

El futuro del retail y cómo transformar tu tienda

11 de abril de 2024

Jordi Mas

- CEO y fundador de Crearmas
Retailer y emprendedor



JORGE MAS

  @crearmas

  @jorgemas_retail

 [linkedin.com/in/jorge-mas-velasco](https://www.linkedin.com/in/jorge-mas-velasco)



< ISDI > DIBEX
 IESE Programa PDG
 IESE IESE Certificated
Exectuve Education
 eada® Executive MBA
 ESERP Licenciado ADE
 U B Diplomado
en Ciencias
Empresariales



CREARMAS
CREATIVE RETAIL CONSULTING

Founder & CEO

BO QUE
RIA 180

Presidente

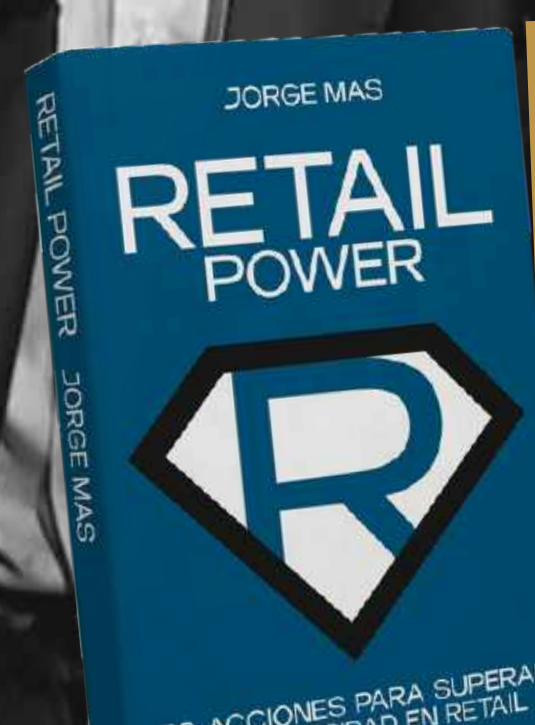
ISEM
Fashion Business School
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

 L'ESCOLA
UNIVERSITÀRIA
DE COMERÇ

Profesor

IRONMAN

Afición



PARTE I

¿COMO ADAPTAR LA TIENDA AL COMERCIO DEL FUTURO?



1

LA ADAPTACIÓN EN EL RETAIL

ANTES



© CREARMAS 2024

PANDEMIA



Sabadell CREARMAS
Hub Empresa
CREATIVE RETAIL CONSULTING

IMPORTANTE

La ubicación de tu tienda cada vez es menos importante, ya que estar en las grandes calles no significa que el volumen de tráfico sea mayor.

TASA DE ESFUERZO

Alquiler

Ventas x 100

Si nuestra tasa de esfuerzo es elevada, tenemos que replantearnos nuestra ubicación.

Antes nos podíamos permitir el lujo de tener la tasa de esfuerzo alta, pero ahora la ubicación no es una garantía de éxito ni de tráfico.

TASA DE ESFUERZO

Sabes cuál es tu tasa de esfuerzo?

Tu tasa de esfuerzo es siempre la misma,
lo único que debes variar son las ventas

15%



¿Cual es Tú Reclamo?

¿Por qué los clientes tienen que venir a tu tienda?

Algunos de los motivos podrían ser ...

Producto específico

Espacio diferencial

Servicio que conecta

Ventajas en punto de venta

Atención personalizada

TU RECLAMO ES TU VALOR

¿QUÉ ESTAS HACIENDO PARA QUE
ENTREN EN TU TIENDA?

SYRA

SYRA COFFEE

CASO SYRA COFFEE

SYRA COFFEE



© CREARMAS 2024



Sabadell CREARMAS
Hub Empresa
CREATIVE RETAIL CONSULTING

SYRA COFFEE



SYRA COFFEE (E-commerce)

← Home / COFFEE



Coffee



Tea



Packs



Equipment



Machines



Corner Shop

Shop

Filtrar ▾

NEW

TANO NDONGO

Kenya



Cereza · Mora · Caramelo · Floral

VER MÁS

NEW

INZA

Colombia



Toffee · Azúcar moreno · Melocotón · Dátil · Ciruela

VER MÁS

LEMUS

El Salvador



Avellana tostada · Tarta Sacher · Manzana roja · Caramelo

VER MÁS

 <p>ENVÍO RÁPIDO Y GRATUITO Entrega en 24H/48H, sin pedido mínimo</p>	 <p>CAFÉ FRESCO DE TEMPORADA Tostado a diario en Barcelona</p>	 <p>CAFÉ SOSTENIBLE Procedente de pequeños agricultores</p>
--	--	---

