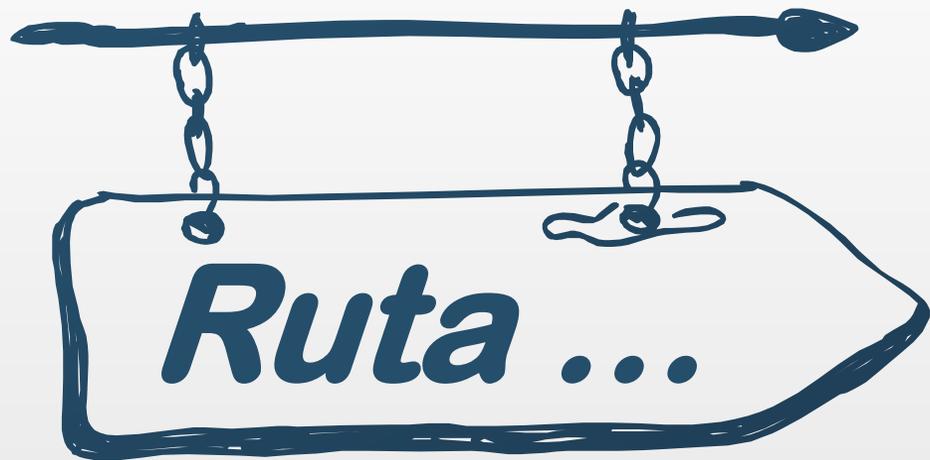


Retail DXTIVO: Laboratorio de nuevas tendencias



CONTEXTO



QUE BUSCAMOS

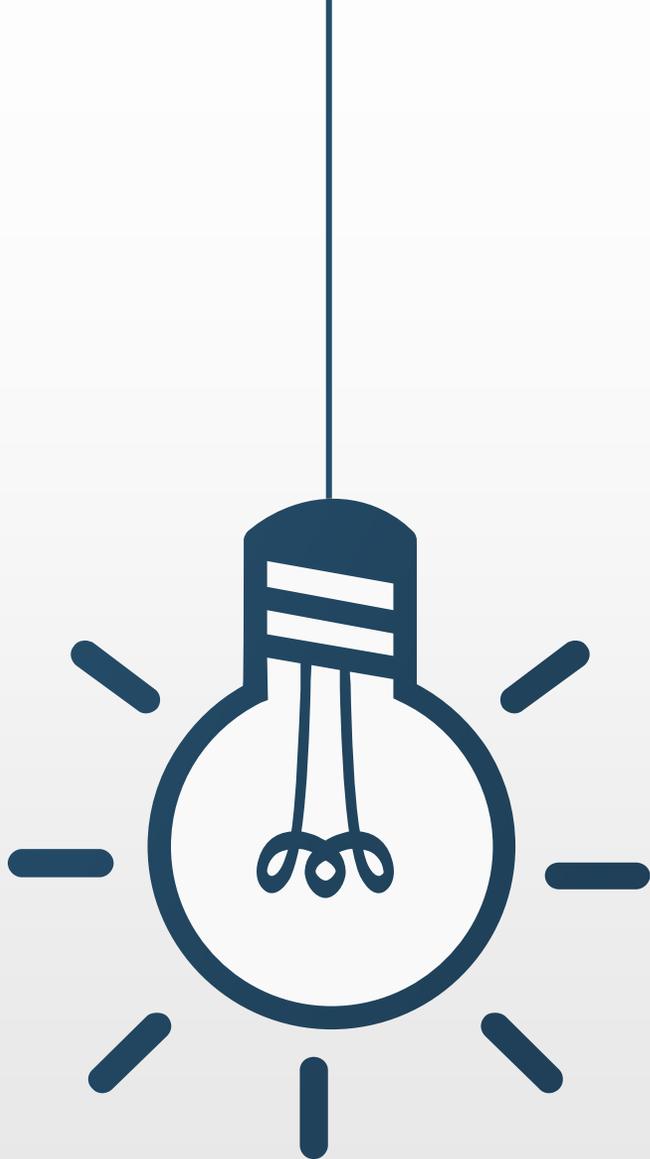


METODO



CONCLUSION





