



El ajuste perfecto: Cómo el sistema POS adecuado puede beneficiar a tu negocio de ropa

Última modificación enero de 2024

No es ningún secreto que los compradores de ropa aprecian la facilidad y la rapidez del comercio electrónico.

Pueden elegir los estilos, los colores y las tallas, llenar sus cestas de la compra virtuales y, simplemente, hacer clic en «comprar». Aunque cada vez más clientes inician e incluso finalizan sus compras por internet, no dejan de visitar las tiendas físicas de las marcas de ropa.

Más de la mitad de los consumidores en un estudio reciente dijeron que preferían comprar ropa en las tiendas. Según otro estudio, más del 31 % de los consumidores estadounidenses recibieron sus compras en línea más recientes en la tienda, en comparación con el 23 % en 2021. En Australia, las empresas de ropa se han dado cuenta de que los compradores están diferenciando entre sus compras en internet y en la tienda, y están aplicando innovaciones digitales para facilitar la transición de los compradores entre canales.

Hay varias razones por las que los compradores siguen valorando la visita a una tienda física para comprar ropa: pueden probarse los artículos antes de comprarlos (lo que es especialmente importante para los europeos), pedir información y consejos al personal, e incluso entablar relaciones con sus vendedores favoritos. Está claro que la experiencia en la tienda sigue siendo muy importante para las marcas de ropa, un hecho que ni siquiera las que tienen plataformas de comercio electrónico excepcionales y una fuerte presencia en línea pueden permitirse pasar por alto.

Los sistemas de punto de venta (Point-Of-Sale, POS) pueden mejorar o arruinar la experiencia del cliente en un negocio de ropa. Los comerciantes que aciertan con un sólido sistema POS pueden satisfacer al comprador desde el momento en el que entra en sus tiendas, preparar a su personal para el éxito, y desplegar y ampliar rápidamente nuevas funciones y herramientas según sus necesidades. En cambio, los que optan por un sistema POS básico corren el riesgo de dejar al personal de ventas mal equipado para atender a sus compradores, lo que puede llevar a estos a buscar otras tiendas.

Entonces, ¿cómo puede el sistema POS de un negocio mejorar la experiencia de compra de sus clientes en la tienda? En este artículo, analizamos los retos a los que se enfrentan los vendedores cuando se esfuerzan por ofrecer interacciones excepcionales con los clientes a gran escala. También exploramos cómo Shopify POS, como producto integral, puede ayudar a las marcas a superar estos problemas integrándose plenamente con sus plataformas de comercio electrónico existentes. Esto se consigue proporcionando información de inventario en tiempo real y ofreciendo funciones destacadas para los clientes, entre otras cosas.

Echemos un vistazo a las funciones de POS que los negocios de ropa deberían tener en cuenta para destacar y mejorar la experiencia del cliente en tienda.



Retos en las compras y soluciones para POS

A la vez que las marcas de ropa trabajan sin descanso para construir y diferenciar sus marcas, sus esfuerzos por conectar con los compradores deben incluir experiencias de pago bien optimizadas. Esto es aún más importante para las empresas con varios establecimientos, ya que los compradores esperan que su experiencia de compra sea coherente en todos los canales y todas las tiendas.

Estos son algunos de los problemas comunes que afectan a los vendedores de ropa con varios establecimientos y cómo pueden aprovechar los sistemas POS integrales para resolverlos..

Gestión de inventarios

Puntos débiles

Los negocios de ropa con varios establecimientos se enfrentan al gran reto de gestionar su inventario en varios almacenes y tiendas. El inventario suele ser grande, y va y viene rápidamente. Además, la diversidad de tallas, colores y carácter estacional de la ropa lo complican todo aún más. Como resultado, las marcas de ropa a menudo pasan incontables horas inventariando sus existencias, y transportando artículos entre almacenes y tiendas, arriesgándose a quedarse sin existencias o a tener un exceso de ellas si no tienen en cuenta incluso las variables más pequeñas, como la talla o los colores.