Nuestras tiendas



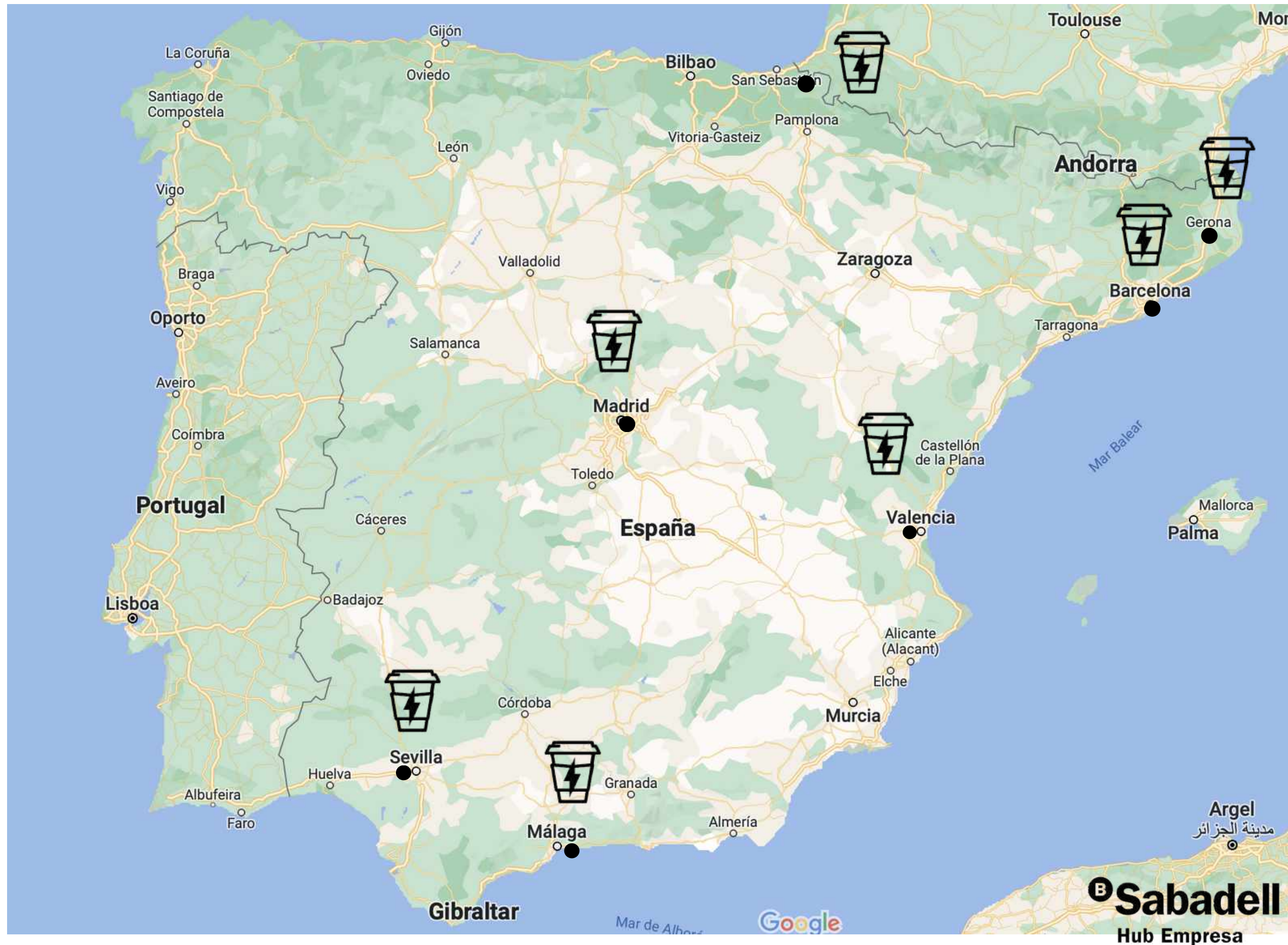
POBLE SEC
BARCELONA

LONDRES
BARCELONA

MARIA CUBI
BARCELONA

VIA AUGUSTA
BARCELONA

SYRA COFFEE



CASO STARBUCKS RESERVE ROSTERY

Starbucks Store. Seattle



Starbucks Store. Shanghai



Starbucks Store. Nueva York



Starbucks Store. Tokyo



Starbucks Store. Milan

INSPIRARE È
PER NOI
UNA PERSONA
UN CAFFÈ
UN QUARTIERE ALLA VOCE

Starbucks Store. Chicago



RECLAMO OFFLINE



PRODUCTO



INNOVACIÓN



ACCIONES COMERCIALES



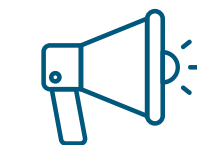
EQUIPO HUMANO



SERVICIO



EXPERIENCIAS EN TIENDA



NOVEDADES

RECLAMO ONLINE



WEB



RRSS



EMAILING



SEM



CLICK & COLLECT



LOYALTY



EL RETAIL NO DESCANSA

Las tiendas están en continúa evolución y necesitan adaptarse constantemente a lo que ocurre a su alrededor



¿Cómo ha EVOLUCIONADO TÚ TIENDA FÍSICA?



music

kids

APPLE. NYC 5 AVENUE 2012



APPLE. NYC 5 AVENUE 2019





2

ACCIONES PARA TU TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1. Pantallas digitales

欢迎来到NIKE这里属于每个爱运动的人



WELCOME TO NIKE WHERE ALL ATHLETES BELONG

欢迎来到NIKE这里属于每个爱运动的人



WELCO

全能主场
SPORT HUB

7月会员活动

- 7/9 天河社区跑
- 7/12 篮球新势力：精力满分革命
- 7/18 & 19 NEXT% 跑鞋 鞋土创意工坊

NIKE GUANGZHOU

JUR'DOIT

试衣间
FITTING ROOM

WELCOME TO NIKE

Sabadell CREARMAS
Hub Empresa
CREATIVE RETAIL CONSULTING

1. Pantallas digitales



2. Automatización del pago



3. Puntos de información digitales



4. Códigos QR

BUY NOW!



4. Códigos QR



Scan for details!

5. Digitaliza tu cola

Nuestras carnes llegan a toda España en 24-72h



GARANTÍA RAZA NOSTRA

Te acompañamos en tus mejores momentos desde el año 1973.



TRANSPORTE EN FRÍO

Tu carnicería a domicilio con envíos en vehículos refrigerados entre 2°C y 8°C.



SERVICIO PERSONALIZADO

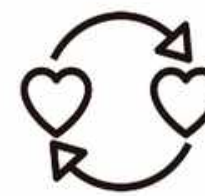
Prepararemos el pedido el mismo día siguiendo los protocolos de higiene y seguridad.



ENVÍOS EN 24 HORAS

Enviamos nuestras carnes en Madrid centro y norte en 24 horas y en 72 horas al resto de España.

[Información sobre portes](#)



CUIDAMOS EL DETALLE

Estamos encantados de hablar contigo para que nos digas como quieres que te preparemos el pedido.



MÁS INFORMACIÓN

Si quieres conocer más información accede a nuestras [Faq.s](#).

QUIERO CARNE ¡YA!

ENTRA EN NUESTRA CARNICERÍA ONLINE



RAZA NOSTRA. Madrid

Raza Nostra

B Sabadell
Hub Empresa

CREARMAS
CREATIVE RETAIL CONSULTING

04. ¿CÓMO PUEDO PEDIR TURNO DESDE CASA?

por razadmin | Abr 13, 2021 | 0 Comentarios

— 04. ¿CÓMO PUEDO PEDIR TURNO DESDE CASA?