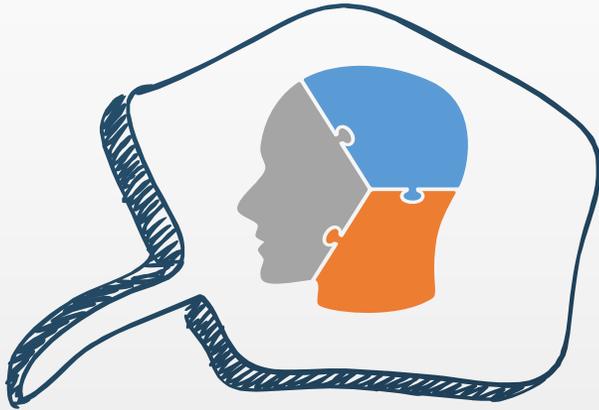
1

Contexto





Contexto



Triangulo de GESTORES

Administración.
Asociaciones, Clubes ...
Ámbito Privado



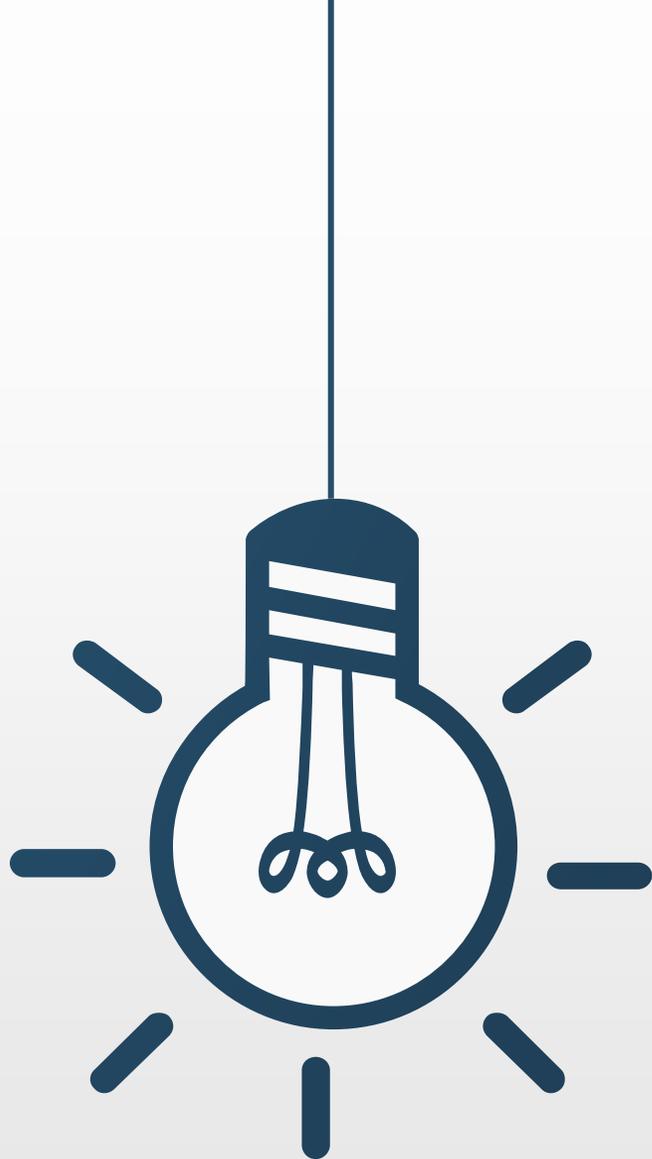
RETAIL

Todos Vendemos algo...



