & Company, The State of Fashion 2024



Transformar las tiendas para la conexión con el cliente

Los consumidores esperan una experiencia fluida y receptiva en todos los canales. El desafío para los minoristas es crear diseños de tiendas que cumplan con la promesa de la marca y maximicen las ventas.

Planificar mejores experiencias de compra con activos digitales 3D

La inteligencia artificial puede producir diseños generativos para ayudarte a explorar muchas más opciones de diseño de tiendas que antes.

Cuando se tiene una selección más limitada de opciones, se pueden simular utilizando un gemelo digital de una tienda real, una forma de modelar un activo físico en digital, utilizando datos para simular cómo funcionan los objetos físicos en situaciones del mundo real y cómo se utilizan los espacios.

Este enfoque permite consideraciones de diseño más amplias como parte de una estrategia minorista integral y permite a los minoristas de moda modelar y probar nuevos diseños de tiendas con agilidad, para responder a los hábitos de los compradores, las promociones de temporada y más.





Poner a trabajar los datos en el proceso de construcción de tiendas

Considera el potencial colaborativo que tiene utilizar el mismo modelo 3D digital durante todo el proceso de diseño y construcción. Con BIM (Building Information Modeling) y un enfoque basado en la nube desde el diseño hasta la construcción y la entrega, los minoristas pueden lograr una construcción mejor, más rápida y dentro del presupuesto, y poner en funcionamiento las tiendas nuevas y reacondicionadas más rápido. Juntos, estos dos elementos ayudan a acelerar el tiempo para comenzar a obtener ingresos.

Una única fuente de información para todas las partes involucradas reduce significativamente los errores, las rectificaciones y el desperdicio. Y el poder de los datos se extiende más allá de las fases de diseño y construcción a todo el entorno minorista, lo que permite hacer un seguimiento del rendimiento del diseño de una tienda a lo largo del tiempo para mejorar la experiencia del cliente y maximizar las ventas.

Resultado: una experiencia de clientes y empleados de otro nivel

- Mejora de la calidad del diseño
- Menor tiempo para obtener ingresos
- Agilidad para ampliar y diversificar los servicios

Los clientes de Autodesk suelen experimentar un aumento de la productividad de entre un 15 % y un 20 % gracias al uso del diseño 3D para las tiendas, así como un ahorro de tiempo y costos del 10% en promedio.

Sigue leyendo para descubrir cómo los minoristas pueden incorporar la sustentabilidad en el diseño y el funcionamiento de los espacios físicos.

Diseño y funcionamiento sustentable de las tiendas

La Directiva sobre información corporativa en materia de sustentabilidad (CSRD, por sus siglas en inglés) y la legislación textil de la UE, como el Reglamento de ecodiseño para productos sustentables (ESPR, por sus siglas en inglés), han puesto el foco en el impacto ambiental del comercio minorista de moda. Si bien hasta la fecha la atención se ha centrado en la cadena de suministro, existe la oportunidad de incluir espacios físicos en aras de un enfoque holístico y sostenible.



Los esfuerzos de sustentabilidad a menudo se ven como un costo para el negocio, pero también representan una oportunidad significativa. Son una oportunidad para ahorrar costos e impulsar el valor y, al mismo tiempo, alinearse con los valores de los consumidores y cosechar los beneficios de marca que esto conlleva. Ahora podría ser el momento de que los minoristas incorporen la sustentabilidad en la estructura de sus tiendas, almacenes y centros logísticos.

Garantizar enfoques sustentables para el diseño de tiendas

Integrar las prácticas de sustentabilidad lo antes posible en los proyectos de diseño y renovación de tiendas es la clave para diseñar edificios de alto rendimiento.

Aquí es donde las simulaciones del mundo real que utilizan herramientas digitales pueden cambiar las reglas del juego. Estas herramientas te ayudan a diseñar para que las operaciones sean más eficientes y se utilicen materiales con bajas emisiones de carbono mediante la realización de análisis predictivos que te ayudarán a planificar los edificios en función de factores como la energía solar, eólica y operativa. También puedes incorporar estrategias como la estandarización de elementos clave de construcción y el aprovechamiento de la fabricación fuera del sitio para reducir los residuos durante el proceso de construcción.

