

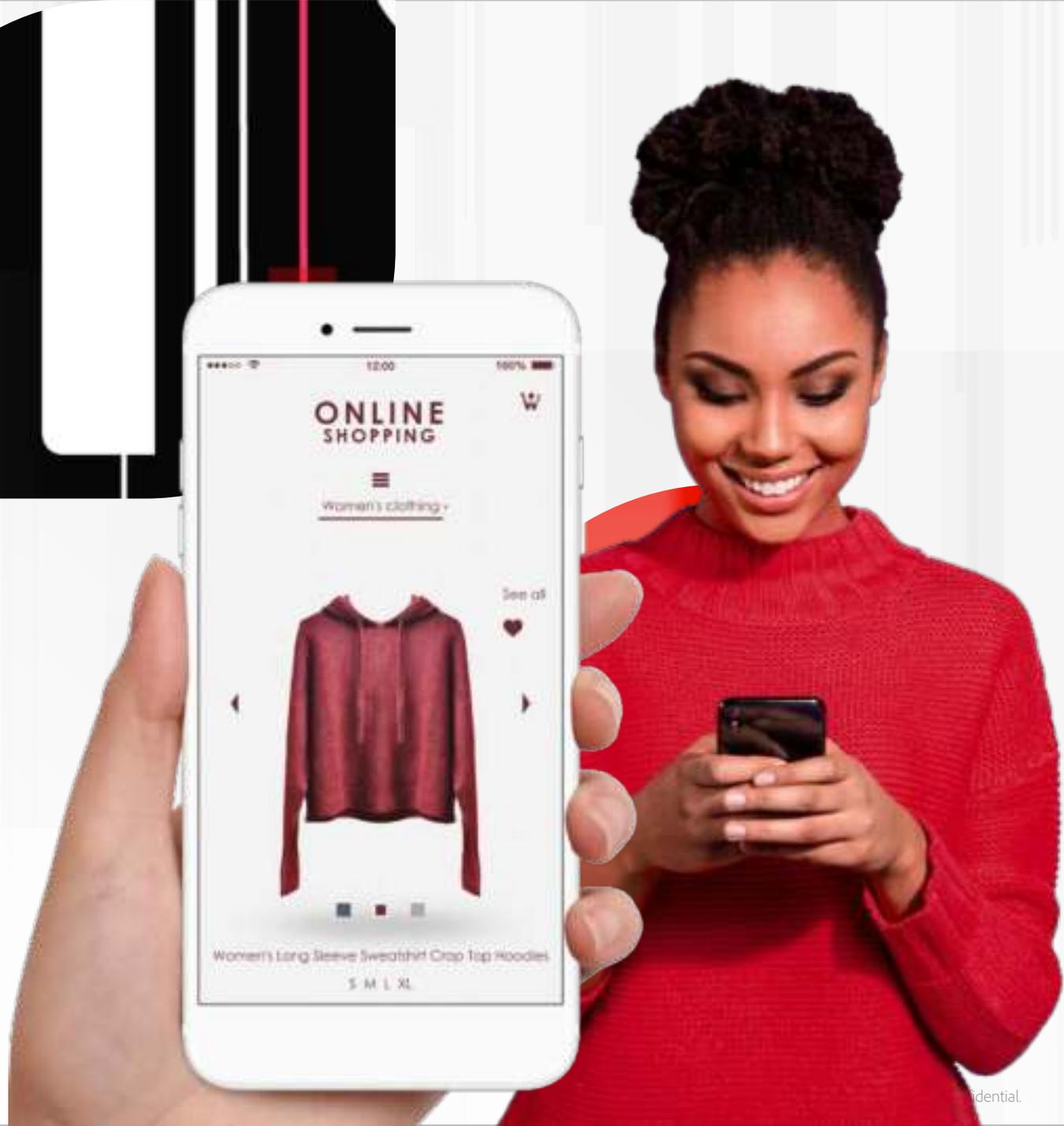
Changing the World

Through Digital Experiences

come in we're
OPEN

Entregue una Experiencia Personalizada

La experiencia del
Cliente esta
Evolucionando



Transformación Digital

Enterprise Evolution

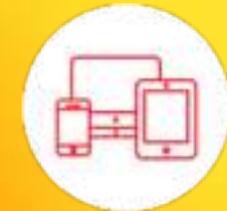
Back
Office Wave
(ERP)