Pide turno desde casa y ahórrate colas innecesarias siguiendo estos simple estos pasos:

1. Pide turno desde casa gracias a tu móvil escaneando el siguiente código QR



2. Selecciona Raza Nostra y recibirás un ticket electrónico en tu móvil
3. Cuando se acerque tu turno, dirígete al mercado y simplemente espera a ser atendido

6. WhatsApp Business



WHATSAPP BUSINESS
NUEVAS FUNCIONALIDADES
PARA TU NEGOCIO



3

¿CUÁL ES EL FUTURO DEL RETAIL?

¿CUÁL ES EL FUTURO DEL RETAIL?

Tienes que conectar con tus 2 perfiles de clientes:



Cliente OFF



Cliente ON

LA TIENDA HÍBRIDA

24/7 ON & OFF

EL FUTURO DEL RETAIL DEBE...

1. Conectar la tecnología con las personas
2. Cuidar la estética
3. Satisfacer los valores del nuevo consumidor

¿Qué estás haciendo para que tu cliente se lo pase bien?



CASA



TRABAJO



TERCER LUGAR

**LA TIENDA FÍSICA DEL FUTURO
ES LA QUE SE CONVIERTA EN EL
TERCER LUGAR**

Tu cliente se va a sentir en EL TERCER LUGAR si...

- 1 Espacio atractivo ESTETICA
- 2 Producto reclamo
- 3 Equipo empático
- 4 Conexión OFF-ON
- 5 Lugar con servicios del cliente de hoy
- 6 Me lo paso bien. Hay entretenimiento
- 7 El cliente tiene que participar en la tienda
- 8 La marca me hace sentir bien

FAO Schwarz





¿Cuál es el value
Retail de Brownie?

"THE THIRD PLACE"

HOME - WORK - BROWNIE

Café

Moda

Experiencias

Ocio

Sentirse bien

Compartir









PARTE II

COMO CREAR VALOR A LA TIENDA

¿Cuál es el valor de tu tienda?



EL ATRIBUTO

Por el cual el cliente se pondrá en acción para ir a aquellos establecimientos

LA DIFERENCIACIÓN

Superar las expectativas del cliente

LA DIFERENCIACIÓN

Superar las expectativas del cliente



INNOVACIÓN



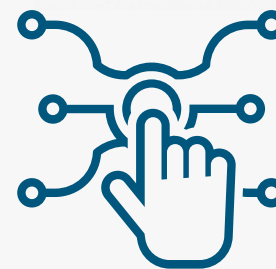
EXCLUSIVIDAD



EXCELENCIA



CALIDAD



TECNOLOGIA



PRECIO

EATALY

CASO EATALY

EATALY

EATALY. NEW YORK



SHARE YOUR
EATALY
EXPERIENCE
EATALY

JUICE BAR

WELCOME
TO
EATALY

“LIFE IS
TO
EAT AND DRINK
WELL.”

EATALY

EATALY. NEW YORK



EATALY. NEW YORK



EATALY. NEW YORK



EATALY. NEW YORK





EATALY. NEW YORK

LIEVITO MADRE
ACQUA
Farina 00
CRUSCA
Olio d'oliva

BELVEDERE di Eatery
UPSTAIRS SEATING

LA PANETTERIA
The Bakery
THE FLOUR
THE YEAST



1

¿CÓMO ANALIZO MI NEGOCIO?



Identifica tu CONCEPTO DE NEGOCIO

¿Qué hacemos?
¿Cómo lo hacemos?
¿Cómo lo queremos hacer?
¿Cómo nos ven?
¿Dónde queremos llegar?



¿VENDES?

¿TE COMPRAN?

EXPENDEDOR

- Espera a que le compren
- No se apasiona con la venta
- No aporta valor al cliente
- No se le echa de menos
- Puede ser cualquiera
- No es un profesional

VENDEDOR

- Asesora & ofrece soluciones al cliente
- Es decisivo con la venta
- Fideliza al cliente
- Aporta valor al cliente
- Le apasiona su trabajo
- Es un profesional

Superar siempre las expectativas del cliente

SER + PARECER

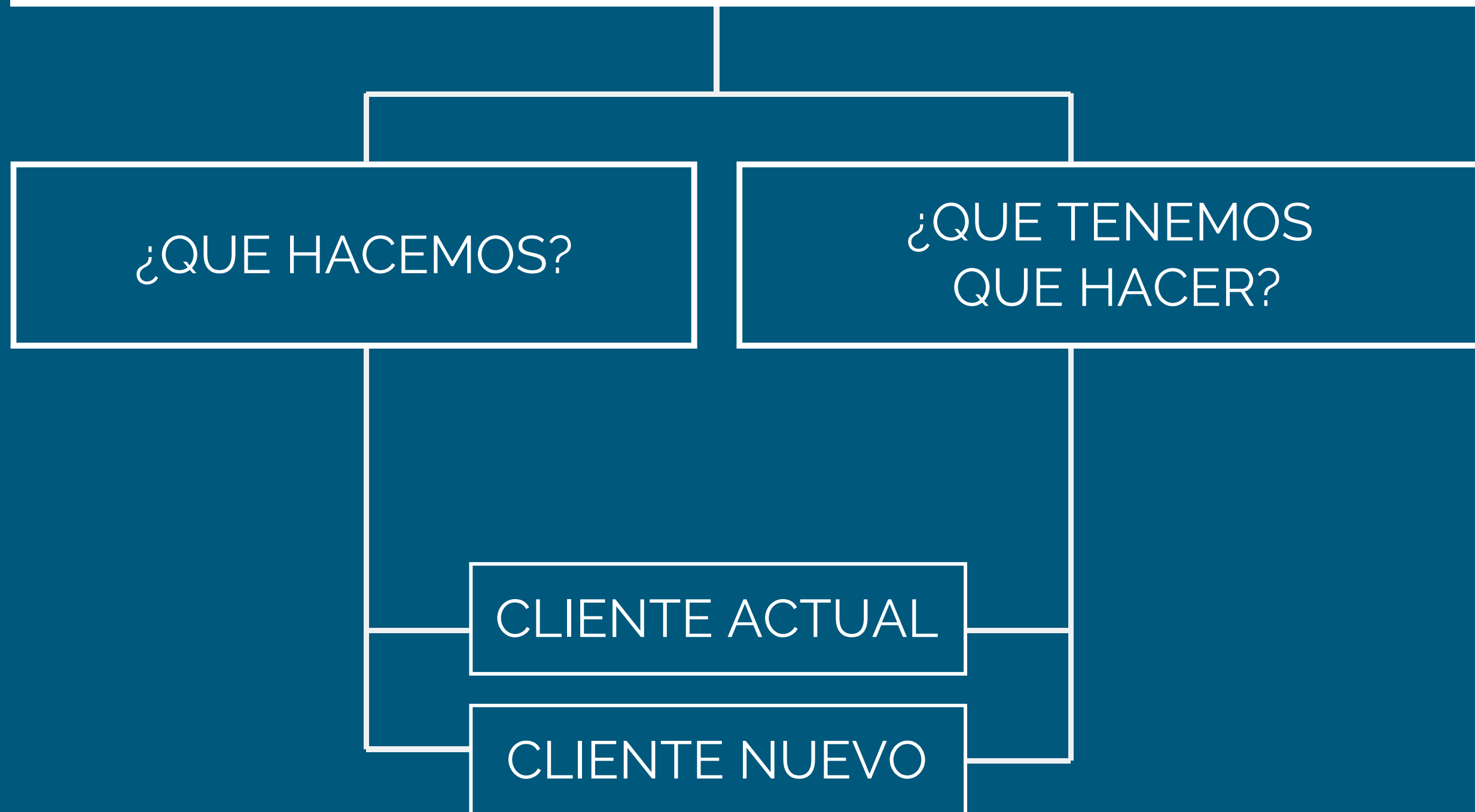
¡ El cliente es quien determina qué eres!