Laboratorio

La primera expresión
La TENDENCIA



2 Que Buscamos

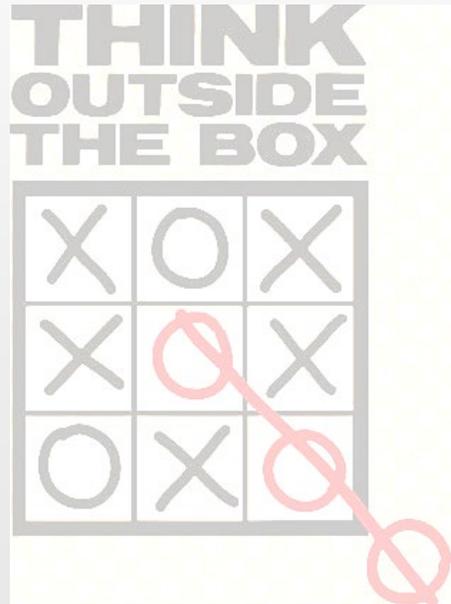




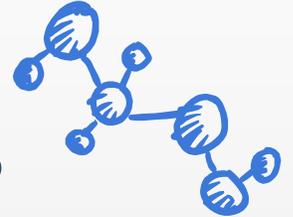
Que Buscamos



ACTITUD



FACTORES EXTERNOS



Modifican **HABITOS / PREFERENCIAS / USOS**



DIRECCION



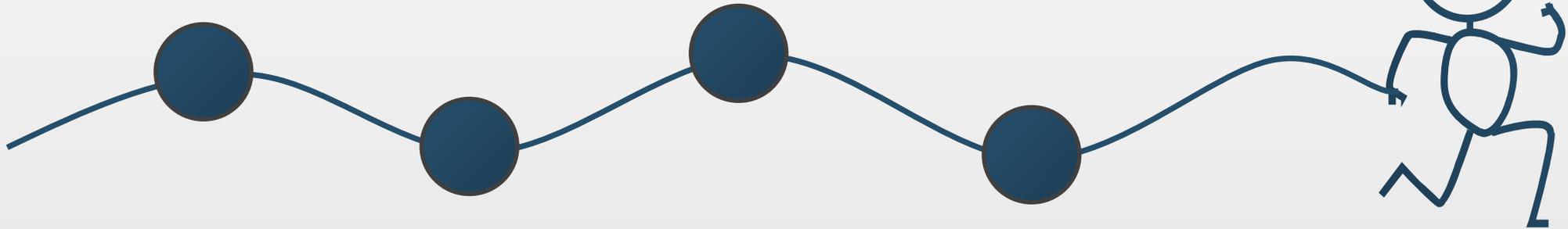
Personalización → **DTC.**

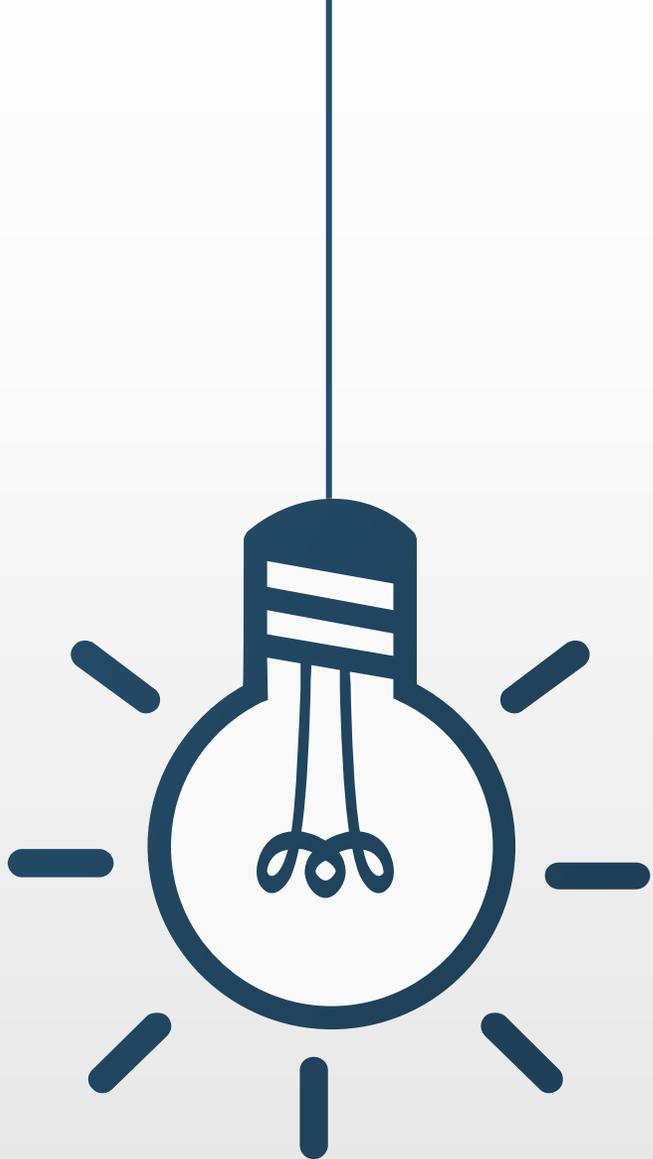


Que Buscamos



POTENCIAR LA EXPERIENCIA





3

El Método

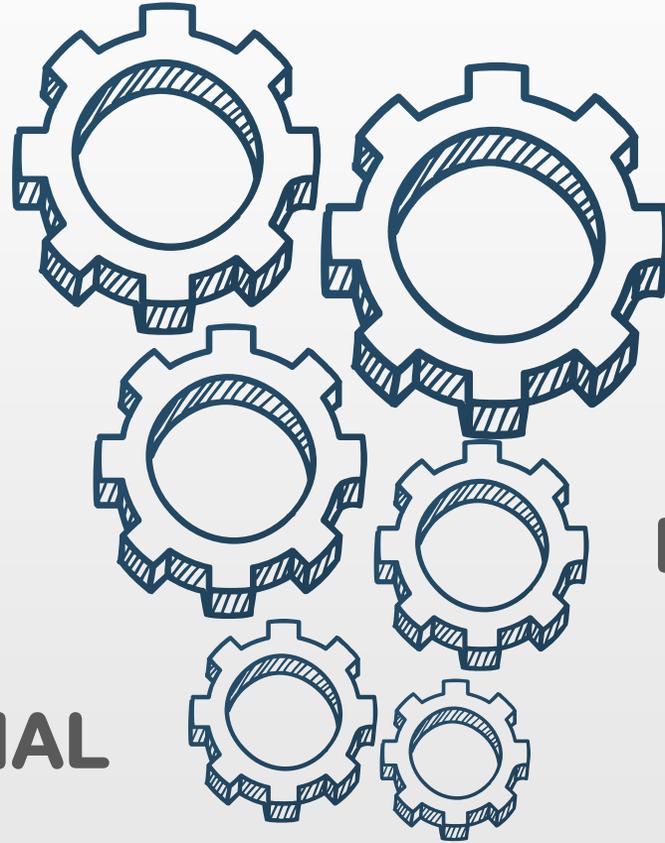




