

Nota de Prensa

Título: El Grupo Aeroportuario del Pacífico y Veris Behavior transforman las reglas del juego con la primera tienda de Aeropuerto del mundo en Realidad Virtual.

Cuerpo

El Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP) en su misión por apostar por la innovación y las nuevas tecnologías para conocer mejor a sus clientes y maximizar la eficiencia en actividades y procesos ha contratado a la startup española de Realidad Virtual y neuromarketing Veris Behavior.

Veris Behavior, startup que participó en el II Programa de Incubación de La Nave, desarrolla tecnología de Realidad Virtual para hacer estudios del consumidor inmersivos con el fin de ayudar a las empresas a validar sus estrategias de marketing y comerciales antes de lanzarlas al mercado. Para lograrlo, se diseña la tienda completa del Aeromarket en Realidad Virtual y se llevan compradores reales a la experiencia inmersiva para simular su proceso de compra y poder entender cómo reaccionan a los diferentes cambios, ya sean de precios, organización de la tienda, promociones, nuevos productos, entre muchas otras cosas.

“Para diseñar la experiencia, nos reunimos con el equipo de GAP y definimos cuáles eran sus objetivos, qué preguntas de negocios querían responder, así como definir muy bien el journey del cliente. Con esto, diseñamos qué instrucciones darle al comprador una vez esté dentro de la tienda y qué datos capturar. Nuestra tecnología nos permite no solo simular la tienda en Realidad Virtual, sino que tiene eyetracking integrado, lo que nos permite saber dónde está la atención del cliente todo el tiempo. Al final sabemos qué hace, dónde está su atención y hacemos preguntas inmersivas para que también declare la intención de las acciones.” comenta Alekos Martínez, CEO de Veris Behavior.

La realidad virtual, con su capacidad de generar presencia, es una herramienta idónea para estudiar al cliente dentro del ambiente real de compra sin llegar a ser intrusivos. El cliente puede caminar por toda la tienda, interactuar con los productos, añadir o quitar productos del carrito e interactuar con todos los elementos de la tienda.

El GAP, en su visión de negocio, tiene como pilar el conocer mejor a sus clientes para poder agregar estratégicamente líneas de negocios que beneficien sus necesidades, el cliente es lo principal, y entenderlo mejor, les ayudará a servirle mejor. Igualmente, están creando muchas iniciativas para mejorar la experiencia del cliente durante toda su jornada. Esto, sumado a una apuesta clara por las mejores tecnologías disruptivas a nivel global, los han llevado a apostar por este proyecto de la mano de Veris Behavior.

Igualmente, este proyecto está destinado a impulsar las tiendas de conveniencia Aeromarket, tiendas dentro de los aeropuertos que opera GAP directamente como grupo y que en 2023

estarán cerca de 30 unidades abiertas al público. Las tiendas Aeromarket se unen a esa apuesta del grupo por satisfacer todas las necesidades del cliente, incluso entrando al mundo operativo del retail, que no es tan común dentro de la industria.

La tienda Aeromarket en Realidad Virtual estará lista para mediados de 2023, la primera de su tipo, y definitivamente cambiará la forma en la que los aeropuertos entienden a sus clientes y cómo diseñan experiencias optimizadas para ellos. Bienvenidos al futuro de la investigación y al futuro de las compras dentro de los aeropuertos.

FOTOS A UTILIZAR



Grupo
Aeroportuario
del Pacífico