Cómo puede ayudar el sistema POS adecuado

Uno de los superpoderes detrás de un sistema POS optimizado es que proporciona una visión unificada del inventario en todos los canales. Las marcas de ropa pueden estar al tanto en tiempo real de los niveles de existencias que cambian constantemente en las tiendas y almacenes, y no hay desconexión entre lo que está disponible para los compradores en línea y en la tienda. El software POS adecuado también proporciona a los vendedores de ropa las herramientas para analizar los datos de ventas, establecer tendencias y racionalizar el cumplimiento para mover las existencias con eficacia. Esto les ayuda a determinar con precisión la demanda y a mejorar la rotación de existencias, de modo que las estanterías de las tiendas se repongan constantemente y la ropa no se quede atascada en los almacenes.

En qué fijarse

Funcionalidad omnicanal que unifique la información de inventario obtenida de las ventas en línea y en tienda

Herramientas de previsión que permitan a los negocios de ropa mover los artículos de forma eficiente entre tiendas y almacenes

Software que rastrea los niveles de existencias en varios establecimientos en tiempo real para evitar la falta o el exceso de existencias

La ventaja de Shopify POS

Con Shopify POS, las empresas pueden hacer un seguimiento del estado del inventario de miles de establecimientos, acceder a información en tiempo real y utilizar herramientas de previsión para llevar los productos correctos a los lugares adecuados, tanto en la tienda como en internet.



Retención de clientes y gestión de relaciones con el cliente

Puntos débiles

Las empresas se benefician enormemente de la creación de relaciones sólidas con los clientes y recogen las recompensas en forma de pedidos más grandes, información sobre el historial de compras y fidelidad a largo plazo. De hecho, los estudios demuestran que solo el 20 % de los clientes de una empresa son responsables de alrededor del 80 % de sus beneficios. Sin embargo, la gestión de relaciones con el cliente (CRM) es un área en la que las marcas de ropa con varios establecimientos pueden no proporcionar una experiencia unificada. Sin un sistema POS integral con funciones de CRM y capacidad para sincronizar los perfiles de los clientes en todos los canales, las empresas tienen dificultades para hacer coincidir la información de los clientes en todas las ubicaciones. Esto puede costarles ventas y afectar a la fidelidad de los clientes si no pueden anticiparse a sus necesidades.

Cómo puede ayudar el sistema POS adecuado

Los sistemas POS integrales permiten a las marcas de ropa cotejar la información sobre las ventas con los perfiles de los clientes para garantizar que el personal tenga acceso en todo momento a los valiosos datos de los clientes, sus preferencias y las ofertas de fidelización. Unificar todo esto puede abrir la puerta a experiencias personalizadas que hagan que los clientes se sientan valorados, refuercen la fidelidad en todos los canales y les animen a realizar compras que de otro modo podrían no haberse planteado.

Un dependiente de la tienda, por ejemplo, podría revisar el perfil del cliente en la caja y darse cuenta de que se ha dejado un artículo en su carrito de compras en internet. El dependiente podría entonces recordarle al comprador el artículo pendiente e incluso mejorar la oferta con un descuento o una promoción especial. Este tipo de oportunidades de venta podría generar importantes beneficios, especialmente cuando casi el 70 % de los consumidores abandonan su carrito antes de hacer clic en «comprar».

Casi el 70 % de los consumidores abandonan su carrito antes de hacer clic en «comprar».



En qué fijarse

Integración con herramientas de CRM para gestionar las experiencias de los clientes en la tienda en función de sus preferencias individuales

Funciones integradas que vinculan los datos de los clientes en línea y en la tienda para proporcionar una experiencia consistente y coherente

Herramientas que permiten a las marcas adaptar las experiencias de pago a sus clientes, desde integraciones de fidelización hasta API que permiten experiencias de pago satisfactorias

La ventaja de Shopify POS

Con Shopify POS, las empresas pueden tratar a todos los clientes como VIP creando perfiles de cliente que rastreen el historial de compras, el gasto de toda la vida, las preferencias y mucho más. Las marcas pueden utilizar estos conocimientos para construir relaciones duraderas y recompensar a los clientes fieles con eventos exclusivos, descuentos y otras ventajas.