Método



POLITICO



TECNOLOGICO

ECONOMICO

ECOLOGICO

SOCIAL

LEGAL

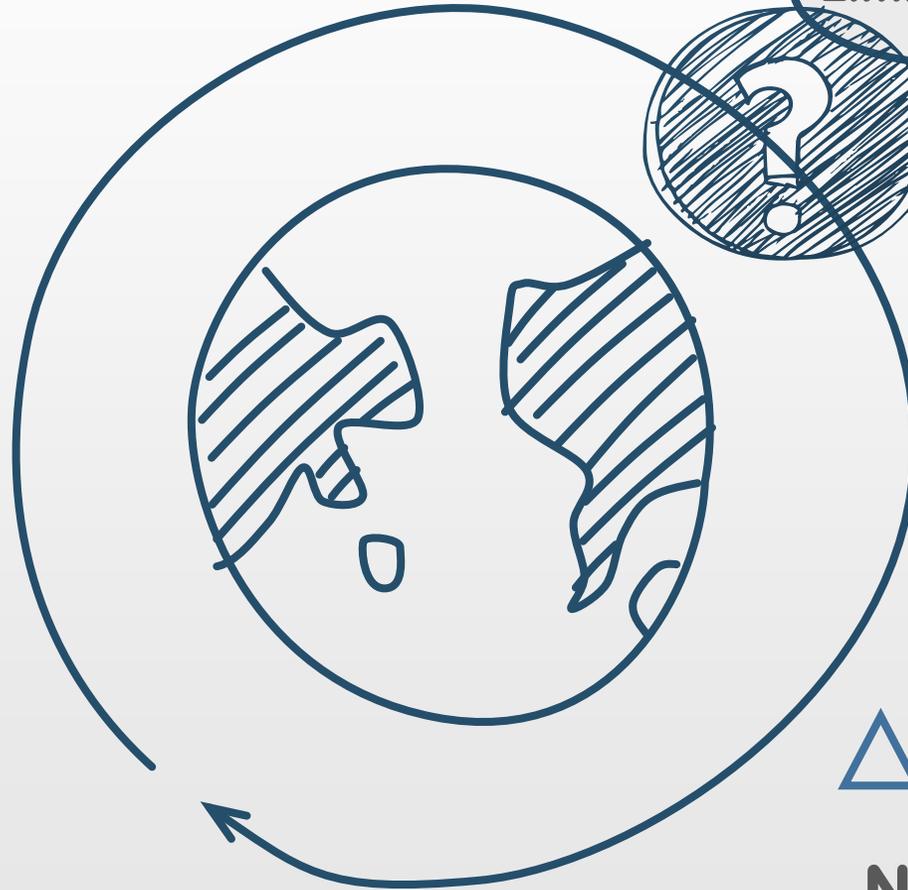


Método: Político...
Potenciar la Experiencia



**Mundo
Cambiante**

Limitaciones



Limitaciones ???

CAMBIAR

**Valorar la nueva
propuesta de cambio**

△ CLIENTES / USUARIOS

Nuevas EXPERIENCIAS



Método: Económico...
Potenciar la Experiencia



GENERADOR / ACELERADOR
...de tendencias



... DISRUPTIVAS



... ESTRUCTURALES



... COYUNTURALES



Método: Económico...
Potenciar la Experiencia



REPLANTEAMIENTO Y ADAPTACION
Nuevas EXPERIENCIAS



Método: Social...

Potenciar la Experiencia



ADAPTACION

80's



90's



00's



MACRO TENDENCIAS

- **Mujer nuevo consumidor**
- **Democratización de servicios.**
- **Diversidad**
- **Evolución curva edad.**

Nuevas EXPERIENCIAS



Método: Tecnológico...
Potenciar la Experiencia



SERVICIOS
Nuevas EXPERIENCIAS

Objetivo:
APODERARSE DE LA INTERLUCION
CON EL CLIENTE / USUARIO.



