



Apertura de una tienda de innovación para redefinir la experiencia de compra física en un mundo pos-COVID

Capgemini, SharpEnd y The Drum Labs anuncian la apertura de CornerShop, una tienda de innovación minorista del mañana, que explorará la transformación de las compras y la participación de los clientes en la «nueva normalidad»

Madrid, 12 de febrero de 2021. [Capgemini](#), en colaboración con [SharpEnd](#), la plataforma de experiencia conectada, y la plataforma global de medios [The Drum](#), lanza una nueva tienda de innovación minorista, [CornerShop](#). Ubicada en Londres, CornerShop ha sido diseñada como un entorno de pruebas en vivo para que marcas, minoristas y compradores puedan experimentar con las últimas tecnologías que reinventan la experiencia de compra, tanto de alimentos como de bebidas, cosméticos o moda. Los consumidores también podrán adquirir artículos directamente en la tienda.

Inspirado en el concepto tradicional de «tienda de barrio» británica, este nuevo enfoque, encabezado por [Capgemini Invent](#), la marca de innovación y diseño del Grupo Capgemini, apoyará a los minoristas y las marcas en su proceso de comprensión sobre cómo la innovación digital puede permitir nuevas formas de transformar la experiencia del cliente, mejorar las operaciones en la tienda y permitir a los consumidores redescubrir el placer del comercio minorista en persona, a través de nuevas y emocionantes opciones para participar y realizar compras. CornerShop se divide en cuatro secciones, y en cada una se exploran aspectos fundamentales de la experiencia de compra: la tienda automatizada, la tienda aumentada, la tienda específica y la tienda personalizada. Todo lo que se exhibe en CornerShop, desde los productos de la vida real hasta las últimas tecnologías, sin olvidar las experiencias personalizadas, se ha seleccionado sobre la base de los conocimientos recopilados de la investigación global profunda y el análisis de datos, así como a través de la experiencia real de Capgemini para abordar los desafíos a los que se enfrentan los clientes, y los clientes de estos últimos, todos los días. CornerShop seguirá evolucionando e introduciendo conceptos tecnológicos más innovadores para adaptarse a las necesidades cambiantes de los minoristas y las marcas. La tienda también permitirá a los visitantes interactuar con las diferentes tecnologías y comprar productos de varias marcas.

Con respecto a la apertura de la tienda, **Steve Hewett, jefe de experiencia de clientes minoristas en Capgemini Invent**, dice: *«Aunque el impacto a largo plazo de la pandemia en las tiendas minoristas aún no se ha revelado completamente, los eventos del año pasado han intensificado radicalmente las necesidades de los minoristas de redefinir el propósito y la experiencia de la tienda y su conexión con el ecosistema digital en constante cambio en el que los clientes participan y compran. Esto significa que nunca ha sido más necesario construir las capacidades digitales necesarias para formar la base de una nueva realidad de las compras. Esto es solo una muestra de lo que las tiendas del futuro nos deparan.*

CornerShop ha sido especialmente diseñada para dar vida a las tecnologías más innovadoras y demostrar cómo pueden combinar lo físico y lo digital para crear una experiencia in situ perfecta y diferenciada».

Rob Hollands, director general de SharpEnd añade: «A medida que el cambio en los comportamientos de compra de los consumidores continúa acelerándose, las marcas deben encontrar nuevas formas de conectarse, ofrecer experiencias relevantes y atractivas e impulsar la lealtad. Desde probadores virtuales hasta envases conectados, hemos creado un entorno que permite a las marcas y minoristas explorar las tecnologías que proporcionan la experiencia de cliente más atractiva y la opción de comprar e interactuar de la manera que mejor se adapte a las necesidades individuales. CornerShop tiene como objetivo ayudar a las marcas y a los minoristas a impulsar su transformación más allá y más rápido, explorar las últimas tecnologías y probar y aprender rápidamente con los consumidores reales, en el mundo real».

Una nueva experiencia de compra con un móvil como control remoto

En cuanto un visitante entra en la tienda, su teléfono móvil se convierte en la experiencia de venta al por menor de control remoto, guiándolos a través del espacio, lo que les permite interactuar con los nuevos conceptos de compra y experiencias que se ofrecen, y proporcionando información sobre las tecnologías aprovechadas, como el aprendizaje automático (ML), la realidad aumentada (AR), la visión por ordenador, la tecnología LiDAR y la fotogrametría. Algunas de las experiencias de compra que actualmente se están probando en la tienda son:

