

Los éxitos del año en innovación digital

Amazon, Google, Starbucks o eBay cosechan los grandes éxitos en innovación.

Madrid, 2 de agosto de 2016.- La tecnología ha cambiado nuestra forma de comprar. Ya no soñamos con llegar a casa llenos de bolsas como Julia Roberts en Pretty Woman, ahora queremos comprar desde casa, sin pasar calor, sin hacer colas y sin dolor de pies. Por eso, el **sector retail se encuentra inmerso en una tendencia imparable de innovación digital en el que las empresas buscan nuevas fórmulas para que los clientes experimenten con sus productos y servicios.**



Por tercer año consecutivo, Retail Insider ha realizado en colaboración con [Webleyalty](#), líder internacional en estrategias de marketing online y soluciones para eCommerce, el [Informe de Innovaciones Digitales en el Sector Retail 2016](#) en el que pone de relieve, a través de su Top 50, alguno de los desarrollos tecnológicos más interesantes que

se están produciendo en el sector minorista. ¿Te gustaría ver una camiseta en una revista y comprártela a través de una fotografía? ¿O días regresar a la tienda a devolver prendas porque te has equivocado de talla? ¿Te gustaría que tu lavadora comprara sola el detergente que le falta o ir a una tienda y no tener que sacar ni las manos del bolsillo para pagar? Todo esto, ahora es posible.

El gigante online **Amazon es el rey en innovación. Amazon Echo** es el número uno de este ranking. Se trata de un altavoz inalámbrico controlado por voz que ha revolucionado los sistemas de sonido domésticos en todo el mundo. Es capaz de interactuar con la voz, reproducir música, hacer listas de tareas pendientes, pedidos de productos, configuración de alarmas, así como proporcionar el tiempo, el tráfico y otra información en tiempo real.

Google no se ha quedado atrás y ha sacado su **aplicación de Pago de Manos Libres**, que permite a los clientes de McDonalds y Papa John's, entre otros, hacer compras en los locales sin utilizar el teléfono ni la cartera. Los compradores crean un perfil con sus datos, entre los que se incluye una foto y una tarjeta de crédito/débito, y al realizar la compra el cajero confirma la identidad con las iniciales del cliente y la foto de perfil con una cámara situada en la tienda. ¡Se acabó llevar dinero!

Mobile Order & Pay de Starbucks ocupa el tercer puesto y permite a los clientes pedir comida y bebidas antes de llegar a la tienda y pagar a través de su dispositivo, que utiliza la tecnología GPS para determinar la tienda más cercana para el cliente y las rutas de pedidos.

¿Se ha acabado el detergente de la lavadora? No te preocupes: **Amazon Dash** se encarga. Gracias al Internet de las Cosas el servicio de Amazon Dash permite a los usuarios despreocuparse de controlar la despensa de productos cotidianos. La compañía se ha asociado con varios fabricantes de electrodomésticos, incluyendo GE y Whirlpool, para incorporar reordenación automática en sus productos, lo que permite que cuando el detergente se está agotando la lavadora realizará el pedido en Amazon a través de su aplicación de lavandería.

Por primera vez entra en este ránking **Deliveroo**, una startup que ha revolucionado la industria de las comidas con su servicio de bicicleta. Deliveroo es la perfecta opción para aquellos momentos en los que deseamos probar platos gourmets deliciosos sin tener que pisar la cocina.

Amazon vuelve a aparecer en el sexto puesto de la lista con **Amazon Logistics**. Con el objetivo de reducir su dependencia de las empresas de mensajería de terceros, la empresa ha alquilado 20 aviones Boeing 767 cargueros para su uso en los EE.UU. y en breve lo hará para operar en Europa.

En el séptimo lugar se encuentra la tienda online Fittery, que a través de su sistema de **FitMatch** asegura a los compradores encontrar la talla que buscan. Se acabó el devolver una prenda porque te queda pequeña. El usuario tiene que registrarse y ofrecer la información básica: el peso, la altura y las medidas de cintura, así como preferencias. Esta información se compara con los tamaños exactos de las prendas que se venden y proporcionan un nivel de precisión del 96,3 %.

Un puesto por debajo se encuentra la **Knitwear**, una tienda situada en Covent Garden (Londres), que ofrece a los clientes la posibilidad de diseñar una prenda de ropa de tejido de punto a través de una tableta. El sistema utiliza el mismo tipo de grandes máquinas de tejer industriales, sin embargo, lo ha implementado con una tecnología de software avanzado para permitir la alteración en la plantilla básica del archivo digital, de manera que los clientes pueden, de forma fácil y sencilla, personalizar su propia prenda. Se trata de una 'impresión 3D para la moda'.

Si alguna vez has visto una chaqueta que te ha enamorado en una revista, en un blog o en Instagram y te has preguntado dónde puedes comprártela, **Snap Fashion** es tu tienda. Simplemente con una fotografía, su tecnología de búsqueda visual puede encontrarlo rápidamente en su catálogo, ya que cuenta con las colecciones de más de 250 marcas y minoristas.

Por último, una alianza entre **eBay y Facebook** está resultando especialmente popular entre los consumidores. eBay está utilizando Facebook Messenger

para alertar a los compradores cuando una subasta de un artículo se está terminando, o informar de ofertas adicionales.

Las innovaciones fueron calificadas por un panel asesor compuesto de expertos analistas e investigadores de una serie de compañías, incluidas Burberry, Monsoon Accessorize, Shop Direct y Planet Retail. La puntuación se basó en cuatro criterios: la innovación, el potencial comercial, el potencial de influencia en el sector y el potencial de beneficio para los clientes.

Acerca de Webloyalty

Webloyalty España es la división regional de Webloyalty Internacional, presente en 9 países repartidos por la región EMEA, Latinoamérica y Oceanía. Fundada en 1999, pertenece a Affinion Group y cuenta con más de 170 partners eCommerce en todo el mundo. Con el objetivo de ofrecer un modelo eficaz y fácil de implementar, que permite a los partners la posibilidad de generar ingresos adicionales y fidelizar a sus clientes a través de comunidades de compradores online.

Para más información visita: www.webloyalty.es

Twitter: https://twitter.com/Webloyalty_ES



Media Contact:

- Yolanda Riber. F 91 2 772 218 – M 664 239 734. Yolanda.riber@eliteconexion.es
- Marta Zaballos. F 91 8 285 451 – M 664 384 894. Marta.zaballos@eliteconexion.es