

BLOG TRENDTAIL: www.trendtail.com

nov 11

Retail Líquido



Escrito por // [Ana Berdié](#)



El 9 de noviembre 2011, estuvimos en Valencia en la 7ª jornada de:

TENDENCIAS DE CONSUMO y Oportunidades de Negocio

<http://www.pateco.es/nuevoDiseno/jornadaconsumo/2011/>

Twitter: #TConsumo2011

Organizada por La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, junto con la **Oficina Pateco - Comercio y Territorio** del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana, y la colaboración de la Generalitat Valenciana.

Oficina PATECO, nos invitó a RANDOM para hacer la primera ponencia, con un tema WOW. Nos enfrentábamos a hablar sobre algo que todos nos cuestionamos a día de hoy:

“Los consumidores y el retail en el proceso de cambio”



Estas son algunas de las ideas aportadas en nuestra presentación, que quizá pueden interesaros, de acuerdo a la opinión de parte de los asistentes y de la propia organización de la jornada:

1/ Nuestro contexto: Inmersos en el CAOS

4 crisis confluyen a nivel internacional.

Un **CONSUMIDOR ANÓMALO**: no consume, presa del pánico, la presión por el mañana y una actitud de agresividad. Un Consumidor Crítico y descreído; sobre todo frente a la comunicación de las Marcas.

El tsunami de la ERA DIGITAL, ha pillado desprevenidos a los altos Directivos (sobre todo en el sector FMCG)

2/ Nuestros clientes: aceptemos que ahora existen OTROS PARADIGMAS DE CONSUMO

Hay un antes y un después del 2009.

El consumidor **SÍ CONSUME**, pero con **otros valores y otros patrones de compra**. La mala noticia, es que entra menos en las TIENDAS. El reto es atraer al comprador a la **TIENDA FÍSICA**.

La buena noticia es que **NO TODO ES PRECIO**. Emergen productos, negocios, servicios,... que dan respuesta a este nuevo consumidor.

OPORTUNIDADES: para la tienda pasan por la segmentación y focalización. El concepto de tienda, el lifestyle, layout, ambientación, surtido, visual merchandising, ... deben estar orientados totalmente a nuestro Target.

Los INSATISFECHOS: un target ubicuo cuando somos clientes, compradores, usuarios, ... en cualquier momento puede saltar un click y pasamos a tener un bajo nivel de satisfacción e incluso riesgo de abandono o cambio de proveedor, tienda, etc...

3/ RETAIL LÍQUIDO. Y la TIENDA, ¿dónde queda?

Hemos tomado prestado el concepto análogo de Zygmunt **BAUMAN** (sociólogo y filósofo polaco) para dar nombre a la situación actual del RETAIL. Todo está en estado fluido, se mezcla, se entrecruza,... Nada es sólido y compartimentado, es un cambio y una infiltración continua. El on va AL off, el off va on. La tienda es on-off. La tienda es pop-up. La tienda cambia, se mueve en su interior. Las Marcas se verticalizan. Los servicios abren franquicias de tiendas.

La **flexibilidad** debe ser la actitud mental de los nuevos RETAILERS. Y también de las Marcas, ¿cierto?.

La tendencia actual es que **TODO SE TRANSFORMA EN RETAIL**.

El cambio en el comprador, es que el proceso de compra lineal ha quedado obsoleto. Hoy el Consumidor está en un proceso de compra continuo y casi permanente.

Finalmente, cerramos la ponencia de RANDOM con **4 DEMANDAS aún no bien cubiertas por la TIENDA física**. La tienda **SÍ** tiene su lugar en este bucle llamado **CUSTOMER LIFECYCLE**, pero espera más y mejor.