



Buen Fin 2020: la apuesta a la omnicanalidad y al 'Pick & Collect' desde Waze

CIUDAD DE MÉXICO. 14 de octubre de 2020.- El Buen Fin 2020 llega con el reto para la industria minorista de establecer modelos de negocio que puedan integrar de forma correcta los puntos de venta digitales y físicos. Lo anterior ayudará a los comercios a establecer una presencia omnicanal que asegure al cliente una experiencia positiva, con posibilidades como comprar en línea y recoger en tienda.

Ser omnicanal, implica que el cliente pueda estar en contacto con el comercio a través de múltiples plataformas, tanto digitales como físicas, al mismo tiempo y siempre al centro de la operación sin que ésta se vea interrumpida. Que la tienda en línea, aparadores físicos, redes sociales, chatbots y comunicación telefónica, entre otras herramientas, se complementan y operen de la mano para ofrecer una atención fluida y eficiente a los clientes, es crucial si consideramos que según datos de la [Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#) 9 de cada 10 compradores piensan adquirir productos combinando el canal físico con el digital durante el Buen Fin de este año. En su mayoría, los mexicanos pretenden adquirir productos electrónicos (58%) y Moda (52%), seguido de Electrodomésticos (38%) y Muebles (35%).

Waze, la aplicación que alberga la red más grande de usuarios con 140 millones en la actualidad, es una herramienta muy útil para aquellas empresas que buscan integrar sus soluciones para crear una estructura omnicanal. ¿Cómo? A través de Waze Ads.

Estos anuncios, además de guiar al consumidor hacia las tiendas, tienen el objetivo de generar un valor para el consumidor. En el contexto del Buen Fin 2020 serán vitales para identificar los comercios con la modalidad de compra '**Pick & Collect**', un método cuyo valor radica en proteger al cliente del riesgo de contraer COVID-19, ya que consiste en adquirir los productos en línea y posteriormente acudir a la sucursal física a recogerlos, pero en un módulo especial y sin descender del automóvil.

De cara al Buen Fin 2020, y [de acuerdo con Ipsos](#), esta modalidad planea ser utilizada por el 47% de los mexicanos en esta temporada de compras. Datos de Waze señalan que las búsquedas de comercios con esta modalidad se incrementaron hasta 274% durante la pandemia.

Un ejemplo de lo anterior es [Liverpool](#) México, cadena de tiendas departamentales de mayor cobertura a lo largo del país, quien encontró en Waze al aliado ideal para dar a conocer su servicio llamado '**Click and Collect**'. Antes de poner en funcionamiento esta modalidad, la empresa tenía el reto de dar a conocer la existencia de este servicio. Para ello, fue fundamental la creación de un un anuncio en Waze que decía "*Compra en línea y recoge desde tu auto*". La



colocación de un ícono de Liverpool en Waze permitía al usuario visualizar en tiempo real cuál era la tienda más cercana y saber qué servicios estaban habilitados en esa sucursal. Con este anuncio, Liverpool consiguió 33 mil navegaciones directas de usuarios desde Waze hacia sus puntos de venta y creció el engagement hacia su marca un 35% comparado con campañas anteriores.

El éxito de esta campaña ayudó a diversificar las funciones de **'Click and Collect'** de Liverpool, ya que los clientes comenzaron a solicitar otro tipo de servicios, como devoluciones y gestión de créditos, en los módulos establecidos por la empresa.

Casos como este demuestran que los comercios deben dejar de pensar en un consumidor *offline* y *online* para enfocar sus esfuerzos hacia estrategias dirigidas a un comprador omnicanal impactado por distintas vías de contacto. Estudios de [Forrester](#) indican que un consumidor omnicanal puede gastar hasta 3 veces más que uno impactado por estrategias tradicionales, tanto en línea como en tienda física.

"Conseguir la omnicanalidad en un evento como el Buen Fin es crucial para enfrentar el reto de recuperarse del impacto económico que generó la pandemia, más aún contemplando que, se estima, el 57% de las empresas mexicanas lograrán reponerse por completo de los estragos del COVID-19 hasta 2022", indicó **Anasofía Sánchez Juárez, Directora General de Waze México**

Por ello, es fundamental que los negocios ofrezcan todas las herramientas posibles a los potenciales compradores para ayudarles a realizar sus compras sin exponerse a salir a las calles y evitar aglomeraciones, razones que motivan al 51% de los clientes a utilizar los canales digitales este Buen Fin según la AMVO.

###

Acerca de Waze

Waze alberga la red más grande de conductores, los cuales trabajan juntos diariamente para eludir el tráfico ahorrando tiempo y dinero. La *app* recomienda las rutas más rápidas con base en la conducción en tiempo real y la información proporcionada por millones de usuarios. **Waze** cambia la forma en que los conductores se mueven a través de actos cotidianos de cooperación. Para **Waze** las mejores soluciones de movilidad provienen de la tecnología, lo cual permite a las personas trabajar juntas. Desde desviaciones hasta ofertas relevantes de marcas favoritas, **Waze** es uno de los compañeros de manejo más completos en el mercado.



Para descargar de forma gratuita la *app* Waze para iOS o Android, visita:

<http://www.waze.com>

Para más información de la política de privacidad de Waze, visita:

<https://www.waze.com/legal/privacy>