Orienta tu tienda al cliente



¿Qué valor das a tu cliente?

REFORMÚLA TU NUEVO VALOR



1 ¿Qué ofrecemos?

2 ¿Qué debemos mejorar?

3 ¿Qué espera el cliente de nosotros?



2

¿QUIÉN ES MI CLIENTE ACTUAL?

EVOLUCIÓN ESTRELLAS MICHELÍN EN ESPAÑA



1985

83 restaurantes con
estrellas michelín

2000

96 restaurantes con
estrellas michelín

2024

271 restaurantes con
estrellas michelín

5 GENERACIONES EN 1



Generación Silenciosa



Generación Baby Boom



Generación X



Generación Y



Generación Z

CONSUMIDOR POST COVID-19

INMEDIATEZ

EXPERIENCIAS

ESTÉTICA

COMODIDAD

SOSTENIBILIDAD

NUTRICIÓN

SALUD

PERSONALIZACIÓN

1. INMEDIATEZ



El cliente requiere adaptación y agilidad en todos los procesos de nuestra tienda (sea online o digital)

2. PERSONALIZACIÓN



Busca personalización y sentir que ha comprado algo único o especial

3. SOSTENIBILIDAD



El cliente busca que las marcas se comprometan con la sostenibilidad y el medio ambiente



