

# ENCUENTROS EMPRESARIALES EN-CLAVE DE INNOVACIÓN



INNOVACIÓN



AGRICULTURA



COMERCIO



CALZADO



TURISMO



ARTESANÍA FESTERA

# COMERCIO



***LA EVOLUCIÓN  
DE LA INNOVACIÓN  
EN EL COMERCIO.***

***Cristina Gaona***



**GABINETE**

**PROMOCIÓN  
DESARROLLO**



M.I. AYUNTAMIENTO DE  
**VILLENA**

**VILLENA**  
FORTALEZA MEDITERRÁNEA

**#VillenaInnova**

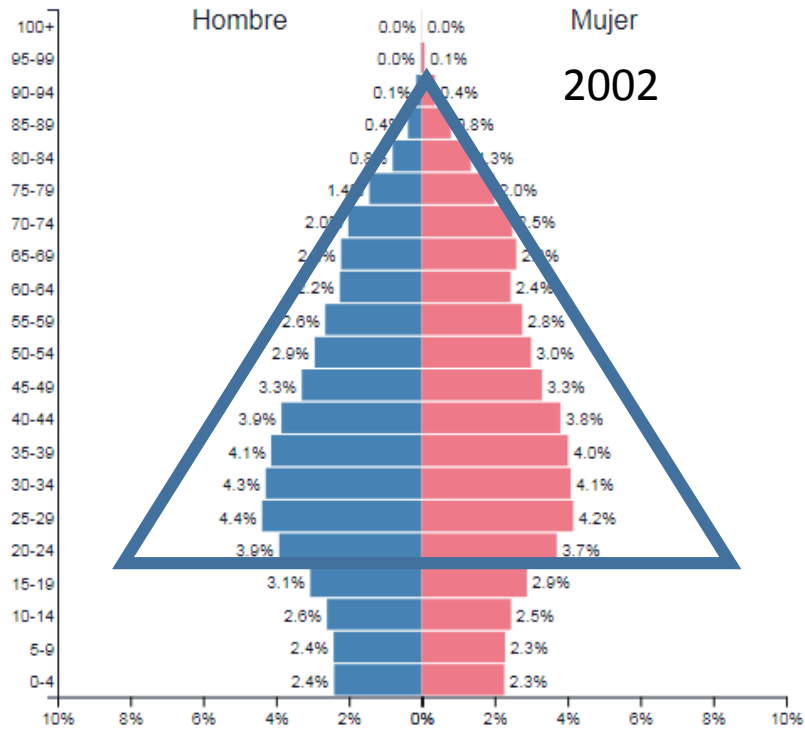
# ¿QUIÉN ES EL CONSUMIDOR?



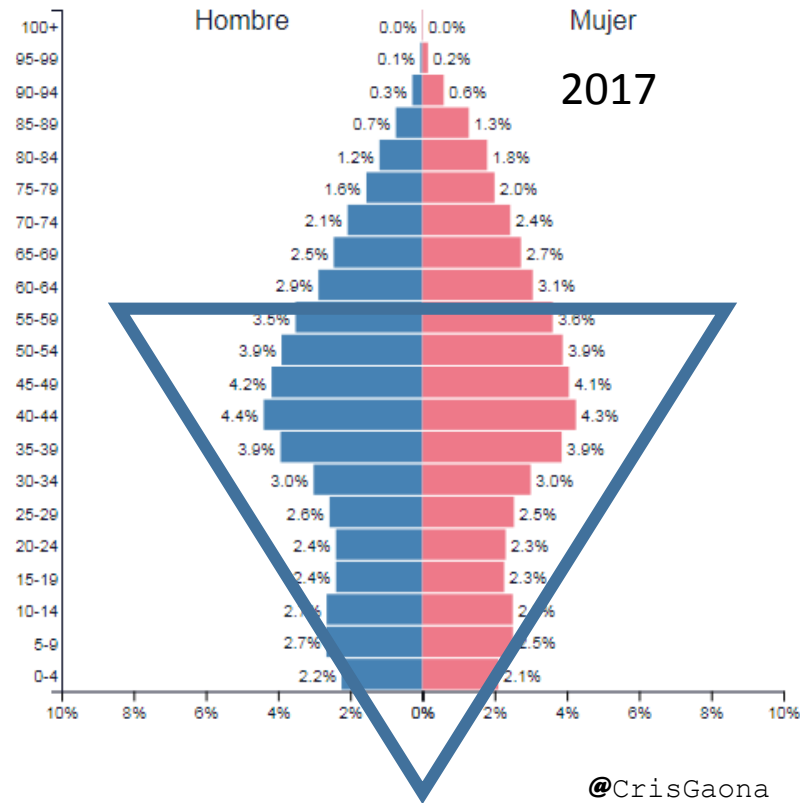
Fuente: [aecoc](#)

@CrisGaona

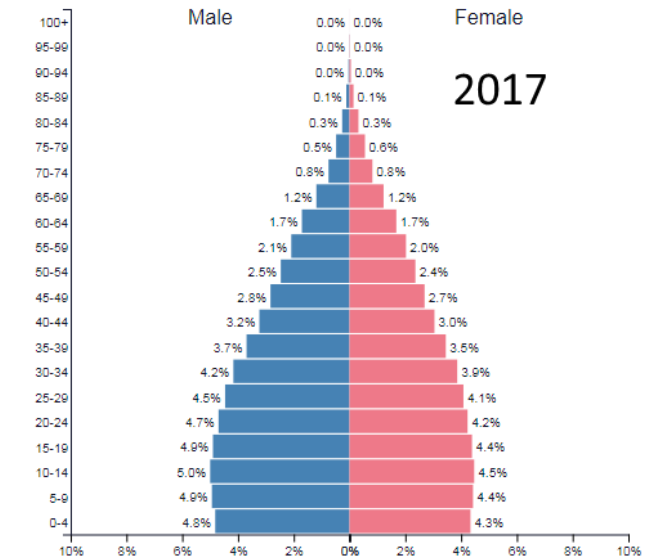
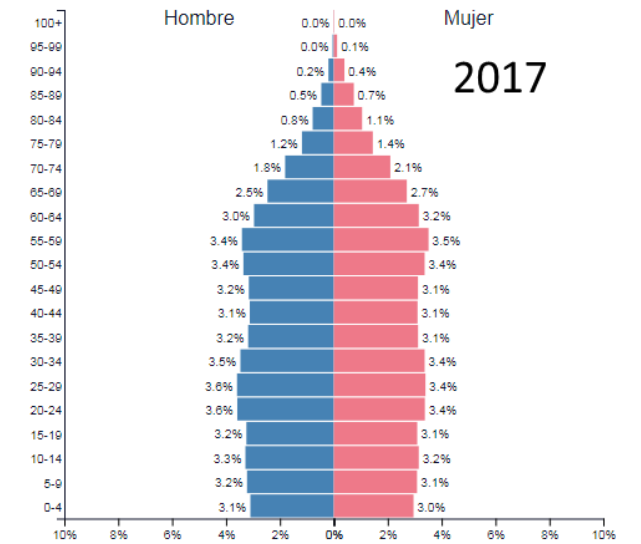
# ¿CUÁNTOS CONSUMIDORES?



Fuente: [PopulationPyramid.net](http://PopulationPyramid.net)



@CrisGaona



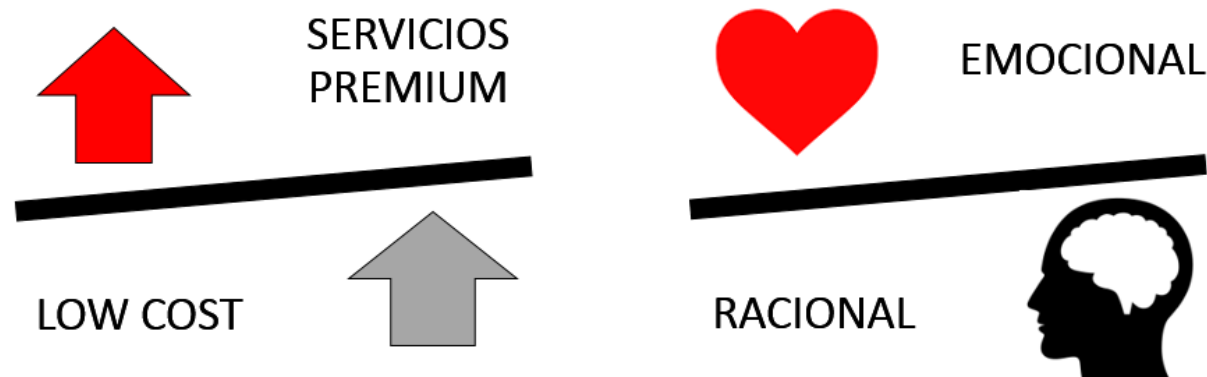
# ¿QUÉ NECESIDADES TIENE EL CONSUMIDOR?

## PIRÁMIDE DE MASLOW



# ¿CÓMO ES? HÍBRIDO Y POLARIZADO

1. Compagina servicios **Low cost** y **Premium**
2. Paga por ser **VIP** y **mercado segunda mano**
3. Compra **marca blanca** y **marcas líderes**
4. Realiza **compra impulsiva** y **reflexiva**
5. Paga por **uso** (colaborativo) **vs Propiedad**





# PREOCUPADO POR SALUD & CALIDAD DE VIDA



Fuente: Youtube



Fuente: Carrefour



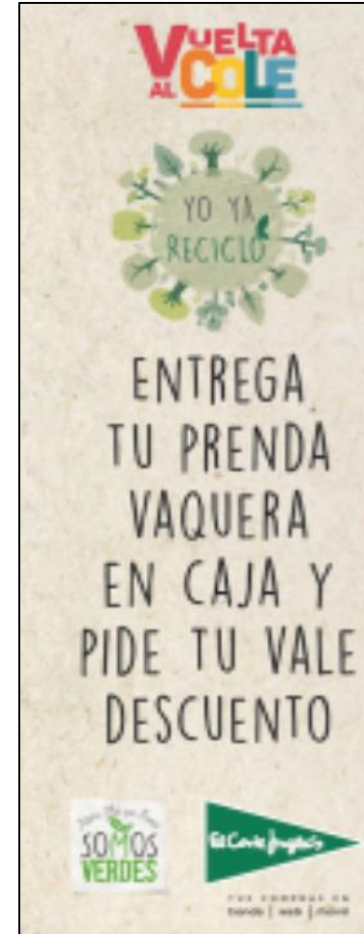
Fuente: McDonald's



Fuente: [EBC](#)

@CrisGaona

# CONSUMIDOR SOSTENIBLE: AMBIENTAL, SOCIAL Y ECONÓMICAMENTE



Fuentes: Koopera, Corte inglés, Villena.es

@CrisGaona



# NECESITADO DE EXPERIENCIAS



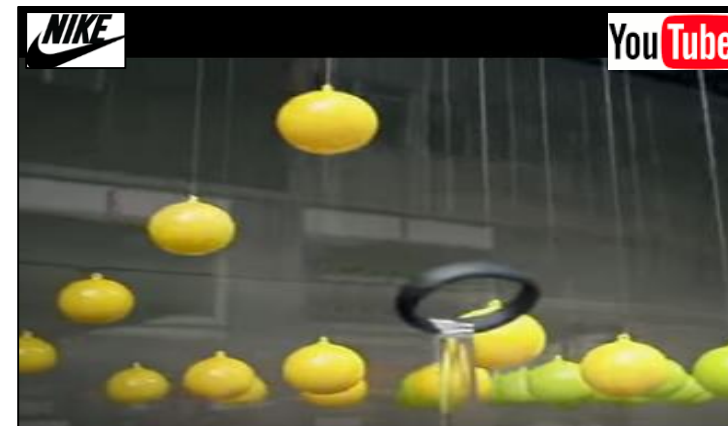
Fuente: The Drum



Fuente: CIB



Fuente: Revista car



Fuente: YouTube



# ¿DONDE COMPRA? CONSUMIDOR G-LOCAL



Fuente: [CBRE](#)

LAVANGUARDIA | Vida

Al Minuto Internacional Política Opinión Vida Deportes Economía Local Gente Cultura

Vida Natural Big Vang Tecnología Salud VangData Qué estudiar Bienestar Ecología Vanguardia de la Ciencia

AVANCE "Puigdemont quiere hacer el referéndum con voluntarios", en la portada de este jueves

## Los españoles quieren más pequeño comercio

Una encuesta de la Comisión Europea revela que los madrileños y los barceloneses son los europeos más insatisfechos con la oferta de tiendas de proximidad



Interior de la mercería Santa Ana, en Barcelona- FOTO ANA JIMENEZ (Ana Jiménez)

Más noticias

Al menos 12 personas mueren en el incendio en una torre de Londres

De 'El Informal' hasta hoy: así ha cambiado Patricia Conde

Comparte en Facebook

Comparte en Twitter

2

Fuente: La Vanguardia

@CrisGaona

# \*\*CONSUMIDORES MILLENNIALS

(1985-2000)