El cambio hacia una construcción eficiente con una única fuente de información y colaboración basada en la nube reduce el desperdicio que genera con los errores y las rectificaciones. Y la integración de un gemelo digital puede garantizar un compromiso continuo con la sustentabilidad durante todo el ciclo de vida de la tienda, donde puedes optimizar continuamente tus operaciones con visibilidad en tiempo real del rendimiento de tus edificios.



Atrae a quienes se preocupan por las emisiones de carbono y la moda acelerando los objetivos de cero emisiones de carbono

La sustentabilidad no es solo una iniciativa detrás de escena, es una herramienta poderosa para generar la confianza de los clientes en las marcas, ya que los consumidores de moda basan cada vez más sus decisiones de compra en el compromiso de un minorista con la sustentabilidad. Más allá de las métricas tradicionales, las herramientas de datos avanzadas permiten a las principales organizaciones ver todo conectado a objetivos más amplios de cero emisiones de carbono.

Al ganar visibilidad de toda la cadena de valor, los minoristas de moda pueden identificar formas holísticas de hacer que sus tiendas sean más neutras en carbono y sustentables, lo que presenta una oportunidad para contar una historia más conectada con la tienda en el centro.

Al adoptar herramientas y plataformas digitales en todos los sitios que operas, puedes tener un impacto significativo en la sustentabilidad general y reducir tu huella de carbono en todo el negocio, impulsando una imagen de marca positiva y la lealtad del cliente.

La integración de un gemelo digital contribuye a mantener un compromiso continuo con la sustentabilidad durante todo el ciclo de vida de la tienda.



Resultado: reducción del impacto medioambiental y mejora de la reputación

- Optimización del uso de materiales y energía
- Reducción del impacto ambiental
- Reducción o eliminación de las emisiones

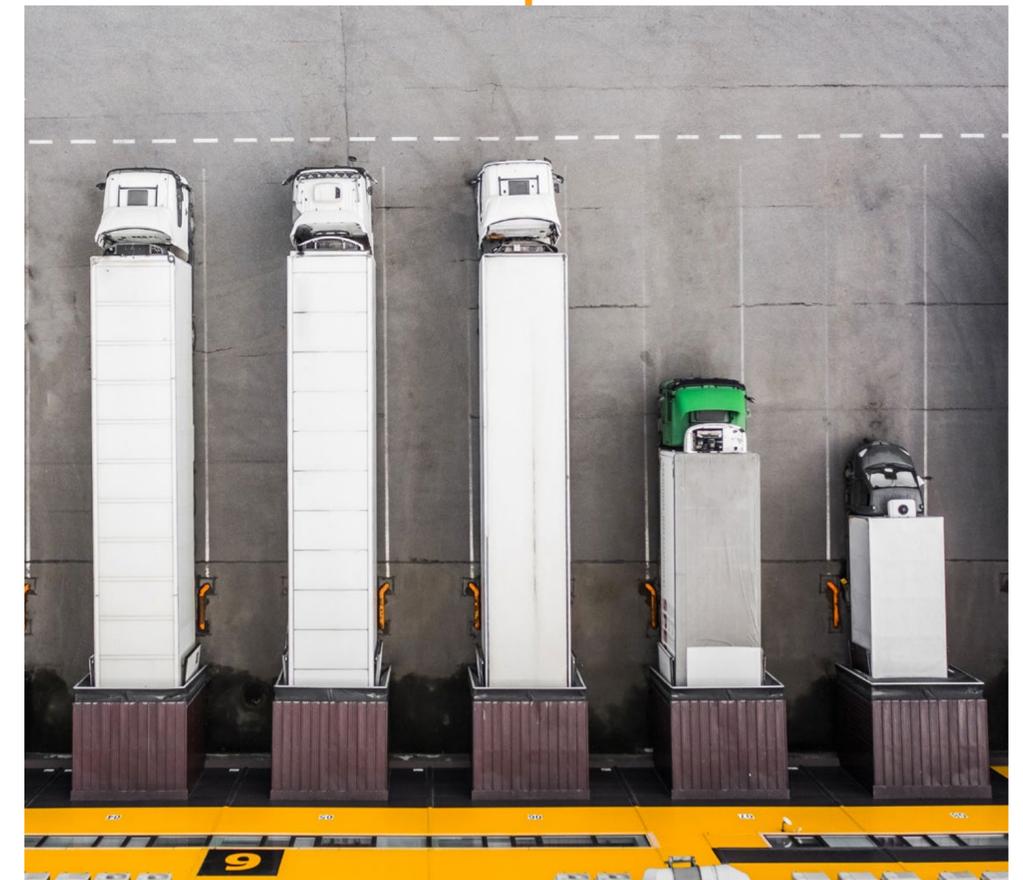
Sigue leyendo para descubrir cómo los minoristas pueden utilizar los datos para maximizar la eficiencia operativa en todo el espacio físico.