Incluso algunas se han sumado a la tendencia del REFILL

4.COMODIDAD

Click
and
Collect



5. EXPERIENCIAS



5. EXPERIENCIAS



6. ESTÉTICA





3

ANALIZA TU NEGOCIO CON LAS 8P'S

Los factores de éxito de tu tienda



PLACE / ESPACIO



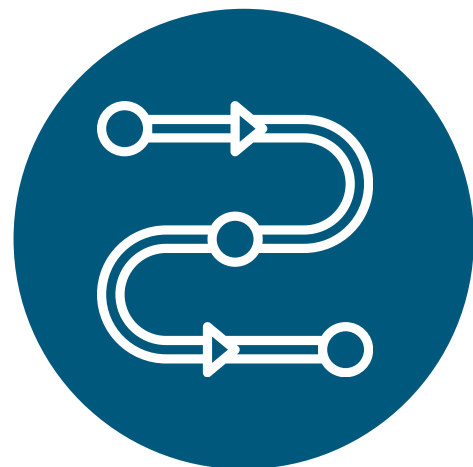
PRODUCTO



PERSONAS



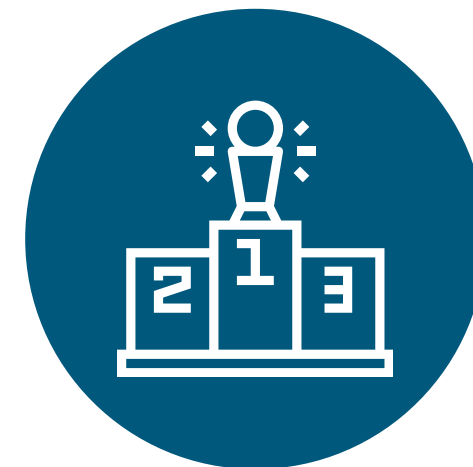
PRECIO



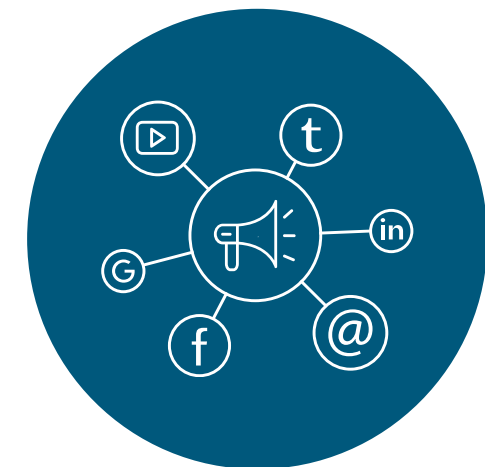
PROCESO



PROMOCIÓN



POSICIONAMIENTO



PHYGITAL

Los factores de éxito de tu tienda



PLACE / ESPACIO



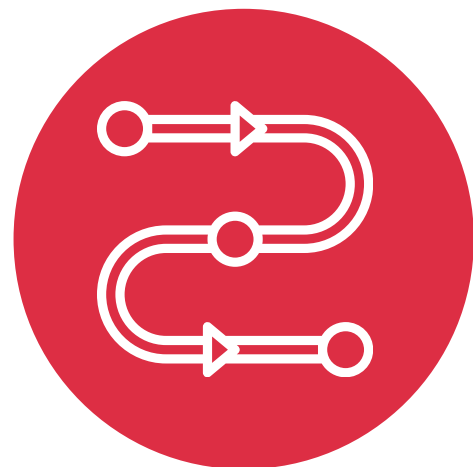
PRODUCTO



PERSONAS



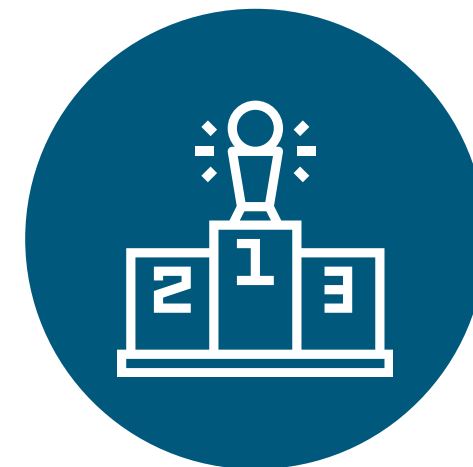
PRECIO



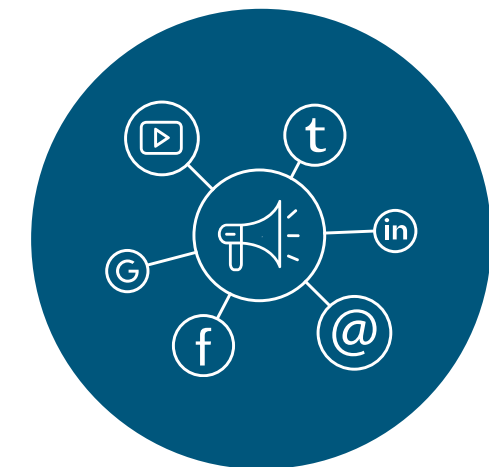
PROCESO



PROMOCIÓN



POSICIONAMIENTO



PHYGITAL



PLACE / ESPACIO



- ➔ Iluminación
- ➔ Orden
- ➔ Limpieza
- ➔ Señalización
- ➔ Comfort
- ➔ Actualización
- ➔ Coherencia

Iluminación & Orden



Limpieza

Señalización

CONGELADOS

Hielos

Fruta Congelada

Postres

Comfort



Actualización



Coherencia

Capil.lar

Corporati





PRODUCTO

¿Qué puntos tenemos que tener en cuenta?

Gama

Marcas

Variedad

Especialidad

Origen
Historia

Innovación del
producto

Packaging y
Embalaje

Información
del producto

¿Cuál es nuestro producto estrella?
¿Cuál es nuestro surtido?
¿Qué producto nos da imagen de marca?
¿Sabemos qué producto nos lleva clientes?



PERSONAS

¿QUÉ PUNTOS TENEMOS QUE TENER EN CUENTA?



- ➔ Amabilidad
- ➔ Cohesión
- ➔ Pasión
- ➔ Compenetración
- ➔ Imagen
- ➔ Perfiles
- ➔ Sonreír
- ➔ Conocimientos

Amabilidad & Pasión



Cohesión & Compenetración



Perfiles & Imagen



Conocimientos



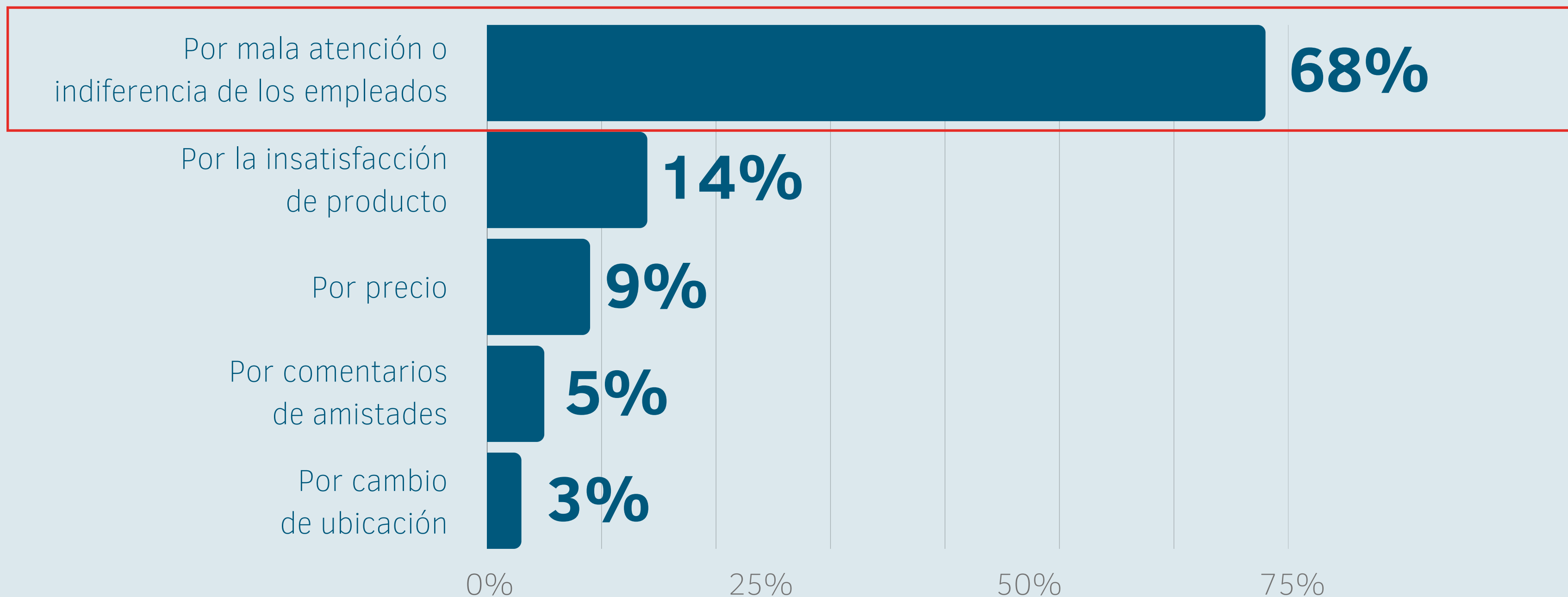
Sonrisas



¿Tenemos crisis de servicio?