Membresía
BIG DATA



Clienteling
MOVIL



Click & Collect
JUST IN TIME



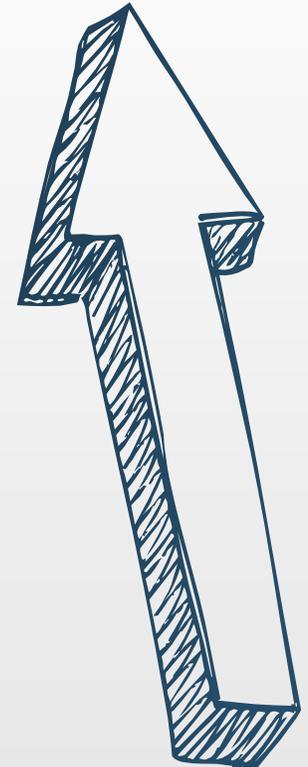
Self Checkout
AUTONOMIA



Market
Places

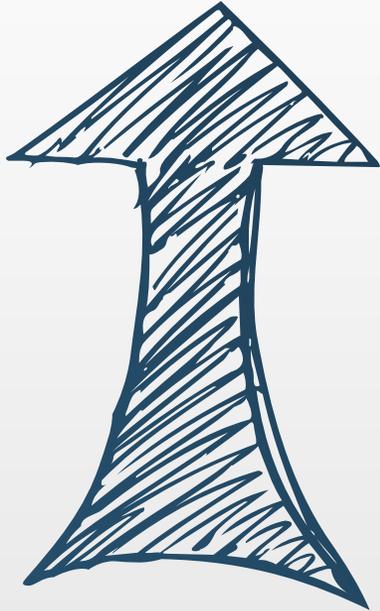


Realidad
Aumentada



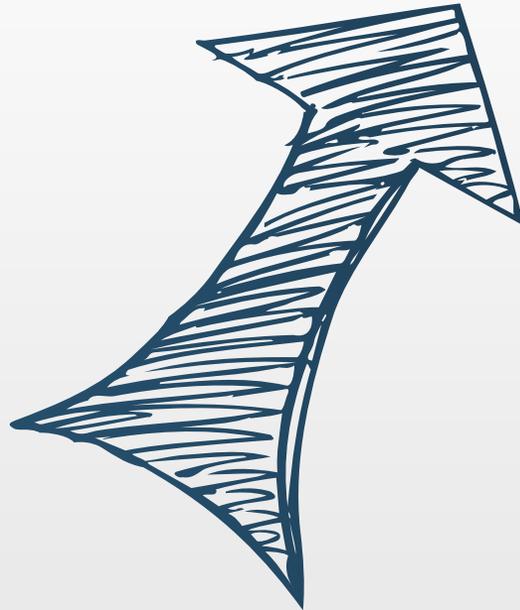


Método: Ecológico...
Potenciar la Experiencia

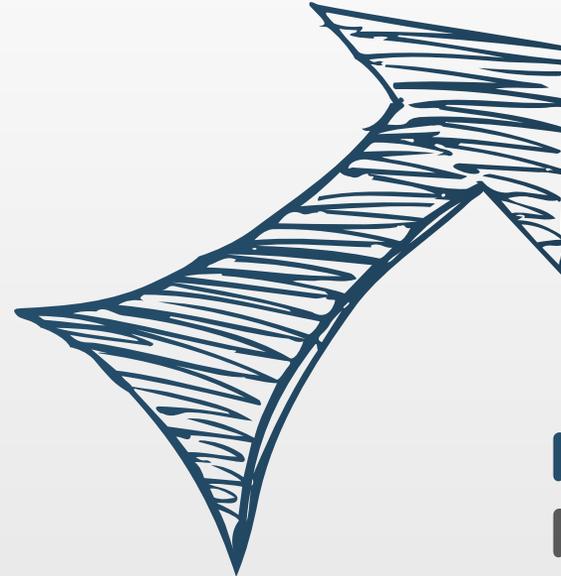


**NUEVA ERA DE
CONSUMIDORES**

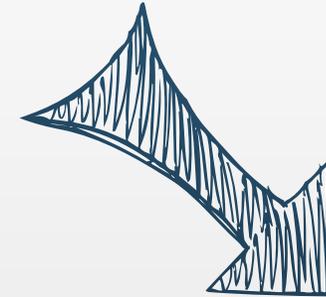
Sensibilizados



RSC



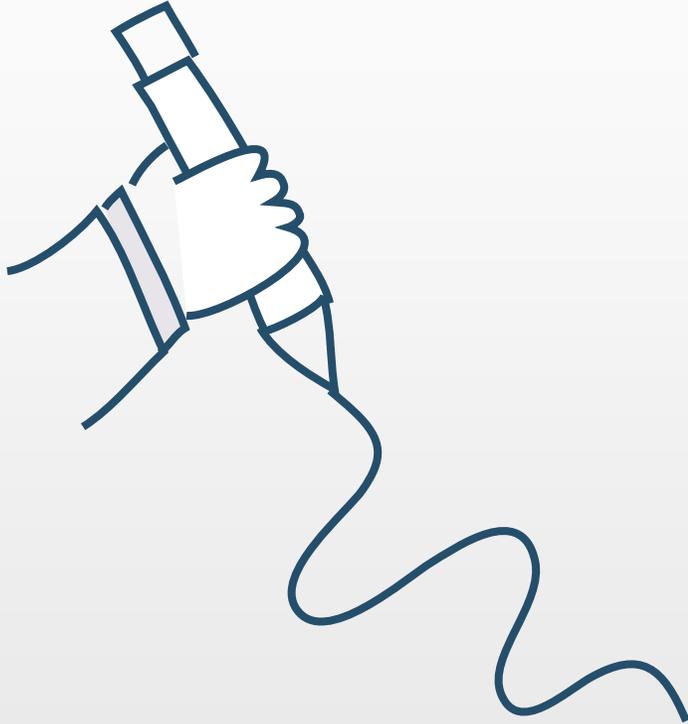
ACCION-REACCION



NUEVOS HABITOS
Nuevas EXPERIENCIAS



Método: Legal...
Potenciar la Experiencia



1

VALOR SEGURIDAD

2

VARIABLES VULNERABILIDAD

3

GRUPO DE PRESION

POTENCIAR NUEVAS EXPERIENCIAS...