1. **Digitales:** Omni-canalidad
2. **Multi-dispositivo:** E-commerce
3. **Shopping social** y comunicación directa
4. **Curiosos y creativos:** Experiencia compra
5. **Únicos:** Personalización (Big Data)



# CONSECUENCIA: CONSUMIDOR COMPARADOR



Fuente: [PiensaenMarketing](#)

## LA VANGUARDIA

CONTROL DEL COMPRADOR

### El misterioso sistema de Amazon para que no compares precios

La patente muestra un sistema capaz de bloquear el acceso a tiendas online con productos parecidos a los de las tiendas físicas

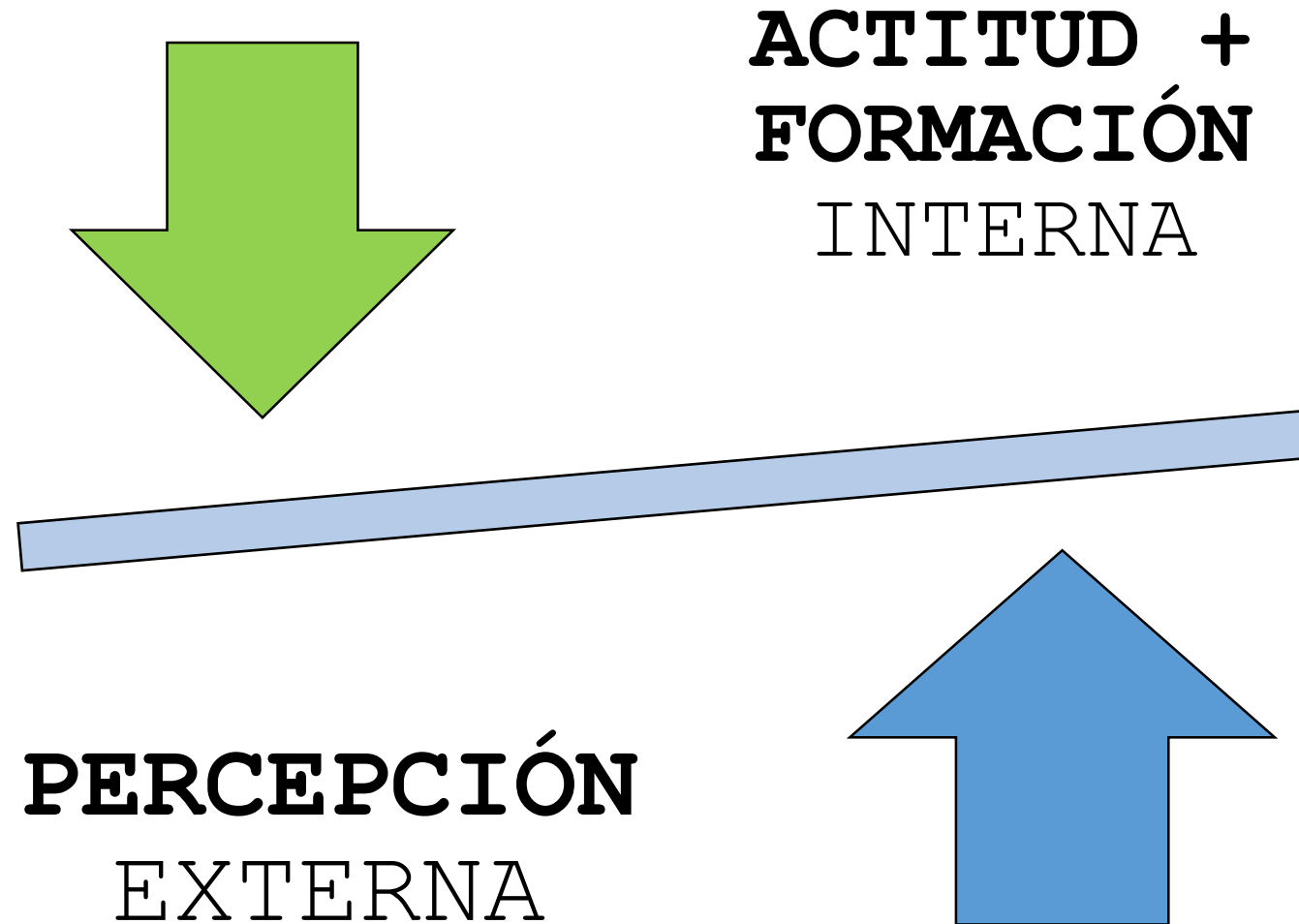
@CrisGaona



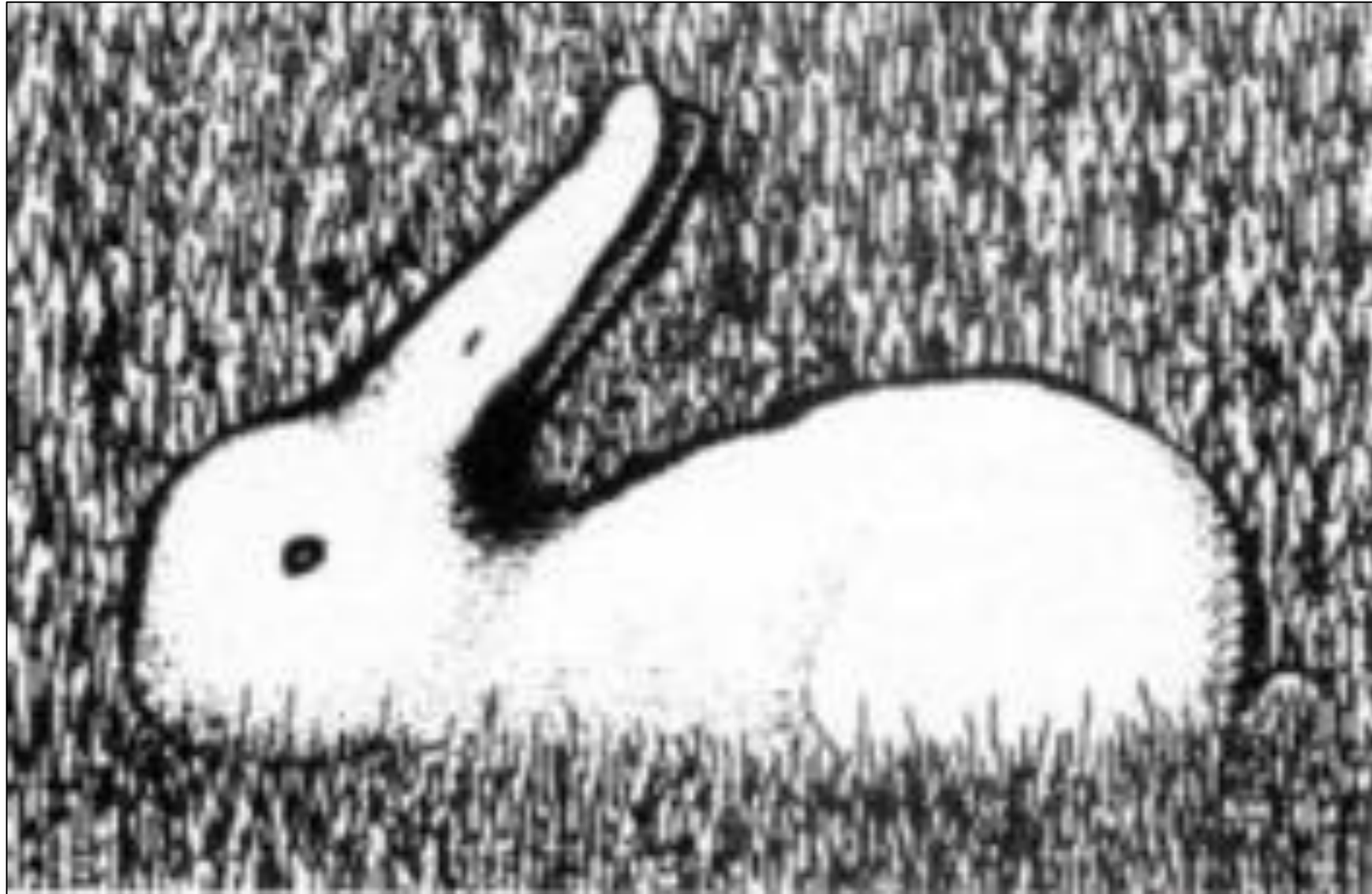
¿QUÉ ES  
**INNOVACIÓN** ?

@CrisGaona

# ¿QUE ES INNOVAR?



# El mundo de las PERCEPCIONES





# PERCEPCIÓN vs EXPECTATIVA



- Expectativa: lo deseado/esperado por el cliente
- Percepción: el resultado/ nivel de servicio

<b>PARADIGMA de la DESCONFIRMACIÓN</b> (Churchill et al 1982), (Woodruff et al,1987), (Jayanti et al, 1991)	
Confirmadas <b>E=P</b>	<b>EXCELENCIA/ Satisfecho Calidad Justa:</b> Servicio es adecuado a las expectativas
Positivamente confirmadas <b>E&lt;P</b>	<b>EXCELENCIA/Encantado Calidad Superior :</b> Servicio es finalmente superior a lo q se esperaba
Negativamente confirmadas <b>E&gt;P</b>	<b>FRACASO/ Insatisfecho:</b> Servicio es final inferior a lo que se esperaba 5 GAPS