El cliente es el jefe

¿CUÁLES CREES QUE SON LAS PRINCIPALES RAZONES POR LAS CUALES LOS CLIENTES SE VAN DE UNA TIENDA?





VENDEDOR/A SUPERESTRELLA

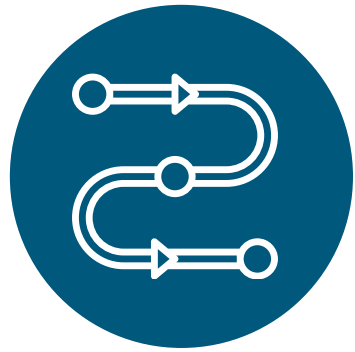
PASIÓN

+

ACTITUD

+

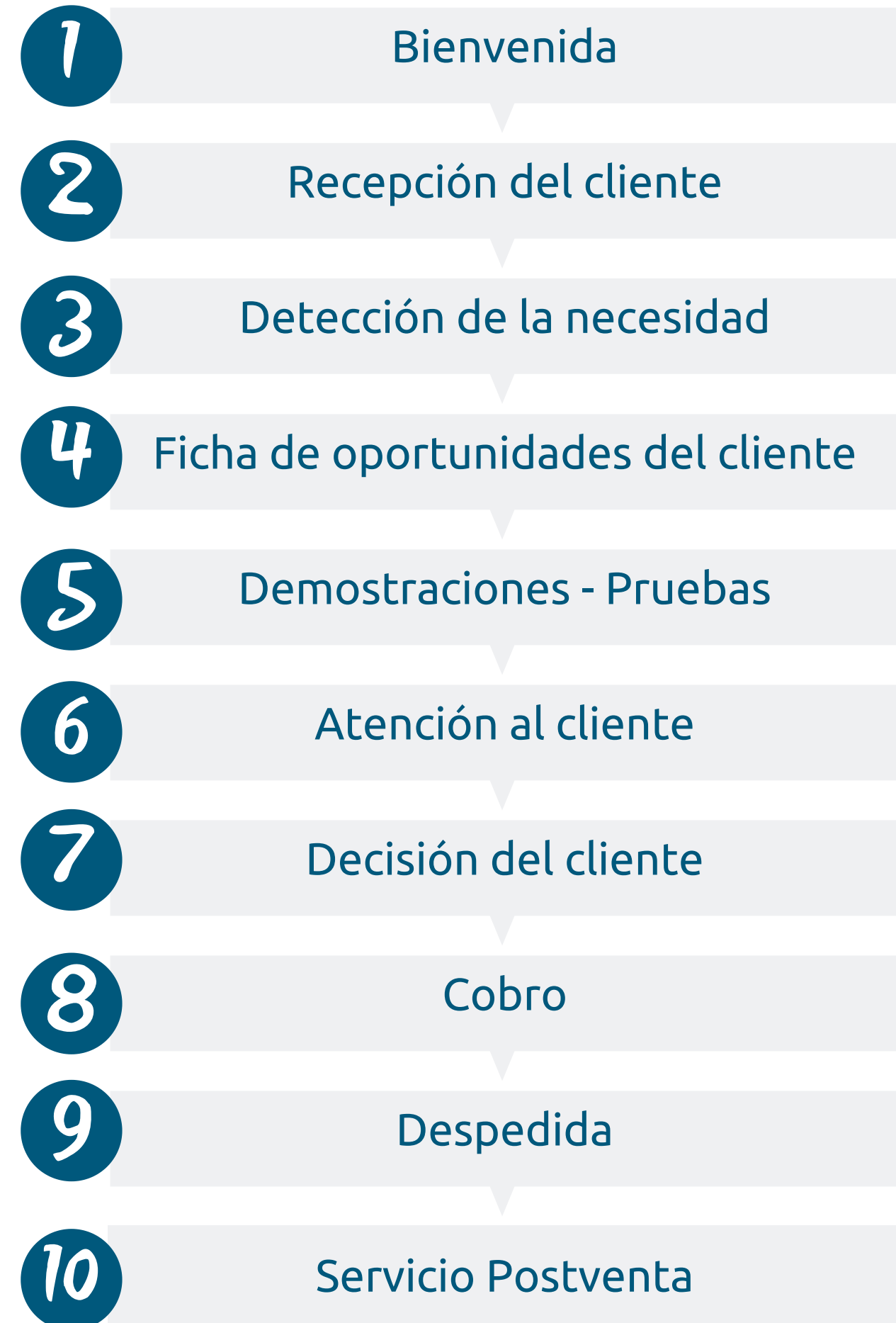
CONEXIÓN CON EL CLEINTE



PROCESO

Flujo de atención al cliente

¿Tienes todos los puntos controlados?



¿Cómo trabajamos el post-venta?
¿Tenemos un proceso establecido?
¿Damos servicios personalizados?
¿Hacemos servicios rápidos?
¿Cómo es la gestión de colas?

Cajas automáticas Lefties



Facilita el flujo de las cajas, pudiendo hacer el pago sin ayuda y obteniendo datos de los clientes para recaudar información y usarlo en futuras compras.

