

Compras inmersivas con realidad virtual y aumentada transformarán el retail

Los negocios se están adaptando a importantes cambios. Es así que, a dos años de la crisis sanitaria, las compras inmersivas van ganando terreno en el sector retail. Esto a través del empleo de la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) para las compras en la industria retail.

Así lo manifestó el CEO en CX Solutions, Raúl Luyo, durante su participación en el *VII Foro Internacional Retail 2022: Retail Resilience* que organizó el Gremio Retail y Distribución de la Cámara de Comercio de Lima.

“El comercio inmersivo es una actualización del comercio electrónico regular. No hablamos de una nueva versión del e-commerce, sino de una mejora o extensión”, comentó.

Precisó que estas aplicaciones de nuevas tecnologías se han incentivado en los últimos años en un contexto de pandemia donde se aplicó múltiples restricciones.

Experiencia de compra

Ante dicho contexto, las empresas del sector retail han replanteado sus estrategias de ventas virando hacia el uso de

la realidad virtual y aumentada pues les ha permitido mejorar la experiencia de compra de los usuarios que ven en estas prácticas inmersivas como una alternativa que va más allá de las plataformas virtuales y aplicativos.

“Actualmente diversas marcas vienen implementando estas nuevas tecnologías, convirtiéndose en grandes aliadas para la transformación del sector retail. Los clientes, hoy más exigentes, al usarlas sienten una atención más personal en la experiencia de compra, las mismas que deben ser únicas e impecables”, expresó.

Añadió que las experiencias de compra inmersivas también ayuda a las empresas a aumentar sus ventajas competitivas logrando incluso superar a sus rivales de mercado.

“La venta retail *inmersiva* da a la marca una imagen positiva y más clientes recurrentes; también genera mayores volúmenes de ventas, mayor valor promedio del ticket, y mejora la tasa de conversión con tasas de retornos más bajos”, anotó.