Buscar la satisfacción de las necesidades del cliente

# EMPATIZAR CON CONSUMIDOR



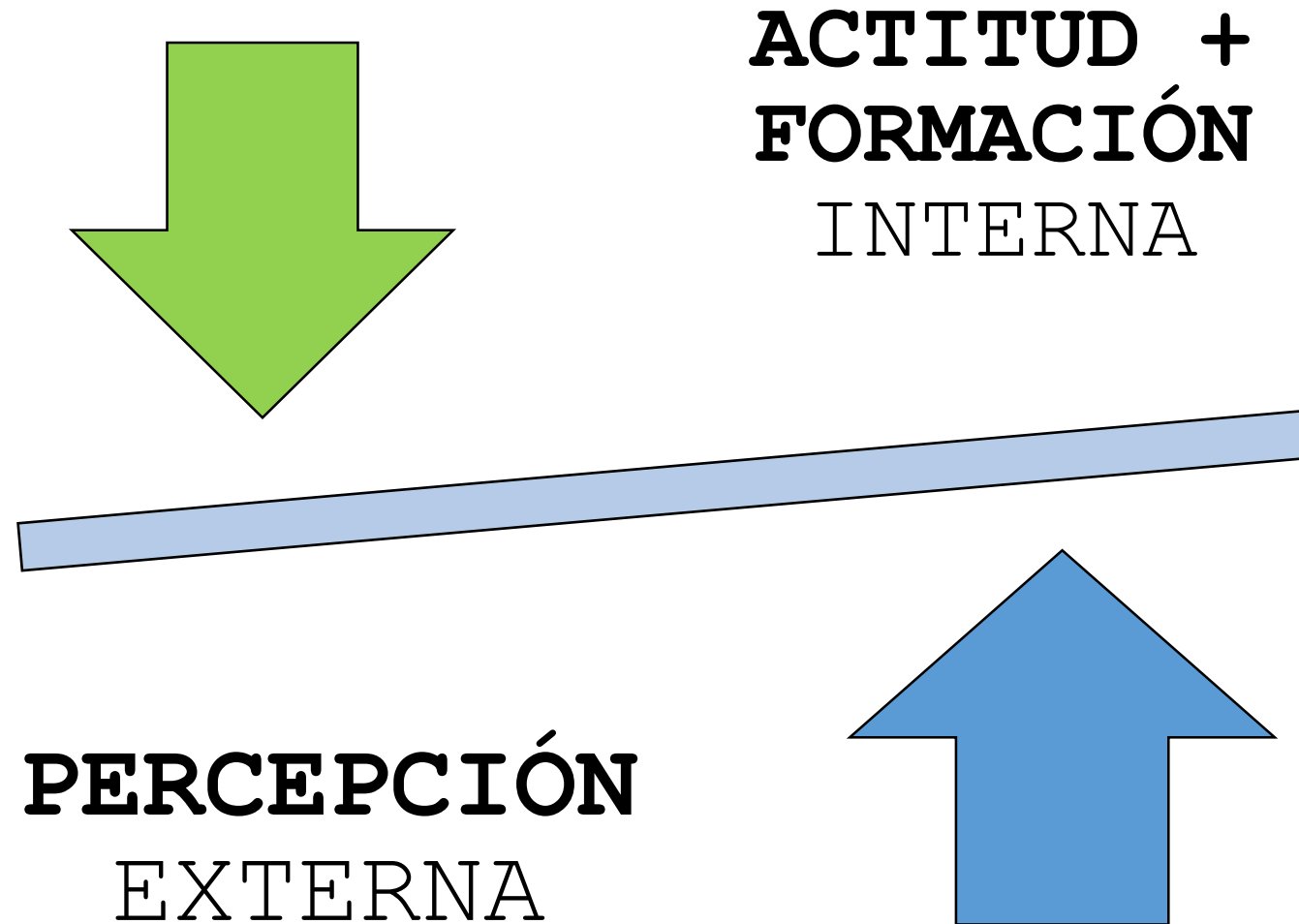
Vídeo: The Breakup

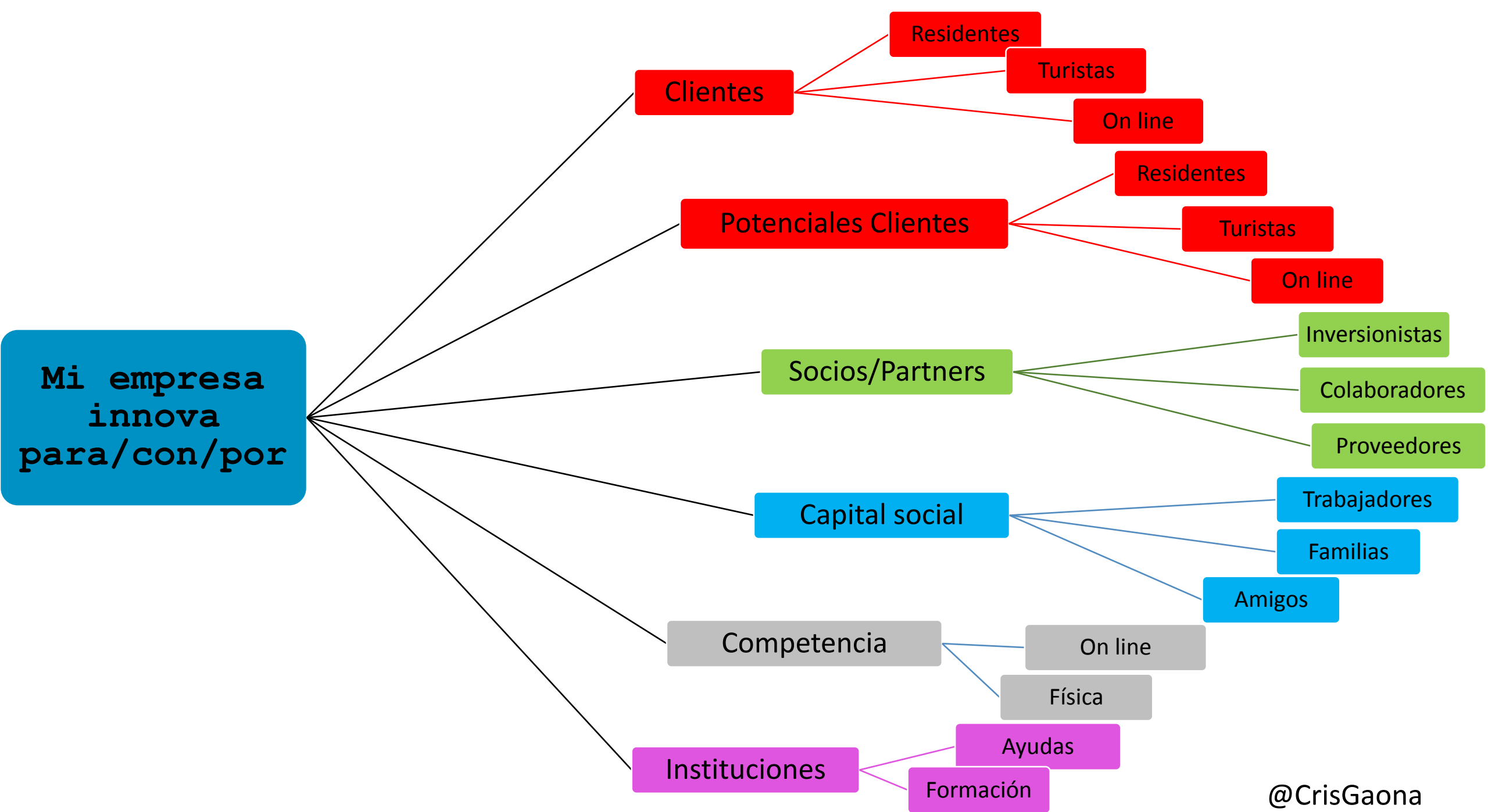
¿QUE ES  
**INNOVACIÓN**  
EN COMERCIO?

@CrisGaona



# ¿QUE ES INNOVAR EN COMERCIO?

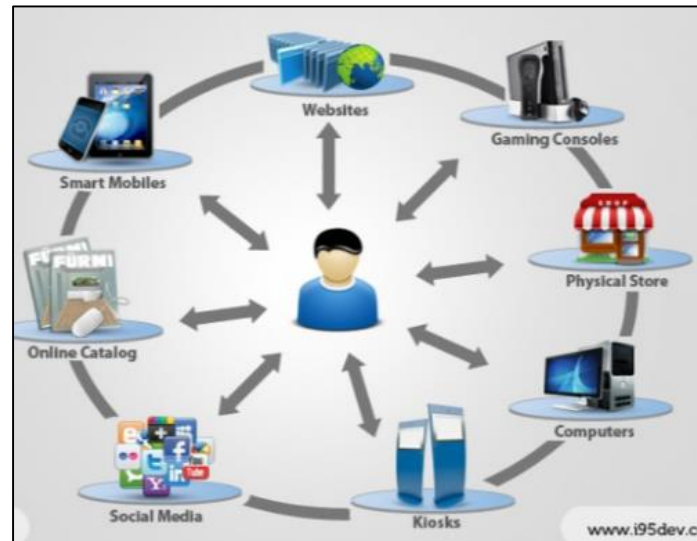




# ¿QUE ES INNOVACION EN RETAIL?

(Musso, 2010)

1. Atención&Asistencia 2. Formatos comerciales 3. Tecnología



ESTRATEGIAS :  
**COMERCIO**  
INNOVADOR

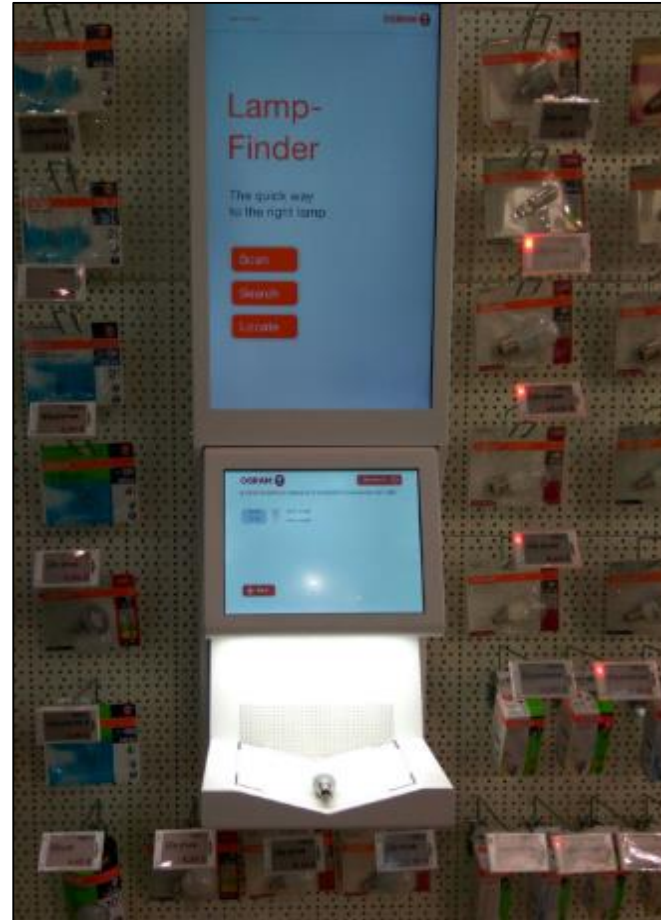
@CrisGaona



# 1.-ATENCIÓN & ASISTENCIA



Imágenes : Cristina Gaona Euroshop´17



Fuente: shopify

@CrisGaona

# 2.-FORMATOS: Ejemplo IKEA

Tiendas físicas



Pop up

Tiendas On line



Flash & Get

Click & Recoge



Share Space

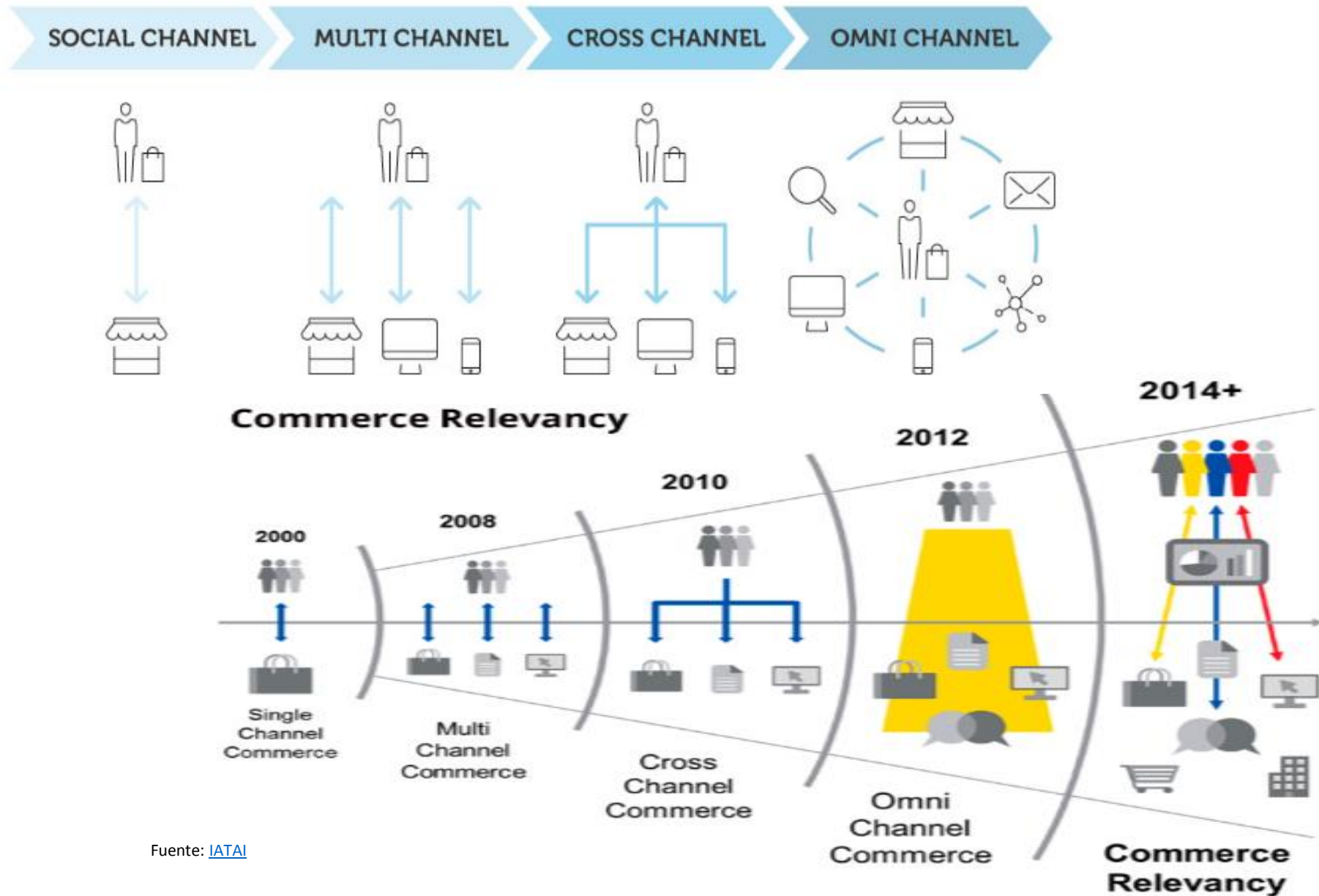


Box IKEA





# 2. - FORMATOS COMERCIALES



Fuente: [IATAI](#)