Front
Office Wave
(CRM)



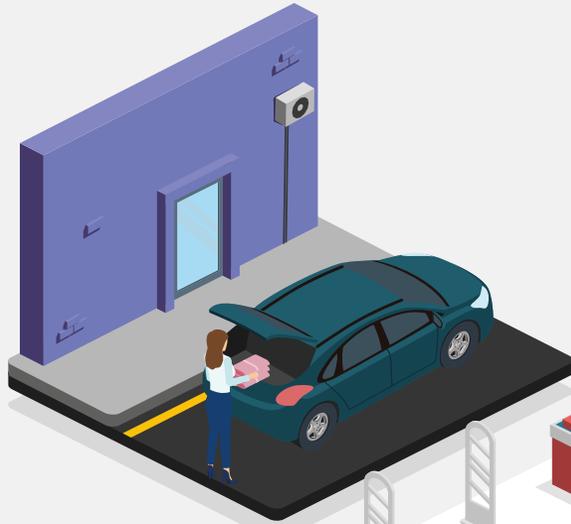
Experience
Business Wave



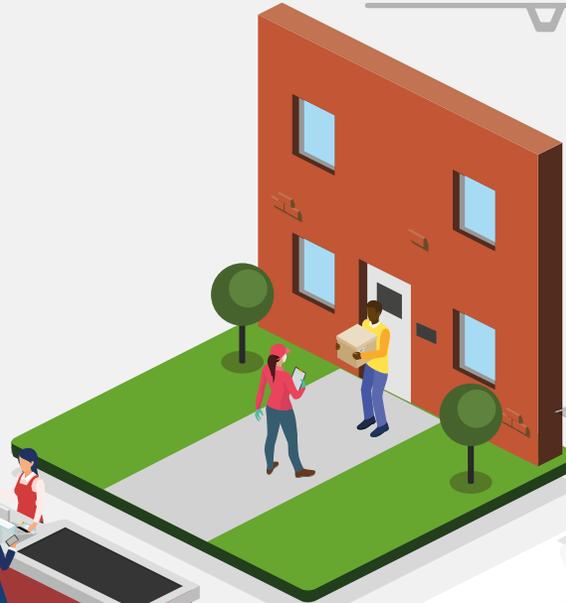
Transforme el negocio según las necesidades de los clientes

Omnichannel, the "Future of Store"

