

“La digitalización y la experiencia de usuario en el retail ya no es opcional”

MANOLO VIDAL Country Manager Spain, Portugal y Andorra

La etiqueta electrónica hoy es el aliado ideal del retail para conectar con el consumidor, así como simplificar y optimizar drásticamente la exigente operativa en tienda y su rentabilidad

Pricer (Nasdaq: PCRBF) es una multinacional tecnológica sueca líder en soluciones tecnológicas de automatización y comunicación digital para el retail, que lleva desarrollando su actividad en España desde 2008.

La situación económica actual de inflación, un salario mínimo elevado y un consumidor exigente e hiperconectado, lleva a sus clientes (pequeños, grandes retailers y tiendas minoristas independientes) a innovar, digitalizarse y optimizar procesos para reducir costes y una mejor experiencia al consumidor que incentive la visita y compra en tienda. Manolo Vidal, de Pricer, explica como la digitalización impulsa la competitividad del retail en el punto de venta.

¿Cómo de importante es la digitalización para el retail actual?

La digitalización y el retail customer



experience (CX) ya no es opcional. Es decir, la actual inflación, sumada a un consumidor más informado y conectado hacen vital la innovación del retail con soluciones que den respuesta a la dinámica operativa presente en tienda, pero, también, que incentiven la interacción y gasto del consumidor, al mejorar su experiencia de compra.

Por eso, la digitalización, Internet de las cosas (IoT) y la Inteligencia Artificial (IA) hoy son una prioridad para el retail, y las soluciones de etiquetado electrónico de Pricer lideran este mercado.

¿Qué valor aportan las etiquetas electrónicas al retail y al consumidor?

Inicialmente, las [etiquetas electrónicas](#) se usaban para hacer cambios de precios inmediatos en tienda. Este sistema reduce mucho el coste de mano de obra en comparación con la gestión de

etiquetas de papel y multas de precios incorrectos. Hoy, las etiquetas electrónicas van mucho más allá. Además del gran beneficio operativo, son un vínculo dinámico entre el producto y el cliente. Y es que, no solo comunica el precio de manera fiable y transparente, sino que también permite cambios en tiempo real, tanto de precio, como también de campañas y promociones, información del producto, país de origen y mucho más. Por tanto, las etiquetas electrónicas también ofrecen un nuevo espacio publicitario clave para las marcas, incrementan ventas en tienda, reducen costes operativos y mejoran la experiencia del consumidor, algo que ayuda a generar interés por desplazarse a la tienda física y fidelizarlo.

Y en cuanto a la mejora en la operativa de tienda, ¿cómo es eso?

En realidad, son muchos los procesos del retail que pueden optimizarse con etiquetas electrónicas, por ejemplo, en la fijación dinámica de precios. Al pasar de gestión de precios manual a automatizada, libera tiempo al dependiente para tareas de mayor valor. Además, la actual inflación implica la gestión de precios más frecuente, así que cualquier ahorro tiene un gran impacto económico.

Otro caso es la gestión de inventarios de tienda. Los habituales procesos de abastecimiento automatizados se basan en entregas registradas, transacciones de caja y residuos registrados. En la práctica, esto produce muchos errores, por lo que el balance de inventario teórico es solo eso, teórico. Y, por tanto, obliga a invertir mucho tiempo conciliando el inventario potencialmente incorrecto. Sin embargo, el etiquetado electrónico elimina este hándicap, ya que permite el inventario en tiempo real.

Entiendo...

Además, las etiquetas electrónicas también son muy prácticas para procesos de Click & Collect de e-commerce y reposición de artículos. Es decir, al hacer un pedido online normalmente se pide recogida en una tienda cercana. Para que esto ocurra, el personal de tienda, junto a sus tareas habituales, debe preparar pedidos online, lo que según el sistema de picking puede ser laborioso, costoso e, incluso, requerir un concepto de dark store en tienda. Pero con la función Instant Flash de las etiquetas electrónicas de Pricer, el dependiente es guiado (mediante una PDA) con un mapa digital de los productos en tienda y, al acercarse al lineal donde hay un producto a recoger para un pedido o un artículo vendido a reponer, la etiqueta parpadea, facilitando

el proceso. Así, cualquier empleado, incluso sin experiencia, puede completar el picking y reposicionamiento de forma fácil y rápida. De hecho, este sistema demostró ser especialmente práctico, sólido y flexible en la pandemia COVID-19, en la que el retail necesitó reaccionar ante una demanda sin precedentes... Y dado el volumen de referencias que gestiona un retailer, cada ahorro de tiempo y costes tiene un gran impacto financiero.

Por último, las etiquetas electrónicas también ayudan a controlar el desperdicio alimentario: un tercio de los alimentos producidos nunca se consumen, con el coste económico y medioambiental que eso supone. Con las etiquetas electrónicas podemos verificar caducidades al momento y así aplicar automáticamente descuentos que incentiven su venta y evitar desecharlos.

En definitiva, las etiquetas electrónicas son un poderoso aliado en la gestión, operativa y rentabilidad del retail. Y, además, según datos del estudio [The Total Economic Impact de Pricer](#) llevado a cabo con Forrester Consulting en 2022, el etiquetado electrónico de Pricer es altamente rentable, ya que se amortiza en solo 18 meses.

¿Algún ejemplo de retailer que se esté beneficiando del etiquetado electrónico?

Pues en distribución alimentaria, por ejemplo, Covirán, Intermarché Portugal, E.Leclerc o Carrefour apuestan por nuestras soluciones. De hecho, el grupo Carrefour (cliente desde hace 20 años) ha renovado su confianza en nuestro etiquetado electrónico en exclusiva para los próximos 3 años en Francia, Bélgica, Italia, Rumania, Polonia y aquí, en España. Carrefour optimiza así áreas críticas como la gestión de precios, promociones, automatización y comunicación en tienda. Esta confianza, se basa en que somos el único proveedor de etiquetas electrónicas con baterías de larga duración con funcionalidad Instant Flash, y su respuesta, confiabilidad e interacción en tienda es incomparable con otras soluciones del mercado.

En otros verticales, como el farmacéutico, nuestras etiquetas electrónicas tienen integración directa con el software de farmacia Farmatic & Nixfarma (que ayudan en la gestión de farmacia) gracias a nuestro acuerdo con el Grupo Glintt para España y Portugal.

En definitiva, muchos retailers se han dado cuenta que las etiquetas electrónicas son el aliado ideal para conectar con el consumidor y optimizar su exigente gestión operativa y rentabilidad.

www.pricer.com



“Muchos retailers se han dado cuenta que las etiquetas electrónicas son el aliado ideal para conectar con el consumidor y optimizar su exigente gestión operativa y rentabilidad”