TPV Smart Comercios

Un TPV de nueva generación
con multitud de soluciones
para tu negocio



Permite la descarga
de aplicaciones
gratuitas para mejorar la
gestión de tu comercio

Envío del tique
de compra
**por WhatsApp,
e-mail o QR**

Servicio post
venta **24/7**
ágil y sencillo

Sabadell

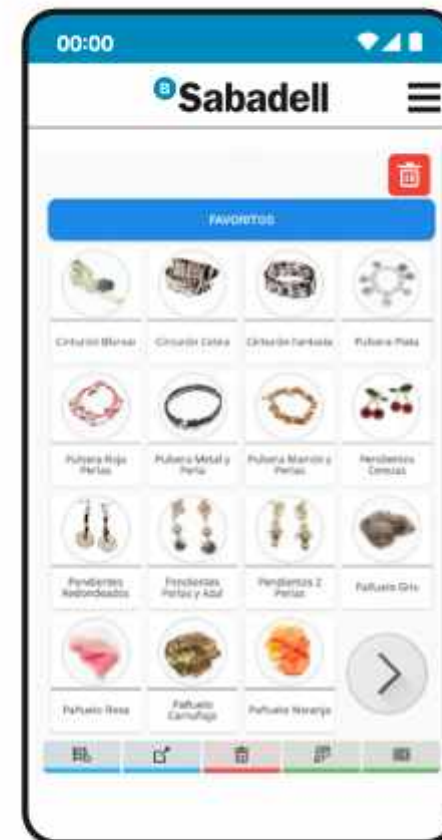
A veces no somos conscientes del potencial que tenemos dentro de la tienda, podemos aprovecharlo para fidelizar y conectar más con el cliente



Personalización de tique



Tax Free



Gestión de tienda FactoryPOS*



Encuesta de satisfacción



Redondeo solidario

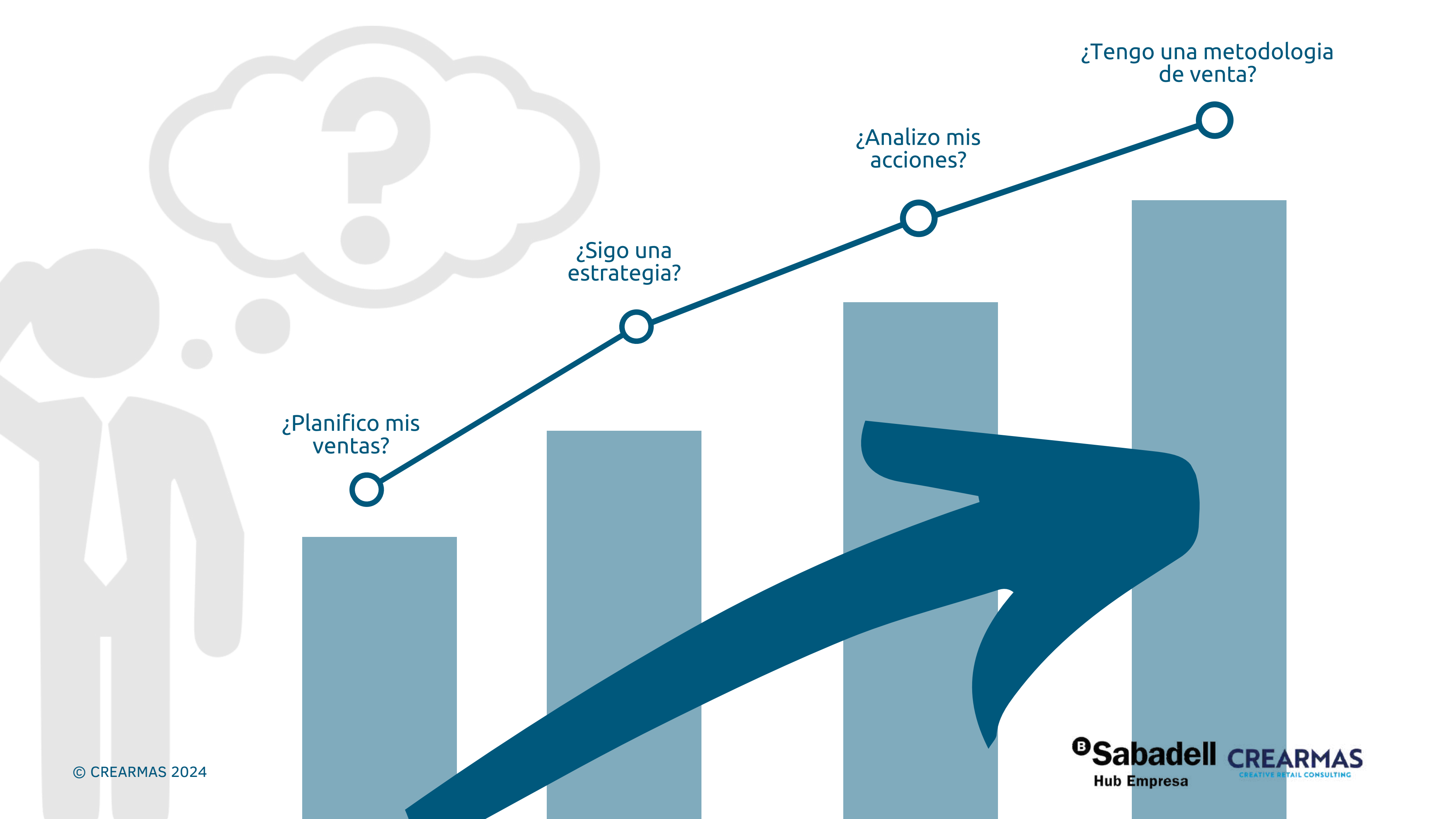


Gestor de propinas



4

¿CÓMO LIDERO MIS VENTAS?



¿Todos los vendedores/as saben
cuanto tienen que vender cada día?



5

¿CÓMO PODEMOS PONER OBJETIVOS?



SPECIFIC

MEASURABLE

ATTAINABLE

REALISTIC

TIME

ESPECÍFICO

MEDIBLE

ALCANZABLE

REALISTA

TIEMPO

"SIN METAS NO HAY RESULTADOS"

- 1 ¿Mido los objetivos?
- 2 ¿Con qué frecuencia hago un seguimiento?
- 3 ¿Mis objetivos personales superan los de mi empresa?
- 4 ¿Analizo la respuesta de los resultados?
- 5 ¿Qué hago para mejorar?