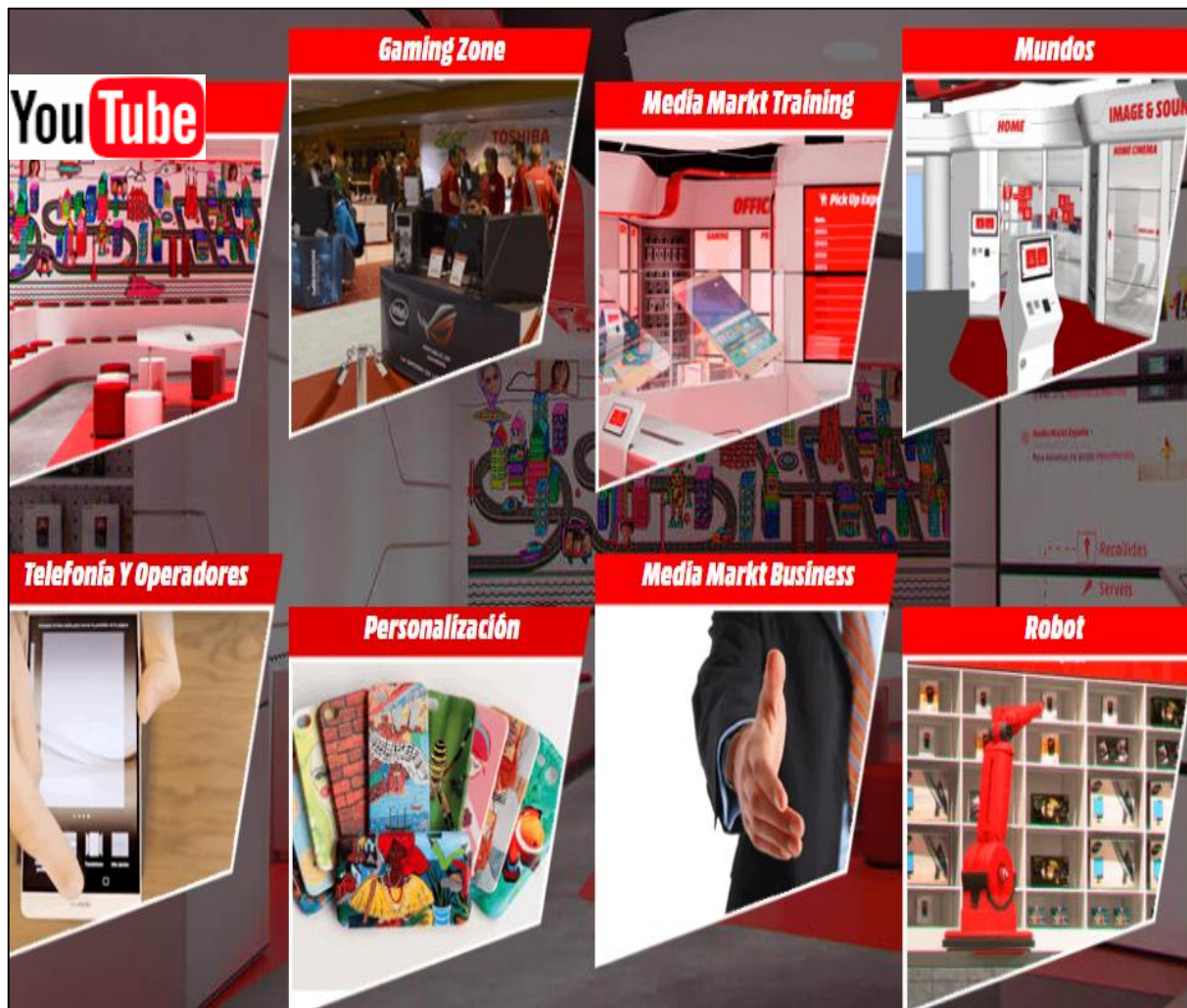
@CrisGaona

# 2. - FORMATOS : PLATAFORMAS MARKETPLACE





# 3. -TECNOLOGIAS OFF & ON



Vídeo: [MediaTrends Mediamark BCN](#)



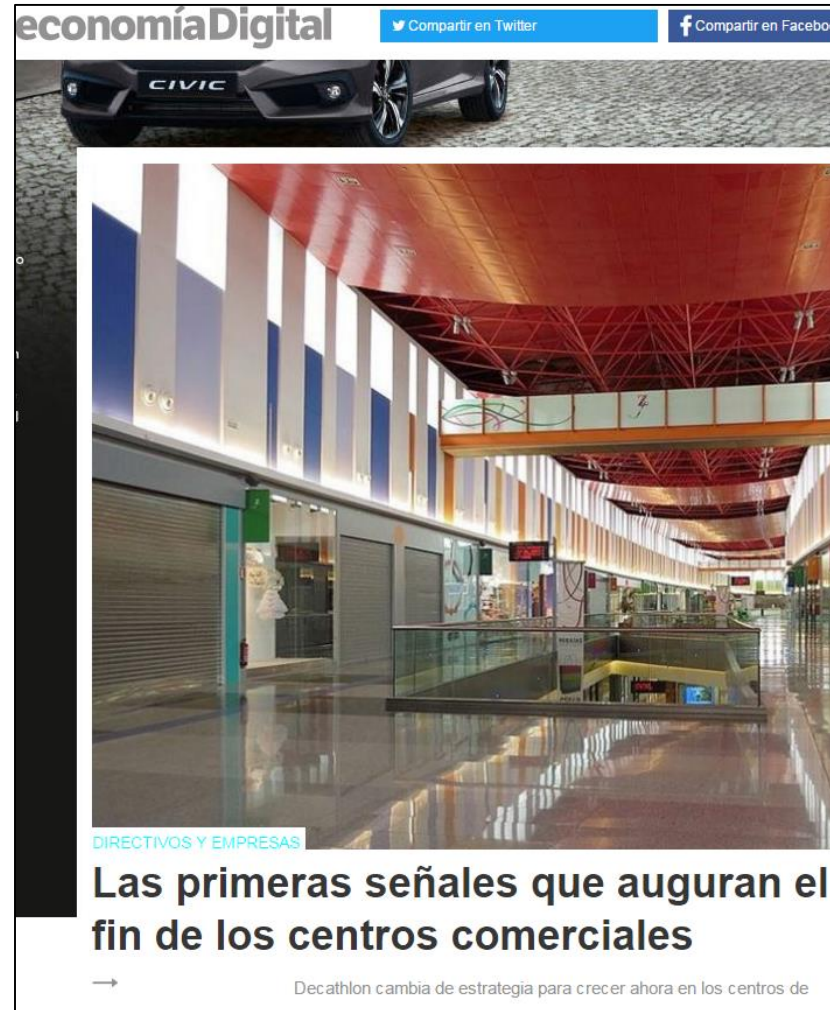
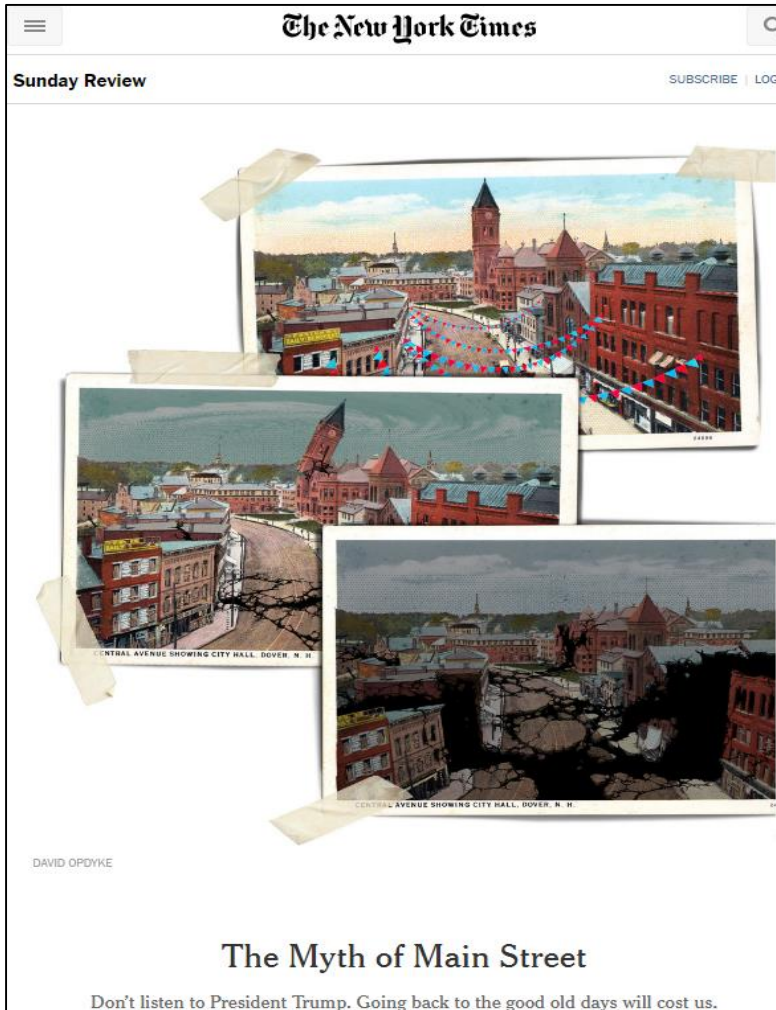
Fuente Infografía: [MyInternationalPassport](#) Vídeo [Amazon GO](#) @CrisGaona

TENDENCIAS  
**COMERCIO**  
GLOBAL

@CrisGaona



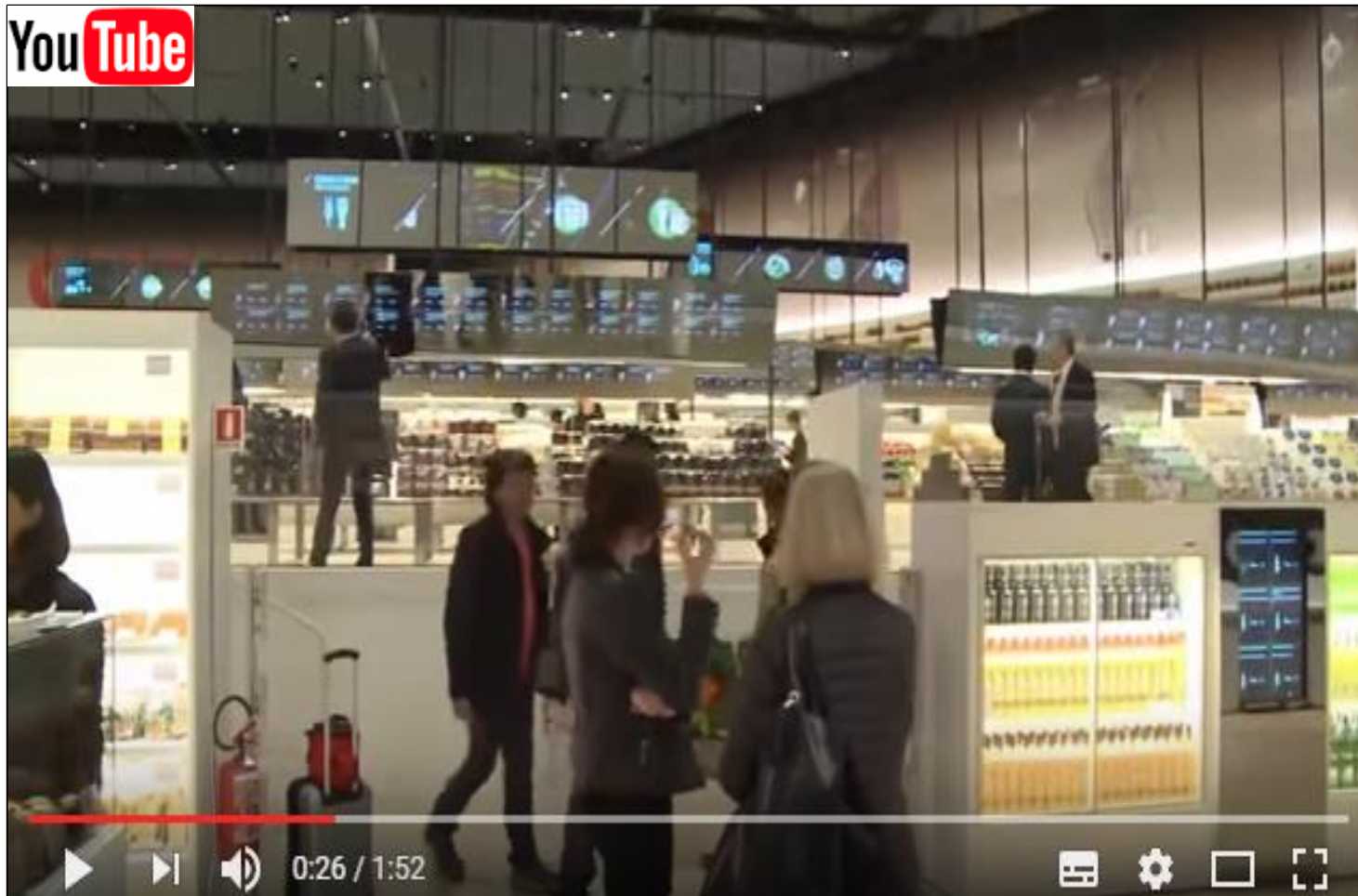
# 1.-Proximidad: del extrarradio: CENTRO



Fuente: The New York Times, Economía Digital, El País.