Gestión de datos

Puntos débiles

No poder recopilar, conciliar y sacar partido de los datos puede ser otro problema para las marcas de ropa. Por ejemplo, si los vendedores no pueden registrar sus ventas tanto en línea como en tienda a través de un único sistema, necesitan invertir tiempo y recursos para ajustar las discrepancias en sus inventarios y resolver la escasez de productos en almacenes y tiendas. Las interacciones con los clientes, los procesos de gestión de inventarios y los historiales de pedidos proporcionan una gran cantidad de información valiosa, pero solo si las empresas son capaces de analizar, gestionar y utilizar la información de los clientes disponible en todos los canales.

Y hay muchas pruebas que demuestran lo que las empresas pueden ganar invirtiendo en análisis y gestión de datos. Los estudios demuestran que, durante la pandemia, los 25 vendedores con más éxito recurrieron en gran medida a sus capacidades digitales, incluido el análisis de datos, para superar a los que tardaron más en adoptar la tecnología digital. Esto hizo que los vendedores líderes fueran un 83 % más rentables.

Las interacciones con los clientes, los procesos de gestión de inventarios y los historiales de pedidos proporcionan una gran cantidad de información valiosa.

Cómo puede ayudar el sistema POS adecuado

Un potente sistema POS unifica los procesos de back-office y ahorra tiempo a los gerentes y empleados de las tiendas al conectar los datos de clientes, ventas e inventario en todos los canales y tiendas en tiempo real. El software en el que se basan estos sistemas puede recopilar y procesar datos de ventas que ayudan a los negocios de ropa a descubrir las tendencias de los clientes y combinarlos con datos de inventario para asegurarse de que tienen lo que los compradores quieren.

Los sistemas POS verdaderamente transformadores pueden facilitar aún más las cosas mediante cuadros de mando personalizables. Esto da a las marcas y a su personal un control total sobre la información a la que acceden, permitiéndoles mostrar los datos más relevantes para sus necesidades.

En qué fijarse

Herramientas que sincronizan los datos de los clientes en todos los canales para garantizar que el personal de la tienda tenga acceso a la información más actualizada del cliente en la caja

Integración con software que rastrea los datos del comercio electrónico, dando a los dependientes de las tiendas una visión completa de las preferencias de sus clientes y la posibilidad de recomendar artículos u ofrecer ventajas de fidelidad

La capacidad de conciliar los datos de todos los canales para obtener información como qué productos se venden bien y en qué momentos

La ventaja de Shopify POS

Shopify POS proporciona informes omnicanal basados en datos para que los negocios de ropa puedan analizar sus datos de ventas en detalle. Las marcas pueden tomar decisiones informadas con informes detallados por empleado, establecimiento, periodo de tiempo o cliente. Informe de ventas por ubicación de facturación, por ejemplo, muestra cómo aumentan las ventas en línea cerca de una tienda concreta, mientras que informe de clientes a lo largo del tiempo describe cuántos clientes nuevos hicieron su primera compra en una tienda.



Venta omnicanal

Puntos débiles

A los compradores no les gusta limitarse a un solo canal. Según un estudio reciente, el 22 % de los consumidores afirmaron que piensan combinar sus pedidos en línea con visitas a la tienda. Hacer un seguimiento de sus pedidos y datos a medida que pasan de un canal a otro es una necesidad, pero puede resultar difícil sin la ayuda de un sistema POS unificado.

Los canales de venta aislados crean una experiencia desordenada para los compradores, dejando al personal de la tienda sin información sobre las preferencias de compra del cliente y haciendo que los clientes busquen competidores que puedan anticiparse a sus necesidades a través de diferentes canales. También dificultan que las marcas de ropa sigan siendo flexibles en términos de cumplimiento, ya que los vendedores sin canales de venta unificados dependen de cadenas de suministro e información de datos en silos que les ponen en riesgo de desabastecimiento o exceso de existencias.