TIENDA

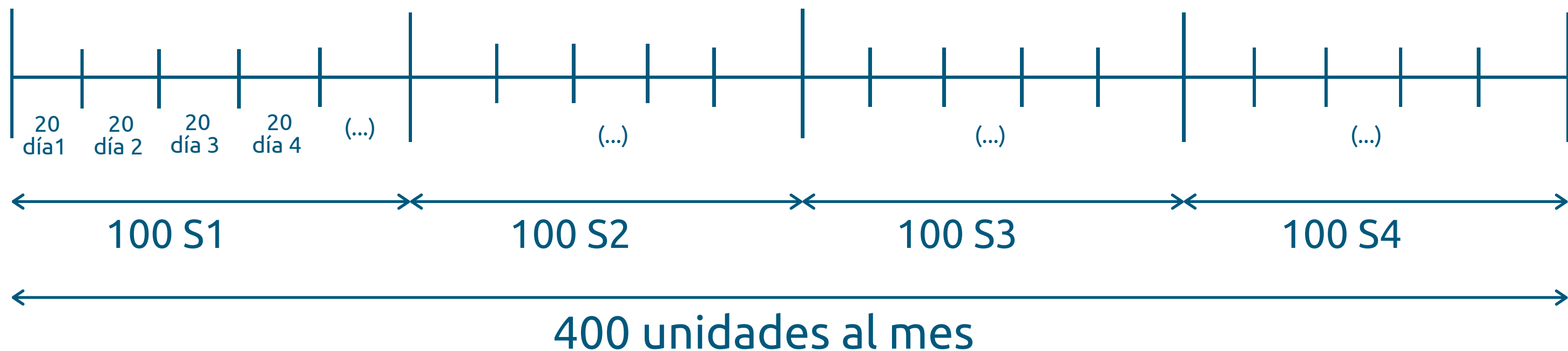


PERSONALES



Marca un objetivo general y divídelo en "Microobjetivos"

(* Ejemplo: Quiero vender 400 unidades al mes

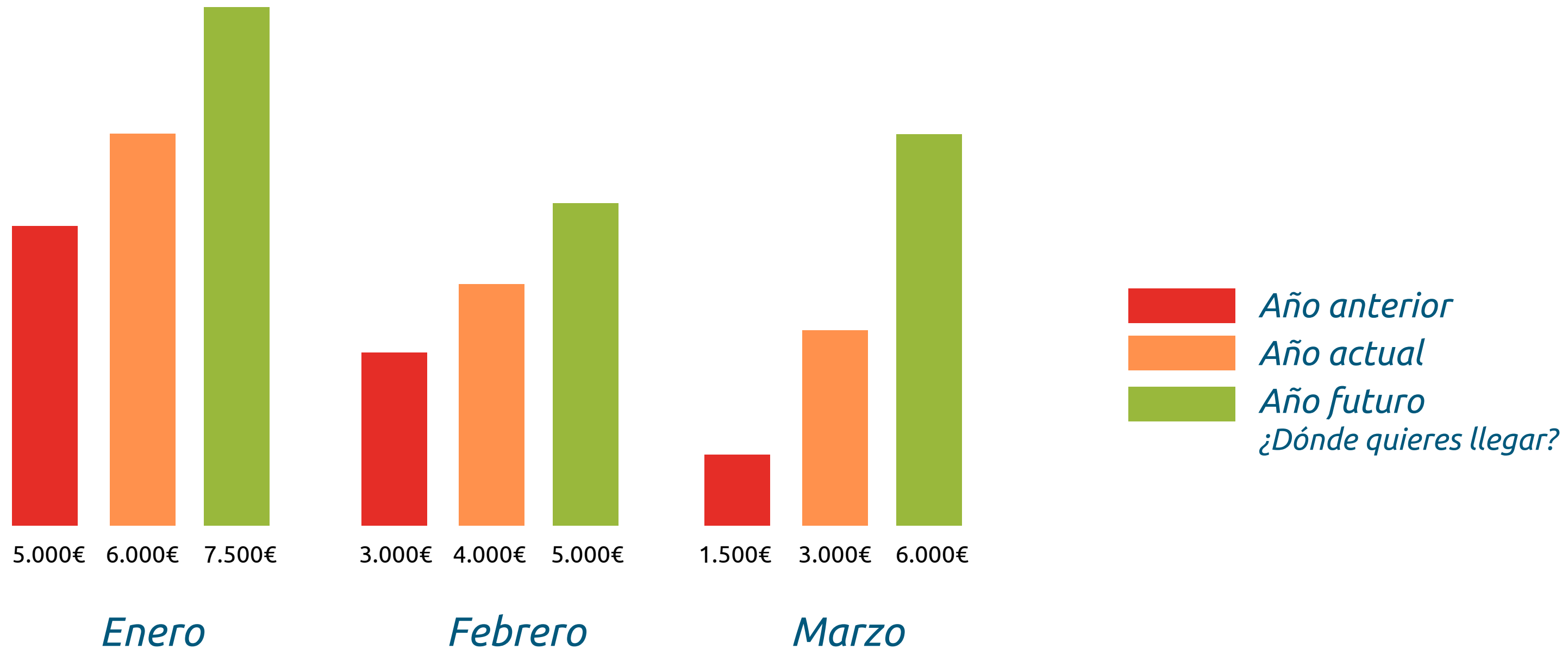


Es mucho más fácil alcanzar y controlar una estrategia de 20 unidades diarias que 400 unidades mensuales



Compara siempre con el año anterior

¿Dónde quieres llegar?



**"SIN METAS NO
HAY RESULTADOS"**

**"SIN DATOS NO
HAY INTELIGENCIA
ARTIFICIAL"**

1 ¿Qué datos tienes?

2 ¿Qué base de datos de clientes tienes?

3 ¿Qué base de datos de tus proveedores tienes?

4 ¿Qué historial tienes de tus ventas / compras?

5 ¿Cuántas encuestas realizas a tus clientes o proveedores?

"Hay que pasar del Big Data al SMALL DATA"

SMALL DATA

BIG DATA

DARK DATA



*“La venta no es una ciencia exacta,
y tenemos cada día la oportunidad
de romper la rutina para conseguir
nuestras metas”*

BY JORGE MAS



"LA TIENDA FÍSICA ESTÁ MÁS
VIVA QUE NUNCA, TIENES LA
OPORTUNIDAD
DE HACERLO POSIBLE 💡"

JORGE MAS

  @crearmas

  @jorgemas_retail

 [linkedin.com/in/jorge-mas-velasco](https://www.linkedin.com/in/jorge-mas-velasco)

"MUCHAS GRACIAS"

CREARMAS

CREATIVE RETAIL CONSULTING

crearmas.com

Avenida Diagonal 459, Principal

08036 Barcelona

crearmas@crearmas.com