Curbside Pick-up



Home Delivery



Local Pick-up



After

COVID-19



BOPIS



Secure Locker



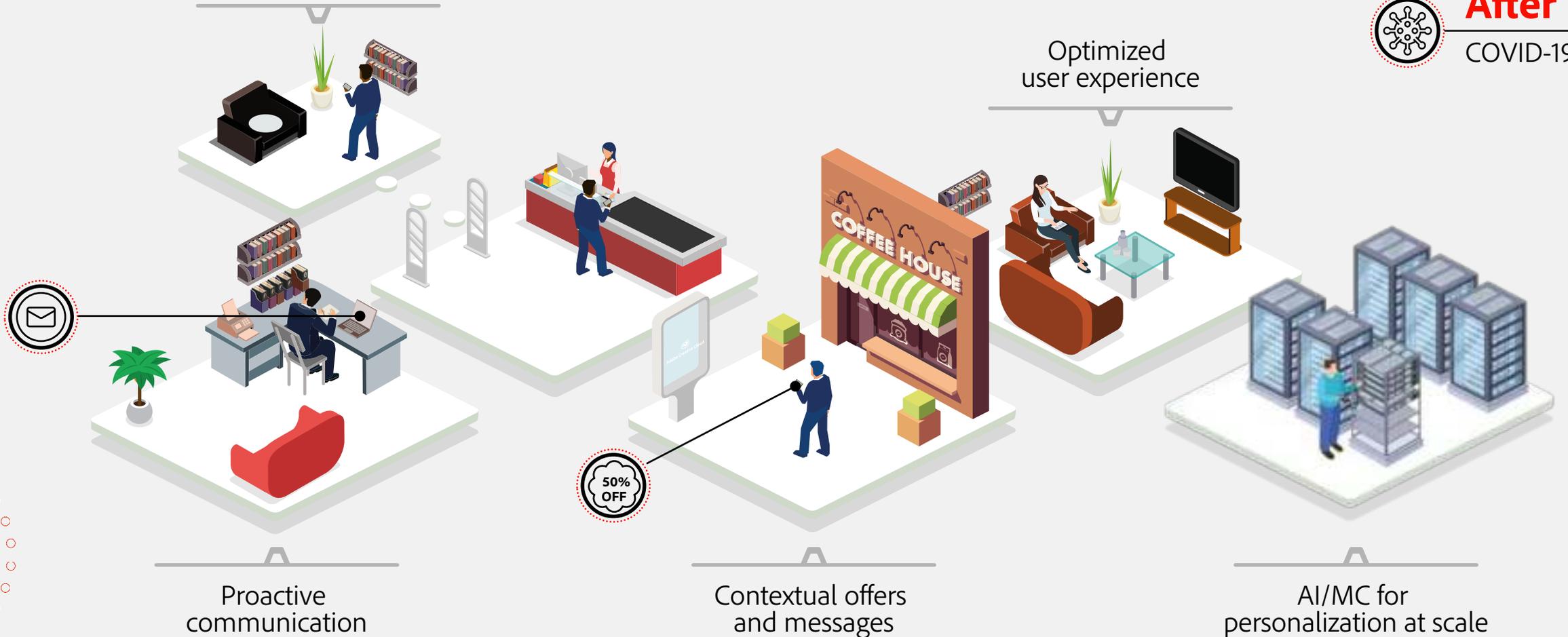
Showroom Shopping



Transforme el negocio según las necesidades de los clientes

Omnichannel, the "Future of customer interaction"

Connect online & offline



COVID-19 ha introducido nuevas tendencias y ha acelerado las existentes

Temporary, Pandemic-Specific Trends



La mayoría de los consumidores están reduciendo su gasto discrecional debido a que la incertidumbre influye en la toma de decisiones.



Las actividades de ocio como compras, cenas, eventos en vivo y viajes, están disminuyendo como una prioridad.



Los consumidores muestran preferencias cada vez mayores por los productos y las compras localizados.



Los consumidores se están volviendo hacia adentro y se están enfocando en bienes "anidables" (ropa informal y artículos para el hogar)

Long-lasting, Industry-Transforming Trends



Las generaciones Y y Z están consolidando su posición como clientes prioritarios y principales influencers.



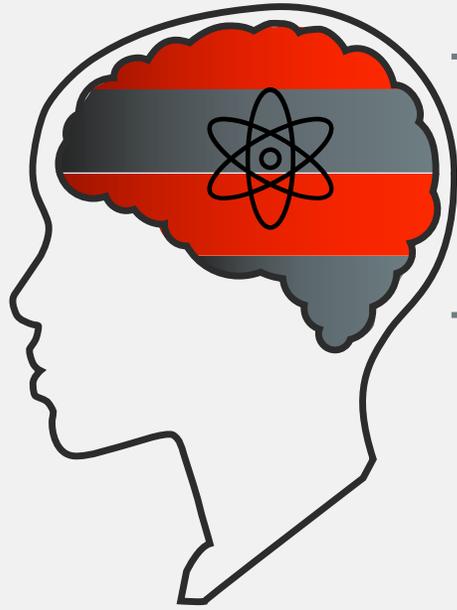
Enfoque continuo en el propósito y la responsabilidad de la marca, en particular la sostenibilidad.



La digitalización del recorrido del cliente se ha convertido en la norma con cada vez más puntos de contacto de influencia digital



Los consumidores están remodelando la propiedad e impulsando a las marcas a adoptar nuevos modelos comerciales



- Siempre conectado
- Prospera con las experiencias
- Agnostico a los canales.
- Esquivo a la lealtad

People buy Experiences

Experience Data Model

1.6x



customer
lifetime value

1.9x



average
order value

1.7x



customer
retention

1.6x



customer
satisfaction rates

1.6x



brand
awareness

1.5x



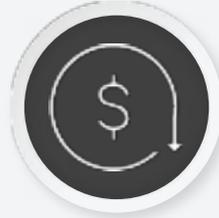
employee
satisfaction

Source: Forrester ([LINK](#))