4

Conclusión





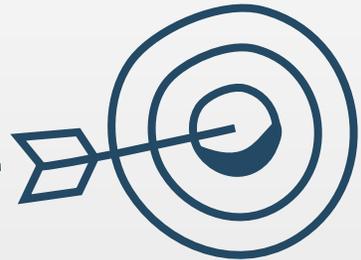
Conclusión



Contextualizar

Pensar en Método

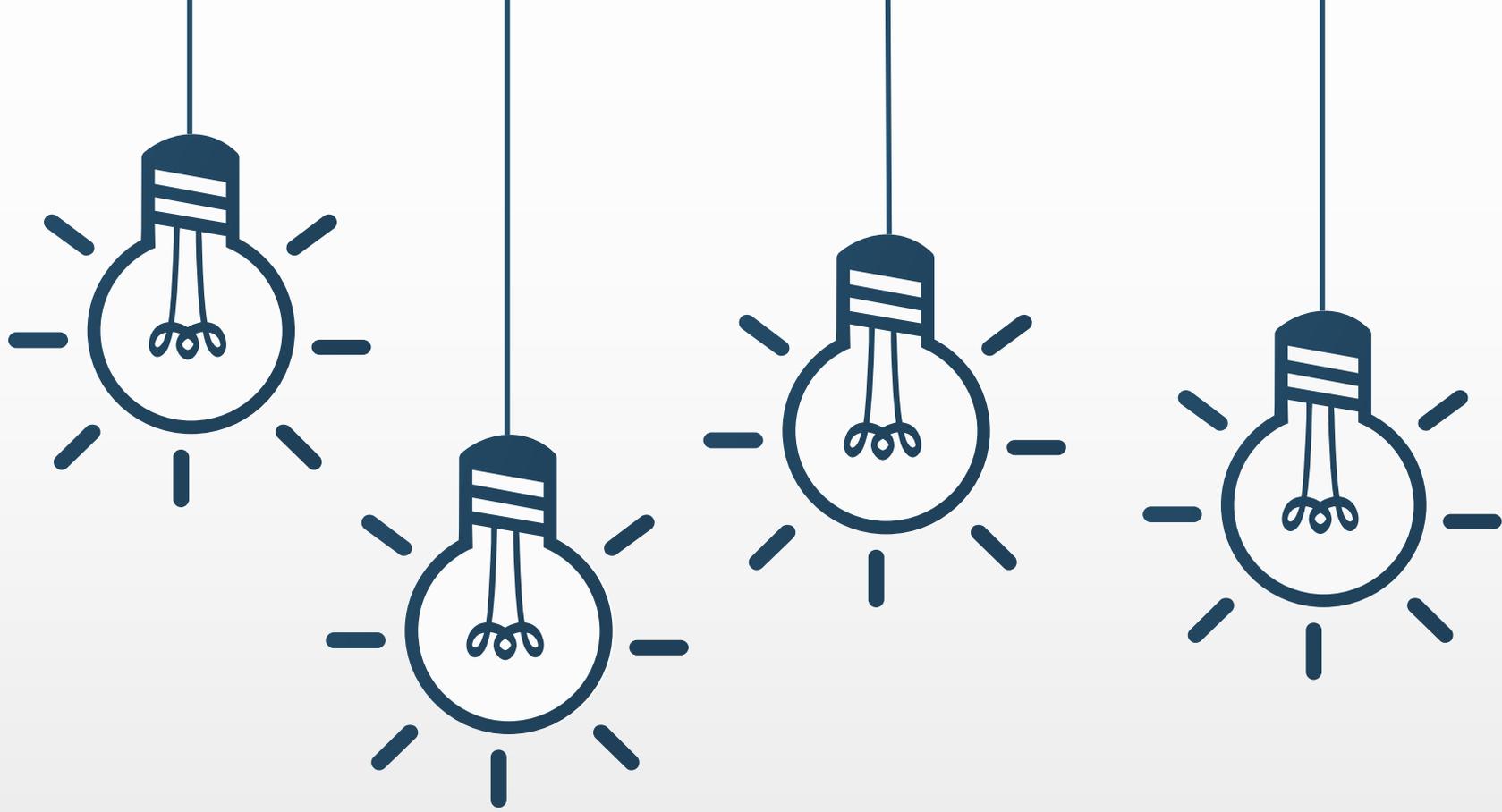
ADAPTACION para....



Identificar Factores
Externos

Todo va de PERSONAS
Clientes / Usuarios

**POTENCIAR NUEVAS
EXPERIENCIAS...**



Gracias ...