- **Tienda personalizada:** mediante el uso de tecnologías de ubicación basadas en Bluetooth, los clientes recibirán una bienvenida con una experiencia personalizada cuando entren en la tienda, y tendrán la capacidad de personalizar el espacio físico según sus preferencias cambiando las ilustraciones que se muestran en las paredes y en las pantallas en la tienda, que saludarían a los clientes usando su nombre y avatares virtuales.
- **Probador virtual:** esta solución explora cómo los usuarios pueden crear su gemelo digital y luego ver cómo les quedan los productos sin probárselos físicamente. Cuando un artículo está disponible en la pantalla virtual, la visión por ordenador y la RFID identifican el producto, lo convierten en una imagen digital y lo asignan al consumidor en un espejo inteligente de longitud completa.
- **Compra de productos procedentes del huerto vertical de la tienda:** los clientes podrán consultar y comprar los productos frescos que se muestran en las paredes de CornerShop y que se han cultivado en la tienda utilizando lo último en tecnologías de agricultura vertical inteligente. Los clientes podrán seleccionar solo lo que necesiten, evitando así el desperdicio de alimentos y el embalaje excesivo.
- **Orientación de compra intencionada:** a través de una combinación de la aplicación móvil CornerShop, embalaje conectado, AR y pantallas digitales, los clientes podrán compartir sus necesidades individuales, preferencias, intolerancias y objetivos de sostenibilidad, que la tienda utilizará para guiarlos hacia los productos adecuados para cumplir sus objetivos a través de la búsqueda de recorridos, filtrado inteligente y recomendaciones y perspectivas de productos relevantes.

- **Automatización del distanciamiento social:** las cámaras y la visión por ordenador podrán medir el distanciamiento social en la tienda y garantizar las regulaciones, ayudando al personal de la tienda a mantener la seguridad del cliente.
- **Tienda dotada de sentidos:** CornerShop permite a los clientes conservar el control de sus datos con una sólida gobernanza de datos, seguridad e integración a una plataforma de datos central que, combinada con tecnologías de seguimiento de sensores, como balizas, dispositivos NFC y análisis de cámara, adaptan la experiencia de la tienda a los clientes y generan información procesable sobre los clientes y su comportamiento en la tienda. Esta información es accesible de forma anónima para todos en la tienda, para saber lo que la tienda aprende.

Además de la experiencia comercial real, CornerShop también albergará un bar completamente sin contacto, que sirve café, aperitivos de autoservicio y contenido inspirador para que los visitantes se entretengan.

Gordon Young, fundador de The Drum, concluye así: *«La pandemia ha provocado una crisis en el sector minorista. Contra todo pronóstico, hemos lanzado Cornershop en medio del confinamiento para demostrar a las marcas y minoristas que hay soluciones inspiradoras disponibles. Estamos deseando mostrar nuevas experiencias, innovación en la industria y tecnologías pioneras que puedan ayudar a los minoristas no solo a sobrevivir, sino a prosperar en el mundo pospandémico».*

La tienda está lista para albergar visitas virtuales y dará la bienvenida a los visitantes en persona en un futuro próximo, conforme a las medidas del Gobierno.

Nota para los editores:

Para solicitar un tour virtual de CornerShop, póngase en contacto con CapgeminiUK@we-worldwide.com.

Sobre Capgemini

Capgemini es un líder mundial en consultoría, transformación digital, tecnología y servicios de ingeniería. El Grupo está a la vanguardia de la innovación para abordar todas las oportunidades de los clientes en el mundo en constante evolución de la nube y las plataformas digitales. Basándose en su sólida herencia de 50 años y su profunda experiencia en la industria, Capgemini permite a las organizaciones realizar sus ambiciones empresariales a través de una serie de servicios que van desde la estrategia hasta las operaciones. Una empresa responsable y multicultural compuesta por 265 000 personas en casi 50 países; el objetivo de Capgemini es desencadenar el potencial de la energía humana a través de la tecnología para un futuro inclusivo y sostenible. Junto con Altran, el Grupo declaró unos ingresos globales combinados de 17 000 millones de euros en 2019.

Visítenos en capgemini.com/es-es/

Acerca de SharpEnd

SharpEnd es una agencia de consumo conectada y especialista en IoT, que ofrece nuevas plataformas atractivas en los sectores de la moda, la belleza, las bebidas y los embalajes. SharpEnd crea una ventaja competitiva para las marcas a través de la experiencia creativa y su plataforma de venta al por menor, productos y embalajes conectados, IoT, proporcionando datos e información sobre los consumidores en tiempo real. SharpEnd ha fundado CornerShop para desplazar el espacio de innovación fuera de las oficinas de clientes o agencias y dejar que se asome al mundo real.

Acerca de The Drum Labs

The Drum Labs es un espacio de innovación de tres plantas, hogar de las marcas más innovadoras, diseñadores de productos y minoristas que muestran lo último en transformación digital a la audiencia global de los vendedores y consumidores de The Drum. Este lugar multiusos en el barrio londinense de Shoreditch no solo cuenta con una tienda del futuro, sino un espacio de exposición adaptable dedicado a mostrar cómo la vida, el trabajo y el juego están experimentando grandes transformaciones derivadas de la revolución digital. Visite www.labs.thedrum.com

Contacto de prensa:

Capgemini: Vicki Fudge

Vicki.fudge@capgemini.com

SharpEnd: Lucy Werner

lucy@thewern.com

The Drum Labs: Cameron Clarke

cameron.clarke@thedrum.com