BUSINESS OBJECTIVES



Grow Revenue



Reduce Costs / Improve
Operational Efficiency



Attract new customers and
increase loyalty



DIGITAL OBJECTIVES



Transform customer experience
(personalized experience)

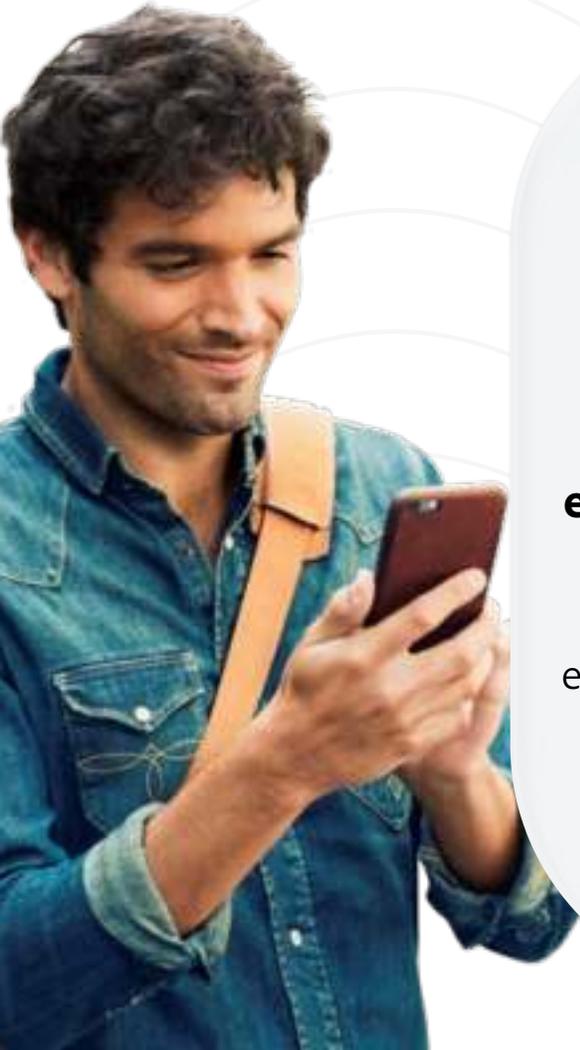


Improve digital operations and
efficiency



Create seamless experiences across
touchpoints (customer journey)

Áreas de enfoque de los minoristas de ropa y lujo durante / después COVID-19



Rediseñe la experiencia Retail

Cree compras sin fricciones (en línea y en las tiendas) incluido el autoservicio, sin contacto, BOPIS.



Optimice el viaje del cliente

Permita que los clientes tengan experiencias conectadas y eficientes en cualquier pantalla o ubicación.



Personalización de escala

Aproveche la IA/ML para anticipar los deseos, hacer recomendaciones de compra y ayudar a filtrar las opciones.