Cómo puede ayudar el sistema POS adecuado

Los clientes de hoy quieren tener la libertad de hacer sus compras digitalmente, en la tienda, o incluso utilizando una combinación de ambos canales. El sistema POS de una empresa debe ser capaz de satisfacer las necesidades de los clientes en cada punto de compra, por ejemplo mediante la compra en línea y recogida en tienda (Buy Online, Pick-up in Store, BOPIS), opciones de cambio o devolución en tienda para compras en línea y tarjetas regalo que funcionen en todos los canales. También esperan poder encontrar o comprar lo que quieren y recibirlo en su casa cuando visitan la tienda. Una estrategia de ventas omnicanal lo hace posible, mejorando la eficiencia en el cumplimiento de pedidos en todos los canales.

En qué fijarse

Una solución única que permite a las empresas vender allí donde estén sus clientes sin crear silos de inventario o datos

Software que permite a los compradores que han adquirido ropa en internet cambiar o devolver sus artículos en la tienda sin complicaciones

Capacidades de elaboración de informes que combinan a la perfección la información de las ventas en línea y en tienda

La ventaja de Shopify POS

Shopify POS proporciona una experiencia unificada que da a las marcas de ropa las herramientas y los datos para vender a través de múltiples canales y ofrecer una experiencia consistente y agradable a sus clientes, tanto si compran en línea como si lo hacen en cualquier establecimiento.



Gestión del personal

Puntos débiles

Dotar de personal a una tienda puede ser abrumador. Los empleados de cada nuevo establecimiento deben establecer sistemas para rastrear, controlar y gestionar su inventario y los datos de los clientes, lo que puede llevar mucho tiempo y ser complejo. Muchas marcas de ropa ofrecen comisiones u otros incentivos de ventas a sus empleados, lo que hace aún más importante la elaboración de informes precisos y la verificación del rendimiento. Una solución POS optimizada facilita estos procesos, pero los vendedores que confían en sistemas inconexos corren el riesgo de confundir a su personal con errores de duplicación de datos, conciliación manual y evaluaciones de rendimiento imprecisas que no tienen en cuenta las ventas ganadas con tanto esfuerzo.

Cómo puede ayudar el sistema POS adecuado

Un sistema POS integral hará que todo funcione mejor y proporcionará a todo el personal, desde los que trabajan en la tienda hasta los del almacén y la oficina, datos e información en tiempo real, lo que garantiza que tengan acceso solo a lo que necesitan. Los sistemas POS optimizados también ofrecen un potente hardware que permite al personal de la tienda cerrar una venta en mitad de la tienda o en el mostrador para evitar la escasez de personal y ofrecer una experiencia de cliente fluida. Además, los sistemas POS potentes pueden realizar un seguimiento preciso del rendimiento y asignar las ventas al personal adecuado. Esto garantiza que el personal sea recompensado por su duro trabajo en la tienda y esté disponible cuando más se le necesita en las horas más concurridas.

Un sistema POS integral hará que todo funcione mejor y proporcionará a todo el personal datos e información en tiempo real.



En qué fijarse

La posibilidad de crear un número ilimitado de perfiles de POS para el personal, lo que permite a los negocios de ropa escalar sin problemas a medida que añaden tiendas o empleados

Controles que permiten a los gerentes revisar y aprobar determinadas tareas o funciones, como procesar devoluciones u ofrecer ventajas o descuentos

Software que proporciona a las marcas información en tiempo real sobre el rendimiento del personal, para que puedan ayudar a su equipo a celebrar éxitos y a aumentar el personal en las horas más concurridas

La ventaja de Shopify POS

Tanto si las marcas emplean equipos de 10 como de 200 personas, Shopify POS les permite gestionar su personal con facilidad. Con funciones como roles y permisos personalizados, la posibilidad de añadir personal ilimitado y atribuciones de ventas al personal, Shopify POS tiene las herramientas que necesitan para gestionar a los empleados en diferentes establecimientos. También proporciona herramientas específicas para gerentes que realizan un seguimiento preciso de las métricas de cada dependiente y proporcionan información sobre su rendimiento.