@CrisGaona

## 2.-Del Híper tamaño al HIPER DETALLE (Orientación del "STORE" al "STORY")





# 3.- De la amplitud a la especialización

JONNDO  
A mano solo para ti

HOMBRE MUJER ACCESORIOS DISEÑA TUS JONNDO #COMPRAINSTA NOSOTROS TIENDAS

Es tiempo de diseñar

Elige un modelo y diseñalo a tu gusto,  
elige las pieles, los colores, las suelas...

Emp **CincoDías** EL PAÍS

Compañías Mercados Mi Dinero Fortuna / Cotizaciones

CIERRE El Ibex cierra con una caída del 0,75% hasta los 10.181,40 puntos

**Sentidos**

Entrevista al Fundador de los zapatos Jonndo

Juan Lázaro

**Sasiambarrena: “Queremos crear una nueva generación de zapateros”**

Álvaro Sasiambarrena, fundador de Jonndo, lleva vendidos más de 25.000 pares de zapatos

Fuente: Cinco Días, You Tube

solo raf

Buscar...

Tlf: 950 880 198

**¡TIENDA ABIERTA!**

Ya puedes hacer tu pedido de Auténtico Tomate raf desde Almería.  
El próximo envío será el martes 21/11.

COMPRAR AHORA EL RAF NOSOTROS ENVÍOS BLOG CONTACTAR

Directo desde Almería.

Calidad Gourmet seleccionada entre los mejores agricultores.

Te lo enviamos directamente:  
menos intermediarios = más barato.

¡Aquí nos tiene:  
Llama 950 880 198 o  
Tienda online  
Envíos a Península - P  
Francia - Bélgica - Holanda

YouTube

4:25 / 7:13

@CrisGaona

# 4.-Del producto a la experiencia

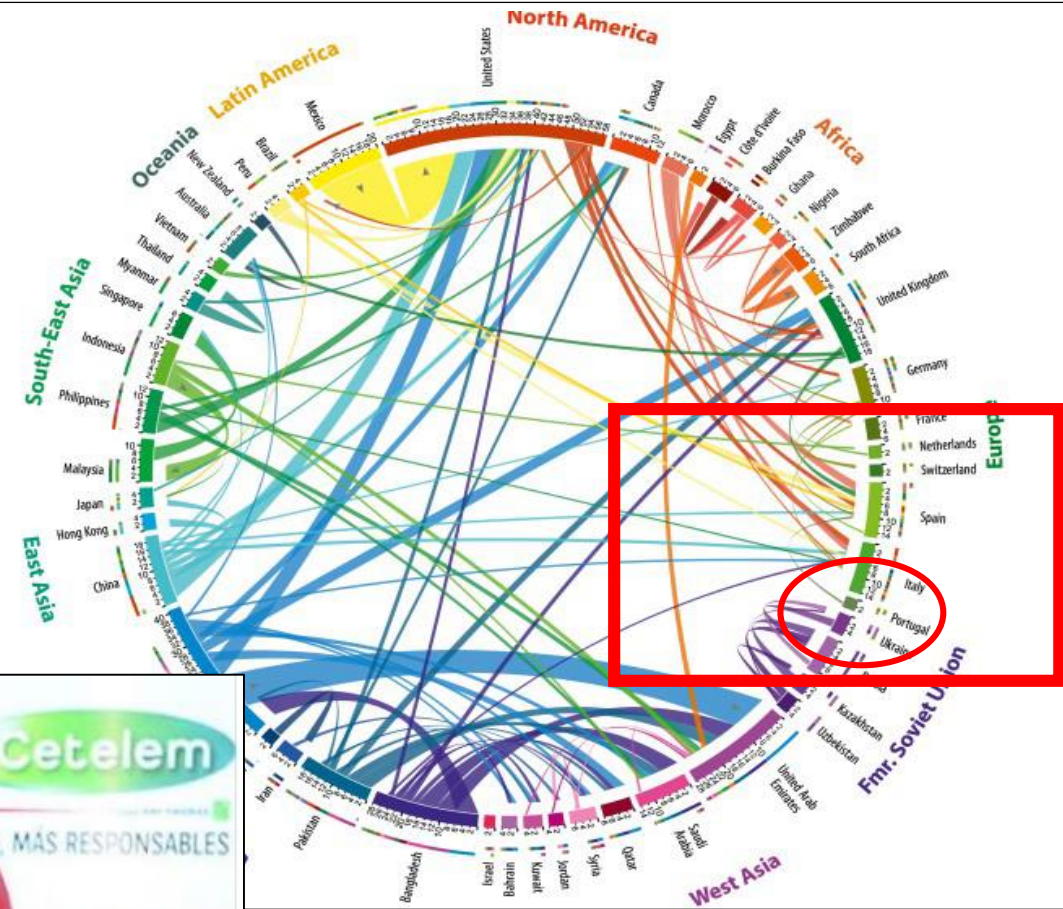


Fuente: Youtube

@CrisGaona



# 5.-De la importación a la exportación



Comercio anima a las pequeñas tiendas a vender a través de Alibaba y Amazon - elEconomista.es

Digitalizar hasta las pequeñas tiendas de barrio. Ese es uno de los objetivos que se ha marcado Marisa Ponce, secretaria de Estado de Comercio. Ponce, que...

ELECONOMISTA.ES

Fuente: El economista

@CrisGaona

REFLEXIÓN  
**SOSTENIBLE Y  
COLABORATIVO**

@CrisGaona



# 6. -Sostenibilidad: M.A, social, económica



EL PAÍS

## Programado para caducar

Diseñar productos con fallos, con componentes efimeros o sin ninguna vocación de durabilidad para que el consumidor vuelva a pasar por caja. Es la obsolescencia programada, una práctica que nos conduce a un callejón sin salida

ELPAIS.COM



## 15.000 científicos de todo el mundo lanzan la segunda advertencia a la humanidad

Escrita en el vigésimo quinto aniversario de la primera, asegura que las principales amenazas a la sostenibilidad del planeta «empeoran alarmantemente»

ABC.ES



## Inditex: cómo esta empresa masiva está dirigiéndose a la sostenibilidad | Fundación Vida Sostenible

En 1975, Amancio Ortega, fundador y propietario de Inditex, abrió la primera tienda Zara. Hoy, Inditex...

VIDASOSTENIBLE.ORG

# 7.-Usuario vs Propietario



Fuente: Bla Bla Car, L'Habibliotheque

@CrisGaona

VISION  
DE **FUTURO**  
DEL COMERCIO

@CrisGaona



# 0.-Ofrecer experiencias



Fuente: [Airbnb & Galeries La Fayette](#), Desigual, Sánchez Romero



@CrisGaona



# 1. -Atención: Servicios personalizados

TALLER **PéinateTú** AUTOPEINADO

Puedes pinchar directamente sobre el Taller que necesites o baja y descubre todo lo que podemos hacer por ti



INDIVIDUAL

AVANZADO

CON AMIGAS

NIÑAS

TURBANTE

A DOMICILIO

**POR SUPUESTO, SOMOS  
TU PELUQUERÍA**

Fuente: Péinate Tú, Taxi Oviedo



@CrisGaona



# 1. -Asistencia: Adaptación y Anticipación



Fuente: Garden Center Ejea, Bayón, Herbolario Navarro

@CrisGaona



# 2. -Formatos: Retail entertainment



Fuente: Victor Churchill, Juguetrónica



Juguetrónica Showstore & The Robot Museum - Bienvenidos al futuro

**JUGUETRÓNICA**  
LOS JUGUETES DEL FUTURO, HOY

Encuentra Drones, Regalitos, Magia, Hello...  BUSCAR Tienda en Madrid

Búsqueda por categorías ▼ Buscador de regalos ▼ Top 50 Todos los regalos Iniciar sesión Carrito Vacío 0

### MUCHO MÁS QUE UNA TIENDA

- Más de 1100 m<sup>2</sup> de diversión y espectáculo.
- Lo último en regalos originales y tecnología enfocada al entretenimiento para niños y adultos.
- Shows de magia y ciencia y demostraciones de drones, robots gadgets y vehículos RC.
- Descubre **THE ROBOT MUSEUM**, un fascinante viaje por el ayer, el hoy y el mañana de la robótica.

*El concepto*

### THE SHOWSTORE

En **JUGUETRÓNICA** nos encantan los artículos que tenemos a la venta y queremos que el público disfrute con ellos tanto como nosotros.

Más de 1000 m<sup>2</sup> en el corazón de Madrid repletos de tecnología altamente divertida, robots venidos de otros mundos, artefactos voladores, juguetes educativos con los que aprender ciencia y un sinfín de gadgets con los que ni siquiera habías soñado hasta ahora.

THE SHOWSTORE es el escenario en el que magos y criaturas prehistóricas se cruzan en tu camino y la base secreta de la que personajes venidos de otras galaxias jamás se marcharon. En definitiva,

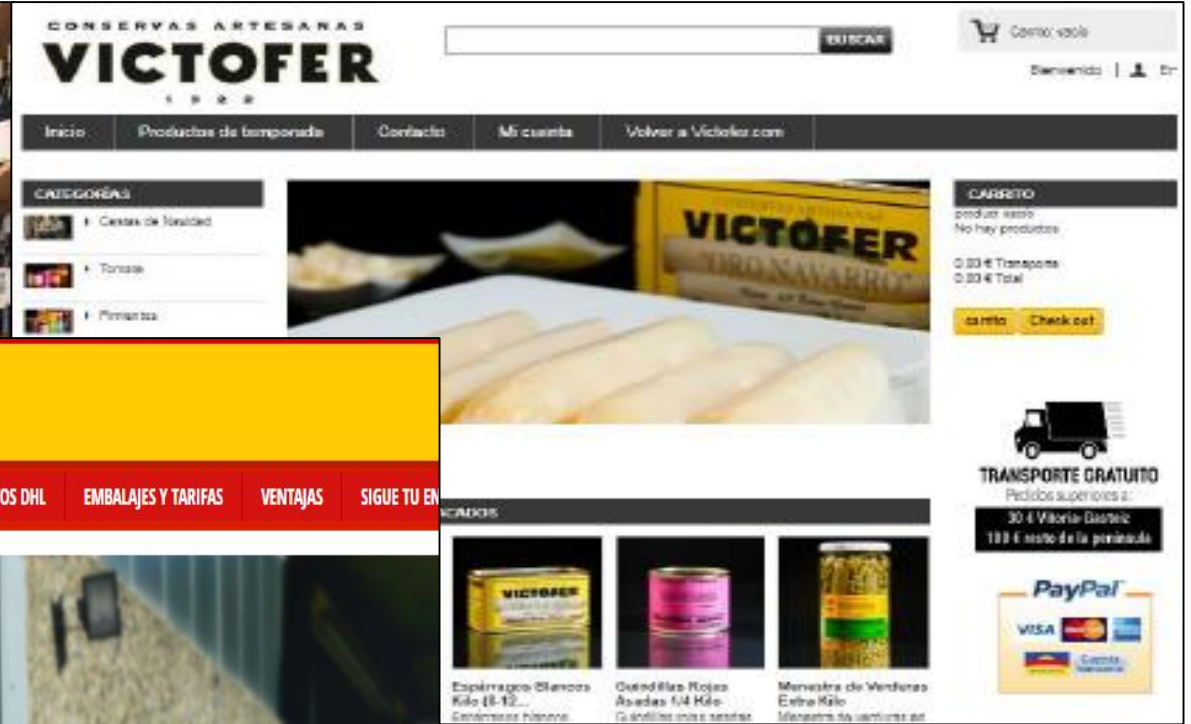




# 2.-Formatos: Sumar sinergias proveedores & competidores



Fuente: La fábrica



Fuente: VICTOFER



Fuente: DHL

# 2. Formatos: Visibilidad con Comunicación



Si te dan calabazas... que sean de chocolate\*



CHOCOLAT FACTORY  
The expert chocolatier





# 2. - Formatos: omnicanalidad & cercanía

Quiénes Somos Ver pedido +34 978 87 70 88 info@aceros-de-hispania.com País: Rusia

676 850 364 (WhatsApp)

Realizamos envíos directos a Rusia de todos los productos que aparecen en la web. Los gastos de envío se calculan automáticamente tras añadir los productos al carro de la compra. El tiempo de entrega varía entre diez y quince días. En el caso de armas de detonación y aire comprimido la Aduana de su país le requerirá a usted un permiso de importación.

**Cuchillos, navajas, espadas, carabinas y pistolas de aire comprimido...**

Tienda especializada en todo tipo de cuchillos y navajas de fabricación española, así como espadas históricas de decoración, aire comprimido y accesorios para Outdoor

CUCHILLOS NAVAJAS AIRE COMPRIMIDO FOGUEO / DETONACIÓN

Desconectado - Envíe consulta

**Frutas Manuela**

DIRECTO BILBAO MANUELA GÓMEZ | FRUTERÍA MANUELA

¡TE LLEVO LA FRUTA A CASA!