Aprovechar los datos para optimizar el rendimiento inmobiliario en tiendas, almacenes y centros de distribución

Las presiones sobre los márgenes de ganancia, los desafíos de mantenimiento y la necesidad de optimizar los costos crean un caso convincente para un enfoque centrado en los datos de la gestión de instalaciones.

Aumentar la productividad, la eficiencia y los márgenes de ganancias con la integración de datos

Los gemelos digitales (réplicas digitales dinámicas de los activos construidos) te permiten aprovechar datos de múltiples fuentes para optimizar tu espacio. Estas fuentes incluyen datos de construcción, sistemas de gestión de instalaciones y sensores de Internet de las cosas (IoT). Como resultado, el mantenimiento predictivo se vuelve posible, se pueden simular escenarios hipotéticos y el uso de energía se puede monitorear y optimizar en el momento. Implementar una infraestructura para hacer más con los datos también permite nuevos tipos de experiencias, impulsadas por la IA generativa y los análisis, para deleitar a tus clientes.





Gestionar los riesgos y los cambios mediante la estandarización

Otro uso crítico de los datos consiste en mejorar el rendimiento de los edificios y ayudar a los equipos a gestionar los riesgos de forma predictiva y preventiva.

Los datos estandarizados y predictivos ayudan a comunicar mejor los riesgos en el sitio relacionados con la especificación de una instalación, así como a facilitar el mantenimiento predictivo en tiendas y almacenes. Esta comprensión más profunda contribuye a reforzar las medidas de seguridad, la gestión de riesgos, el cumplimiento normativo, la salud y la seguridad, y la optimización de la cadena de suministro.

Resultado: rendimiento operativo optimizado durante todo el ciclo de vida de los activos inmobiliarios

- Optimización de la vida útil y la resiliencia de los activos
- Optimización del uso de energía
- Mejora de la gestión de riesgos

Los gemelos digitales permiten a los minoristas aprovechar los datos para optimizar sus inmuebles, impulsando la productividad y la eficiencia.

Resumen

Los minoristas se centran en ofrecer experiencias que van más allá de lo transaccional para atraer y deleitar a los clientes en todos los puntos de interacción y motivarlos a ser clientes de por vida.

El camino hacia la excelencia minorista se extiende al papel de los minoristas como propietarios de bienes raíces, reconociendo el potencial transformador inherente de sus activos físicos.

Al invertir en enfoques ágiles de diseño y construcción de tiendas, junto con estrategias inteligentes basadas en datos, puedes aprovechar estos espacios para aumentar la lealtad a la marca y obtener resultados sustentables, al tiempo que logras un impacto positivo en los márgenes, de modo que puedas estar listo para satisfacer las necesidades de tus clientes y de la comunidad en general.





<https://latinoamerica.autodesk.com/>

Autodesk y el logotipo de Autodesk son marcas comerciales registradas o marcas comerciales de Autodesk, Inc. y/o de sus subsidiarias y/o filiales en los Estados Unidos y/o en otros países. Todas las demás marcas, nombres de productos o marcas comerciales pertenecen a sus respectivos propietarios. Autodesk se reserva el derecho a modificar ofertas de productos y servicios, especificaciones y precios en cualquier momento y sin previo aviso. Además, no se hace responsable de los errores tipográficos o gráficos que pudiera contener este documento.

© 2024 Autodesk. Todos los derechos reservados.