Extensibilidad

Puntos débiles

Las empresas medianas que quieren seguir creciendo necesitan un sistema POS que evolucione con ellas. Mientras que las soluciones POS preconfiguradas son ideales para las marcas más pequeñas, las empresas más grandes pueden necesitar personalizaciones para llevar sus sistemas POS al siguiente nivel. Los sistemas POS rígidos también atan a las empresas a funciones específicas sin ofrecer acceso a nuevas funciones a medida que crecen. El reto consiste en encontrar el sistema POS adecuado que pueda adaptarse sin problemas a las ampliaciones.

Cómo puede ayudar el sistema POS adecuado

Los sistemas POS adaptables proporcionan herramientas como extensiones de interfaz de usuario (User Interface, UI) y API, además de una gama ya de por sí sólida de funciones, lo que permite a las marcas de ropa adaptar su sistema POS exactamente a sus necesidades. Las empresas también pueden confiar en sistemas POS flexibles para integrarse con funciones como aplicaciones de fidelización.

En qué fijarse

Un sistema POS que ofrece aplicaciones que se pueden integrar sin problemas con su software POS para que los empleados puedan aprovechar los complementos con facilidad

Un proveedor de POS que actualiza regularmente las bibliotecas de componentes para ayudar a las empresas a desbloquear nuevas oportunidades de flujo de trabajo

La ventaja de Shopify POS

Con las extensiones de interfaz de usuario de POS para Shopify POS, las marcas pueden mejorar su experiencia de usuario. Pueden personalizar fácilmente sus sistemas POS con funciones creativas que se integran a la perfección y de forma nativa con Shopify. Estas extensiones proporcionan a las empresas la flexibilidad y agilidad que necesitan para integrar funciones personalizadas y destacar entre la competencia.

La conclusión

Los sistemas POS que eligen los negocios de ropa con varios establecimientos desempeñan un papel fundamental en el éxito de sus estrategias de venta omnicanal, la preparación de sus empleados, la experiencia de compra de sus clientes y, en última instancia, su capacidad de crecer y escalar. Elegir un sistema POS básico que carezca de flexibilidad y no se integre con las plataformas de comercio electrónico crea silos de datos y deja poco margen de adaptación a los cambiantes hábitos de los clientes, lo que puede repercutir negativamente en su experiencia de compra con una marca de ropa.

Por eso es tan importante incorporar una oferta de POS optimizada. Un sistema POS integral permite a las empresas derribar las barreras entre back-office y ventas, saber qué clientes inician y completan las compras en todos los canales, y obtener información en tiempo real sobre la gestión del inventario.

[Shopify POS](#) es ideal para mantener sincronizados los proceso de back-office de las marcas y darles la adaptabilidad necesaria para controlar el inventario y las existencias de una forma que tenga sentido para cada tienda y temporada. El personal puede acceder a los datos para ver al instante cuánto inventario hay disponible y, con el hardware de Shopify, como [POS Go](#), puede realizar el pago de forma segura en cualquier parte de la tienda. Ponerse en marcha con Shopify POS también es pan comido, con funciones listas para usar que harán que la caja del negocio esté lista y funcionando en cuestión de minutos. Al mismo tiempo, da la oportunidad de conectarse a extensiones de la interfaz de usuario para que el personal ajuste sus sistemas y proporcione ventajas que sorprendan a los compradores.

Los sistemas integrales de POS pueden inspirar y poner al tanto al personal de las marcas de ropa, cumplir con lo que necesitan sus clientes en todos los canales y evitar problemas logísticos mientras crecen. Es hora de que las marcas encuentren el sistema POS perfecto para llevar su negocio a nuevas cotas.

Hablemos