Google Inst. Geogr. Nacional

Ver fotos Ver exterior

**CENTRO COMERCIAL FERRI** ★

Sitio web Cómo llegar

4,2 ★★★★★ 217 reseñas de Google

Tienda de bricolaje en Villena, España

Gran almacén de tres plantas dedicado a la venta de todo tipo de equipamiento y herramientas de casa y jardín.

**Dirección:** Av. de la Paz, 35, 03400 Villena, Alicante

**Horario:** Abierto hoy · 9:00–13:30, 16:00–20:30

**Teléfono:** 965 34 34 34

**Provincia:** Provincia de Alicante

we are knitters ALL THE HAPPINESS IN A KIT

KITS OVILLOS Y AGUJAS NOVEDADES #WEAREKNITTERS PATRONES Y VIDEOS

Inicio / Videos

**VIDEOTUTORIALS**

KNITTERS Y CROCHETERS. TODO ESTÁ BAJO CONTROL.

TÉCNICAS DE TEJER TÉCNICAS DE CROCHET

**MIRA Y APRENDE**

¡SIENTATE, RELÁJATE Y DISFRUTA DE LA FUNCIÓN!

**HAWKERS**

2 → ¿Puedes detallarlo un poco más?\*

A PUNTOS DE VENTA

B STOCK DE MODELOS

C FORMAS DE PACO

D GASTOS DE ENVÍO

E RETAIL

F COLABORACIONES

G SPONSOR

H MEDIDAS GAFAS

I TRABAJA CON NOSOTROS

J OTROS

50% completado

**HAWKERS CO.** @HawkersCo

We lead. Others Follow · Legal Terms

goo.gl/7RiHkIo · Customer Service

goo.gl/wQaUjC1 #WeAreHawkers

contact@hawkersco.com

hawkersco.com

Ver transmisiones

Se unió en agosto de 2013

Twitter a Mensaje

Alameda facebook

Historia de éxito

**Personalización a escala**

La tienda online mexicana de muebles y decoración se enfocó en sus clientes potenciales para entenderlos y generar una estrategia en torno a anuncios personalizados a escala para lograr sus propósitos de ventas durante el Buen Fin.

# 3.-Tecnología: Marketplaces

mumumío

¡MUMUMÍO CUMPLE 7 AÑOS!  
SORTEAMOS 7 REGALOS POR VALOR DE 700€  
PARTICIPA COMPRANDO EN MUMUMÍO Y A  
TRAVÉS DE NUESTRAS REDES SOCIALES

mumumío

1 2 3 4 5 6 7

eMarket Services  
España

Noticias Enlaces de interés ¿Qué es eM...

**Mercados electrónicos**

- Directorio de mercados
- Mercados en España
- Añadir / actualizar mercado

**Cursos y seminarios**

- En España
- En el resto del mundo

**Información práctica**

- ¿Qué son los mercados electrónicos?
- Experiencias empresariales
- Informes
- Artículos de interés

**Boletín informativo**

- Suscríbese al boletín

Siguenos en  
Twitter

**Bienvenido al portal eMarket Services**

eMarket Services le facilita la utilización de los mercados electrónicos en sus negocios internacionales.

eMarket Services es un proyecto sin ánimo de lucro de IDEX España Exportación e Inversiones

**Autoevalúate con nuestros checklists**

¿Quieres saber si estás preparado para empezar a utilizar mercados electrónicos? ¿O cómo seleccionar el más adecuado? Aquí tienes unos sencillos checklists con las cuestiones más importantes que debes valorar en cada situación.

Alibaba.com  
Global trade starts here.™

Plaza de los Vendedores

Inicio Tipos de Suscripciones Centro de Aprendizaje

**Centro de Aprendizaje** Pasos básicos de como empezar a vender en Alibaba.com

**Crear un Perfil de su Empresa**  
Alibaba.com **¡Nuevo!**  
Es muy importante poder desplegar un perfil de productos. Cuantos mas productos inicie, mas solicitudes obtendra. Sepa mas!

**Como atender a las solicitudes de los Compradores**  
Alibaba.com **¡Nuevo!**  
En el caso de recibir multiples solicitudes de compradores, es importante atender por prioridades, veamos como hacerlo y clasificarlas por diferentes tipos

**Centro de Aprendizaje** Guías y tutoriales

Aragón Alimentos

Foods Ar

Casa Categorías de Producto Perfil de la compañía

Rakuten Marketing

INTEGRATED MARKETING AFFILIATE DISPLAY

By continuing on this site, you consent to the use of Cookies to improve your browsing experience. For more information, please see our [privacy policy](#).

Display

D

Fuente: Mumumío, eMarket, Alibaba, Rakuten

@CrisGaona



# 3: Tecnología: asistencia & personalización

[www.farmaciaferiche.com](http://www.farmaciaferiche.com)




639 651 614



Haz tu encargo por Whatsapp

Encargo express a través de la nueva web

Haz tu pedido via Whatsapp 639 651 614 | Abierto 365 días 13h | 



La aplicación del comercio local

Incrementa las ventas de tu tienda y consigue nuevos clientes con móvil

▼ Descargar guía de uso

ACCESO PANEL TIENDAS



ocado

"Alexa, ask Ocado to add carrots to my order."



JUST ASK amazon alexa

IBM WATSON

IBM Watson brings together a set of transformational technologies to drive optimized outcomes

- 1 Understands natural language and human speech
- 2 Generates and evaluates hypothesis for better outcomes
- 3 Adapts and Learns from user selections and responses

...built on a massively evidence-based architecture optimized for POWER



# 3.-Tecnología: Store 4.0



Fuente: [Fast Company](#): Supermercado autónomo

@CrisGaona

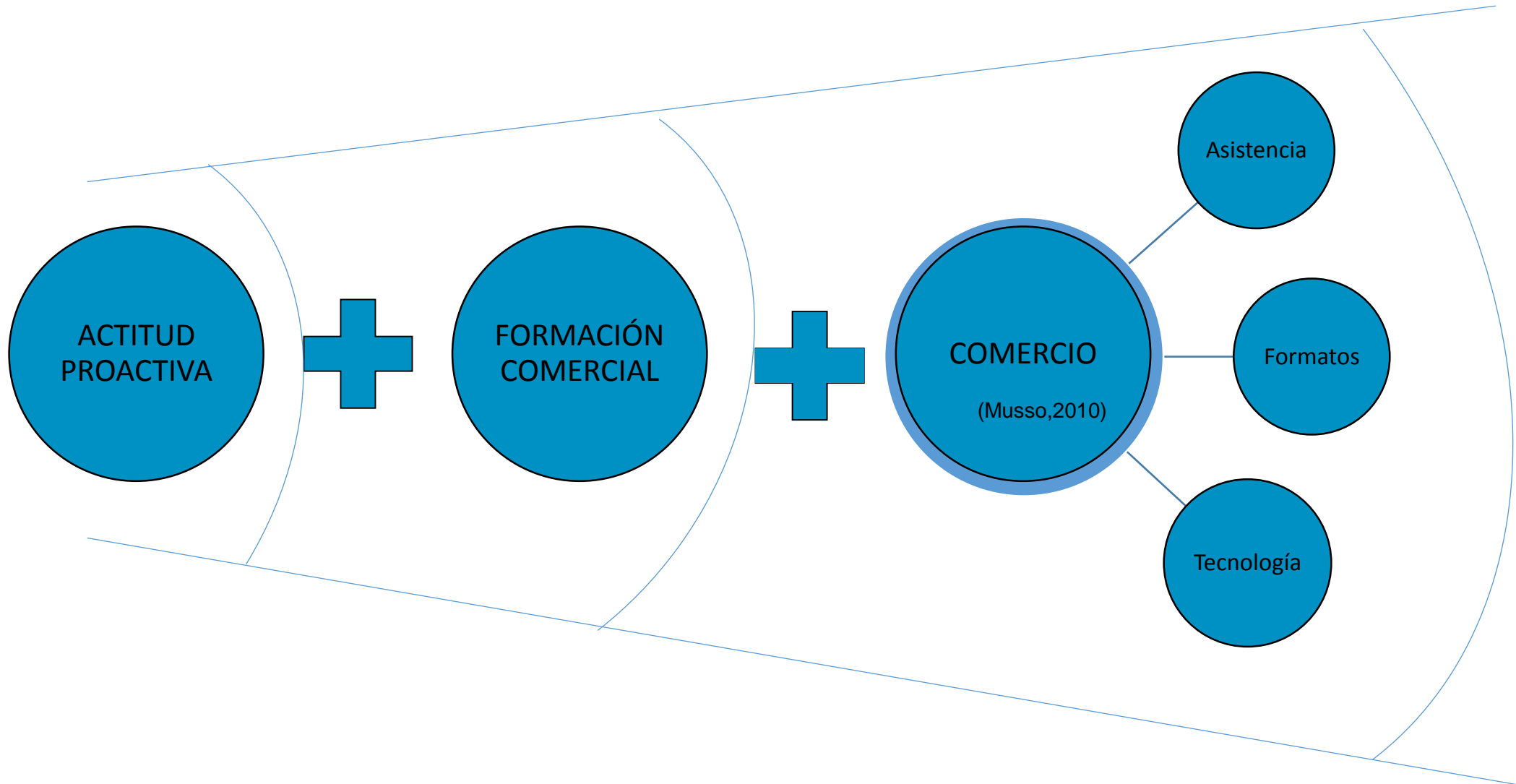


TALLER

**¿Cómo innovar  
en mi  
comercio?**

@CrisGaona

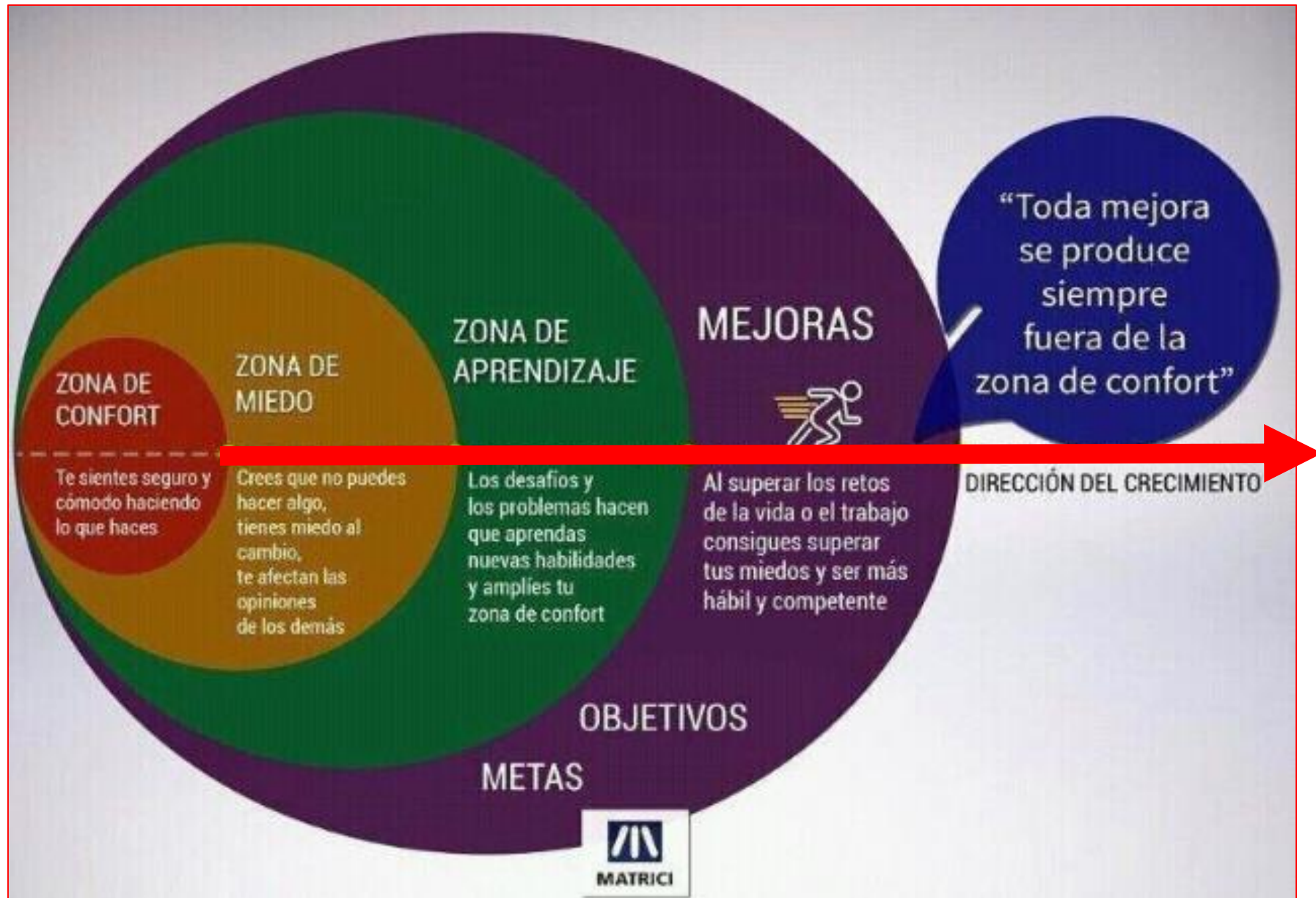
# ¿QUE ES INNOVAR EN COMERCIO?



**PERCEPCIÓN  
EXTERNA**







1.-Modelo de  
negocio:  
**Autodiagnóstico**

@CrisGaona

# REFLEXIÓN INDIVIDUAL (Kipling)



1.- ¿QUÉ es tu establecimiento?

2.- ¿DÓNDE se encuentra ?

3.- ¿CUANDO se crea ?

4.- ¿QUIÉN es ?

5.- ¿CÓMO es ?

6.- ¿PARA QUÉ existe ?

7.- ¿PARA QUIÉN existe ?

8.- ¿DE QUIÉN es ?

9.- ¿PQ es ?

10.- ¿CÓMO SERÁ?



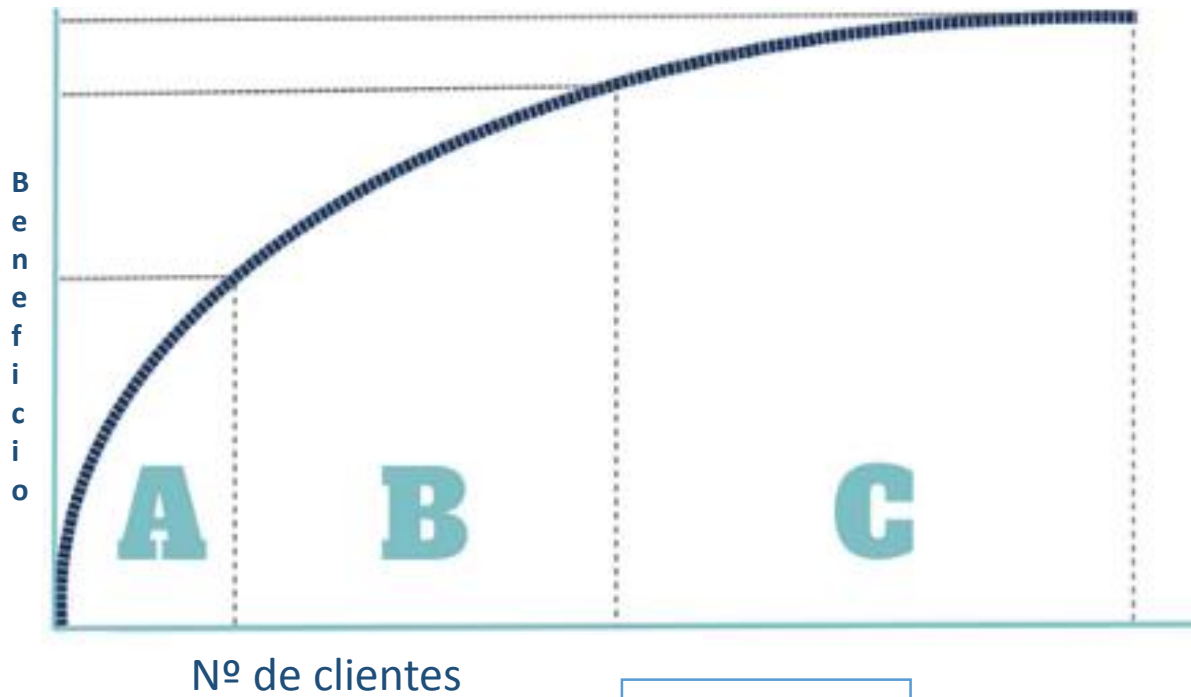
**2.- Clientes**  
reales y  
potenciales

@CrisGaona

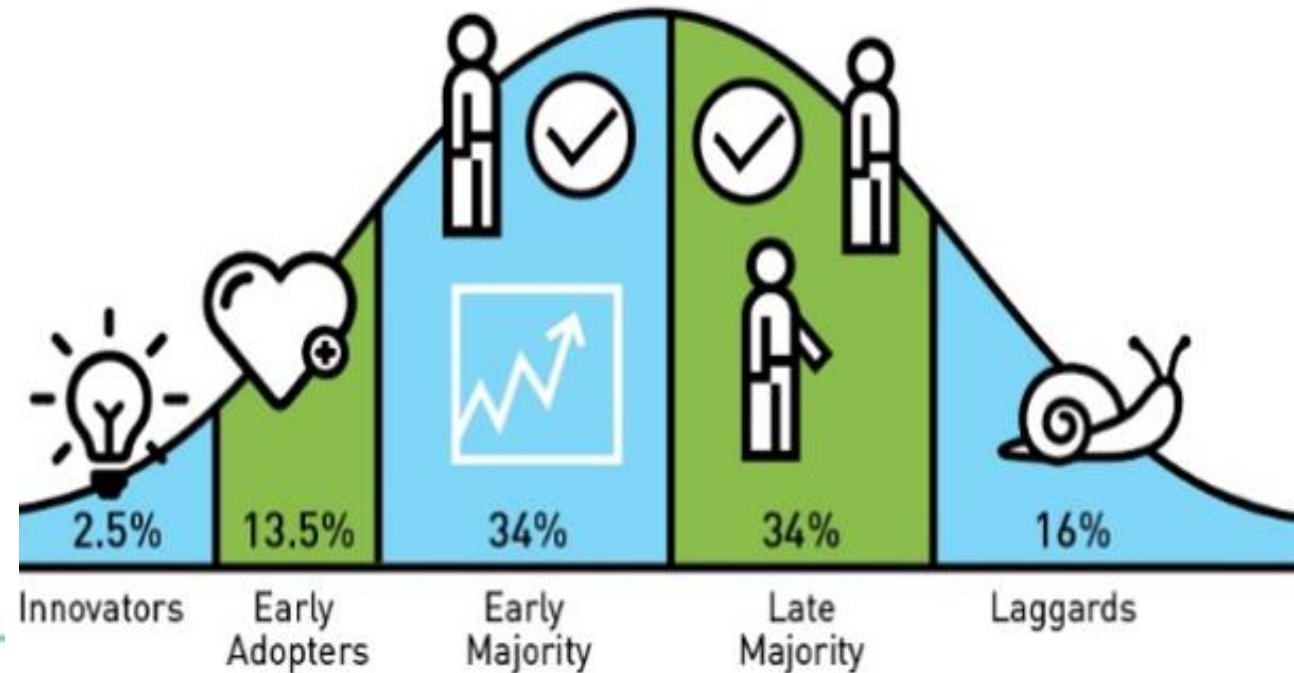
# IDENTIFICAR CLIENTES

1.-Rentabilidad clientes

2.-Tiempos de adopción



Análisis ABC



Curva Rogers adaptada por Lisa Mayer

@CrisGaona

# MICROSEGMENTAR identificando necesidades



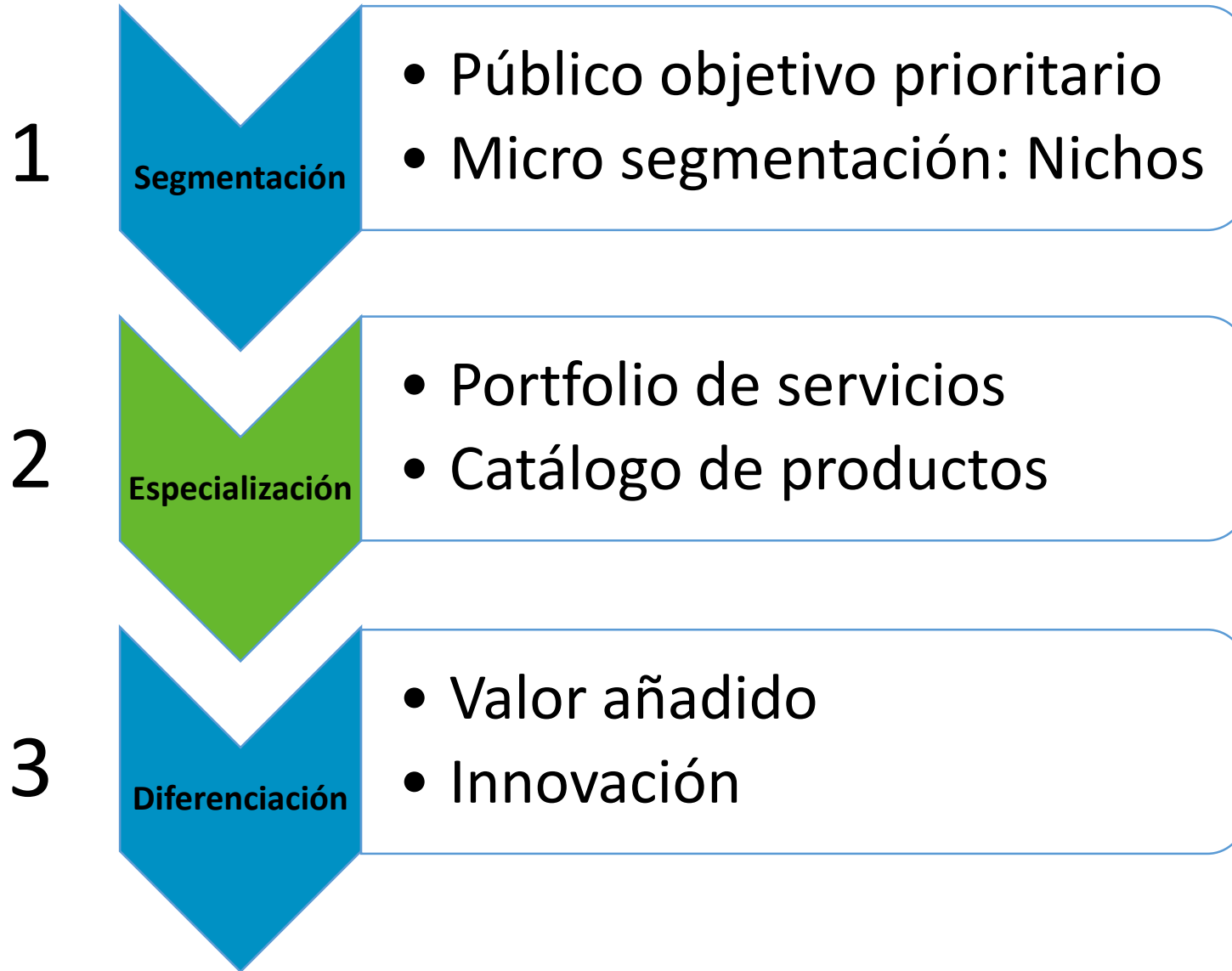
**CONSCIENTES**

**INCONSCIENTES**

**LATENTES  
DESCONOCIDAS**



# DEFINIR MODELO DE NEGOCIO



# 3.- Contexto estratégico

@CrisGaona

# DAFO

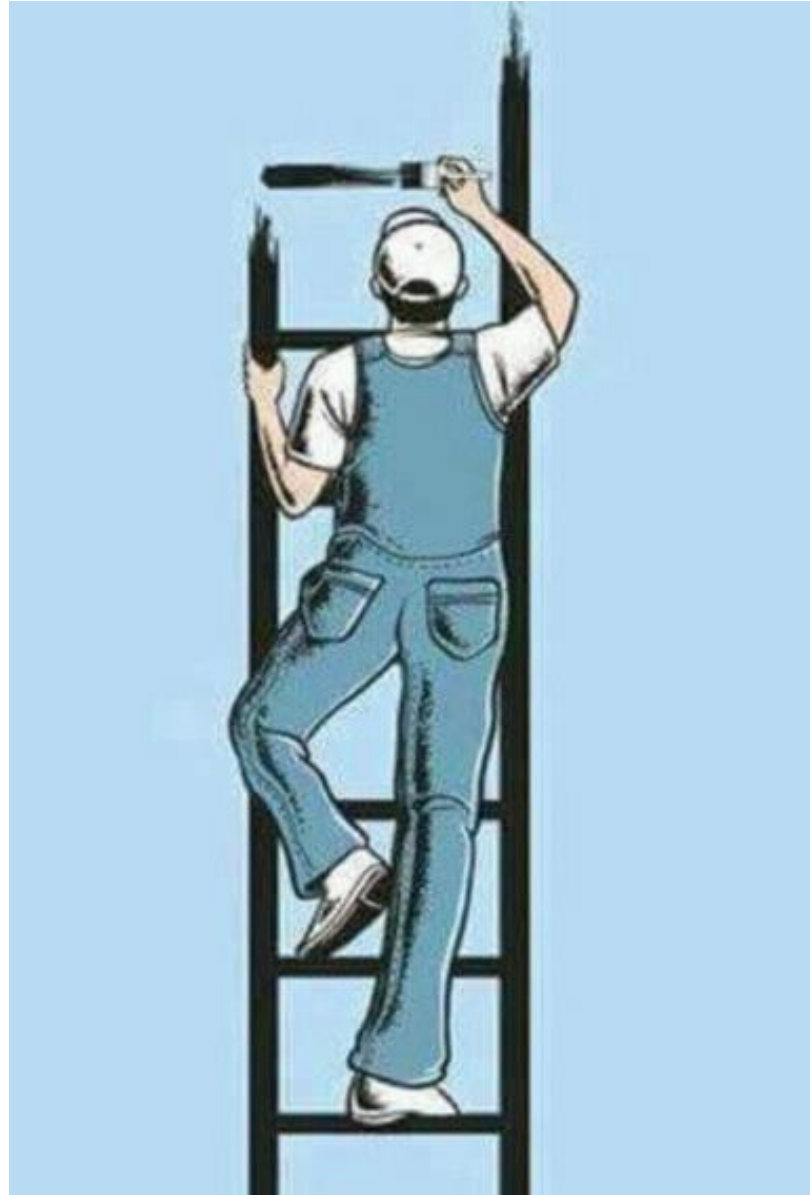




# CAME



<b>ESTRATEGIAS</b> (Matriz Ansoff)		<b>PRODUCTOS</b>	
		ACTUALES	<b>NUEVOS</b>
<b>MERCA DOS</b>	ACTUALES	<b>PENETRACIÓN</b>	<b>NUEVOS PRODUCTOS</b>
	<b>NUEVOS</b>	<b>NUEVOS MERCADOS</b>	<b>DIVERSIFICACIÓN</b>



@CrisGaona



3.- Modelo de  
Negocio (Canvas)

@CrisGaona

# Modelo LEAN CANVAS (Propuesta valor)



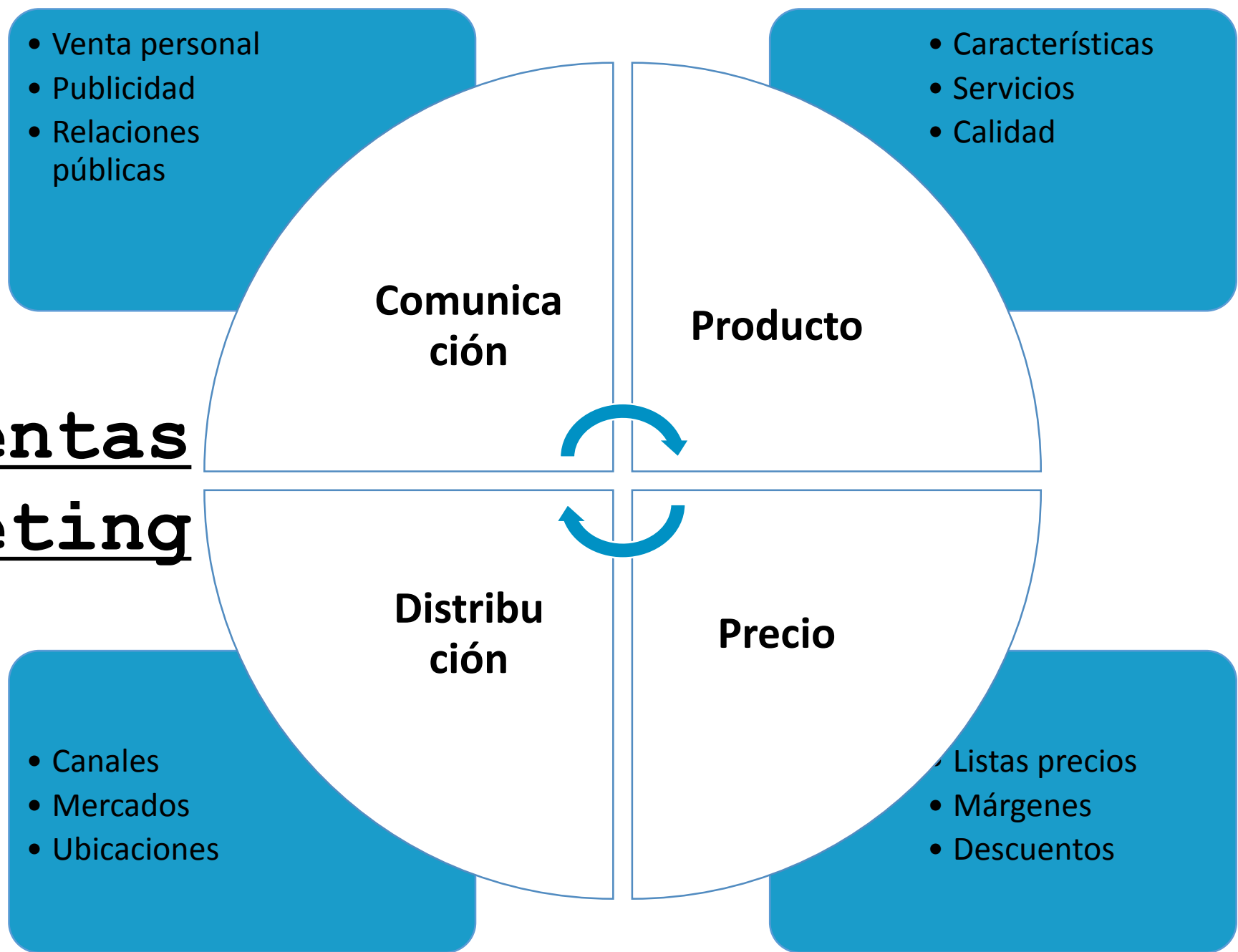
3.- Marketing  
Mix

@CrisGaona

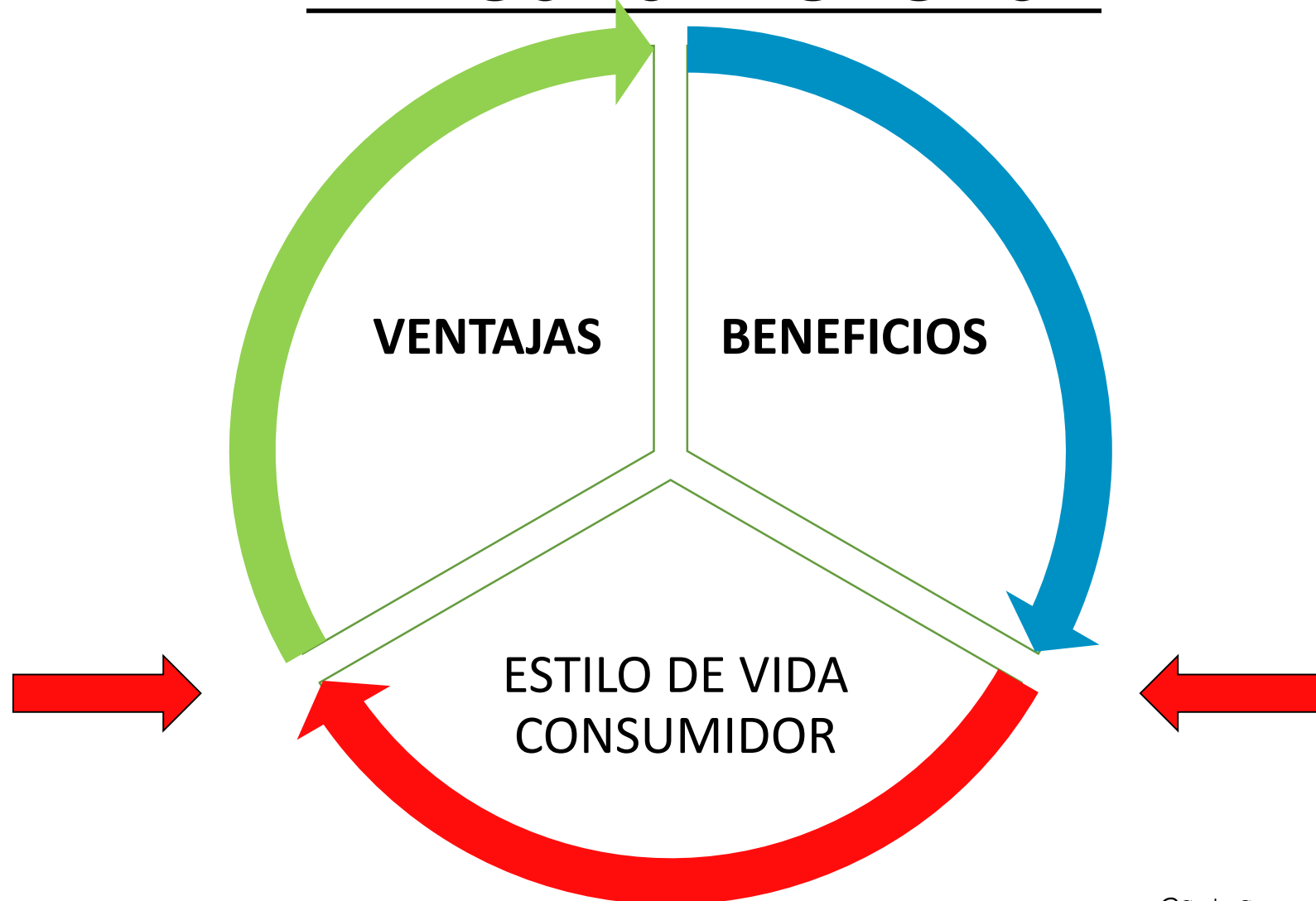


# Herramientas de marketing mix

(Kotler, 1998)



# PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



4. - Marketing  
Digital

@CrisGaona

Marketing  
Digital  
en  
Comercio





# DEFINICIÓN RETOS

MARKETING DIGITAL	RETO 1 PLANTEADO	RETO 2 PLANTEADO	RETO 3 PLANTEADO
MARKETING ON LINE	Marketing en <b>WEB</b>	Comunicación en <b>Facebook</b>	Comunicación en <b>Twitter</b>
Objetivo Final	Incremento de visitas y retorno de marca	Mejor visibilidad e incrementar visitas físicas a tienda	Mejor visibilidad e incrementar visitas físicas a tienda
Objetivos específicos	Imagen corporativa única	Comunidad activa: trasvase web y tienda física	Difundir perfiles redes y web corporativa
Plan de Acción Acordado	Diseño estructura básica y sencilla (responsive)	Plan de Comunicación Semanal	Plan de Comunicación Semanal
Resultados Alcanzados	Mayor N° Visitas e incremento tiempo de Navegación	1 contenido x1 interacción	1 contenido x1 interacción
Próximos Fase	Incorporar ecommerce	Twitter	Instagram
Acción	Definición pensando en Público Objetivo segmentado	Gestionar coordinadamente Social Media	Gestionar coordinadamente Social Media
Fecha implantación	2 meses desde planificación	3 meses desde lanzamiento web rediseñada o 1 mes y cambios paulatinos	3 meses desde lanzamiento web
Acciones concretas	Monitorizar visitas	Campaña publicidad en Facebook	contenidos locales ( Comunicación)
Metricas	N° visitas web	N° comentarios	N° compartidos
Imágenes sobre	Beneficios, Portfolio: productos, servicios	Beneficios consumo mis productos	Noticias relacionadas con mi producto

# FORMULA ÉXITO: PLANIFICACIÓN



- AUTODIAGNOSTICAR
- SEGMENTAR CLIENTES
- PRIORIZAR ACCIONES
- MEDIR
- PLANIFICAR
- ANTICIPARSE
- ADAPTARSE CAMBIOS

# RECOMENDACIONES

1. Tener **pasión** por el comercio.
2. **Identificar las necesidades** del cliente prioritario.
3. **Microsegmentar** la priorización de clientes.
4. Diseñar el **modelo de negocio** experiencial.
5. **Especializarse** sector y producto
6. **Diferenciarse** con valor añadido
7. Definir Modelo de negocio (Canvas, marketing mix)
8. Crear **marca** e imagen comercial.
9. Planificar **objetivos y retos** estratégicos.
10. **MEDIR, ANALIZAR Y AVANZAR.**

# EL ÉXITO ESTA EN VUESTRAS MANOS: PLANIFICAR e INNOVAR



¡No te rindas!  
¡Qué la vida es eso!  
Continuar el viaje,  
perseguir tus sueños,  
destrabar el tiempo,  
correr los escombros  
y destapar el cielo.

Mario Benedetti



# MUCHAS GRACIAS

#VillenaInnova



@CrisGaona



CristinaGaona@me.com



<https://www.linkedin.com/in/cristinagaona/>



<https://twitter.com/crisgaona>



<https://www.facebook.com/CristinaGaonaMarketing/>

ENCUENTROS EMPRESARIALES EN-CLAVE DE INNOVACIÓN