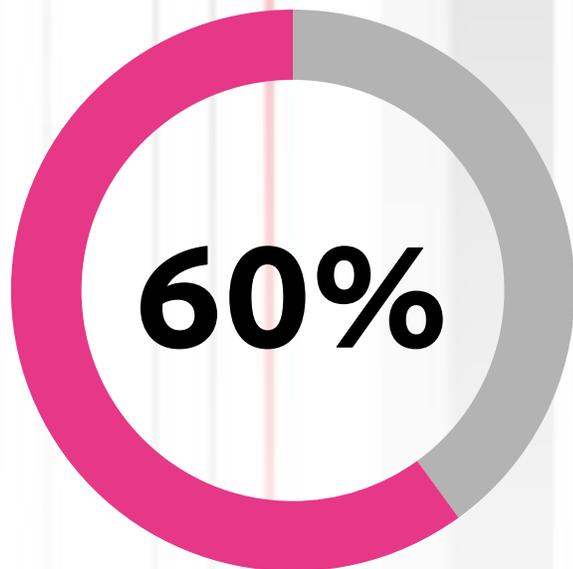


Haga que el contenido sea significativo

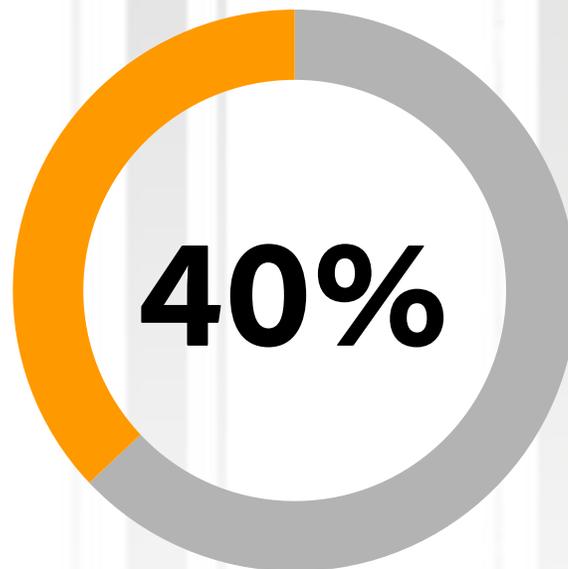
Asegúrese de que las ofertas se alineen con las preferencias nuevas y cambiantes y considere continuamente los comportamientos de compra.

Personalización permite a las empresas de moda ofrecer una experiencia diferenciada para cada cliente.

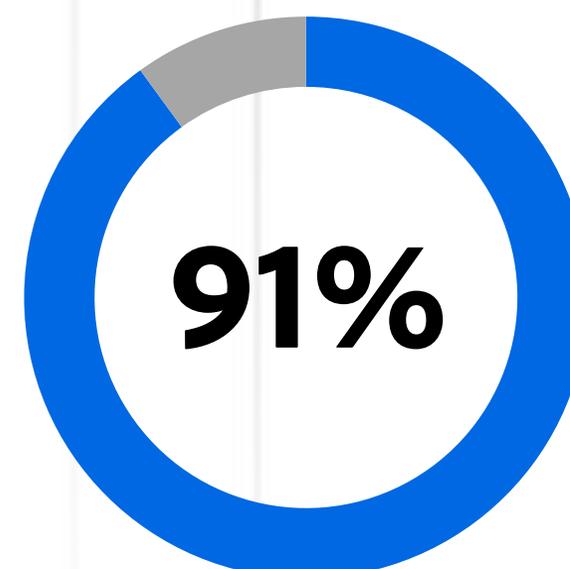




los consumidores no sienten como si "se vieran a sí mismos" en los sitios web de las marcas con las que interactúan



de los ejecutivos dijeron que sus esfuerzos de personalización de clientes han afectado directamente el tamaño del carrito en canales D2C



los consumidores tienen más probabilidad de comprar con marcas que los reconozcan y proporcionen ofertas relevantes.

Empiece por la personalización: Requisitos para el éxito en Commerce

1

**Content
Management**

2

**Customer
Segmentation**

3

**Product
Recomendation**

4

**Content Staging
& Preview**

5

**Artificial
Intelligence**

Tacticas Digitales

- Páginas de inicio con banners dinámicos, ofertas promocionales personalizadas o bloques de contenido que el cliente prioriza o secuencia de manera diferente.
- Páginas de categorías que clasifican de forma dinámica productos u ofertas según las preferencias de los clientes, ubicaciones o categorías de servicios.
- Experiencias que se adaptan en tiempo real al contexto actual del cliente, basadas en comportamientos de navegación durante la sesión.
- Correos electrónicos relevantes donde más del 75% del contenido se personaliza mediante el ensamblaje de contenido dinámico

Tacticas Offline

- Cupones personalizados en punto de venta generados en los recibos
- Los asociados de la tienda o los Call Center pueden acceder a las preferencias de los clientes, las listas de deseos, historial de navegación y comportamiento de compra.
- Notificaciones push / SMS activadas por comportamiento: por ejemplo, ofertas en la tienda, alertas en viajes, notificaciones basadas en acciones financieras.
- Servicios de conserjería o asistencia de compras.

jazmin chebar

- **Aumento de las ventas** al dar vida a la ropa y los accesorios a través de contenido dinámico
- **Enfoque omnicanal** ofreciendo productos y lanzando **100 nuevas piezas online cada 15 días**
- Crecimiento del **85%** de la fidelización de cliente



"Con Adobe Commerce, fusionamos arte y tecnología para hacer de nuestra ropa y accesorios la estrella del espectáculo."

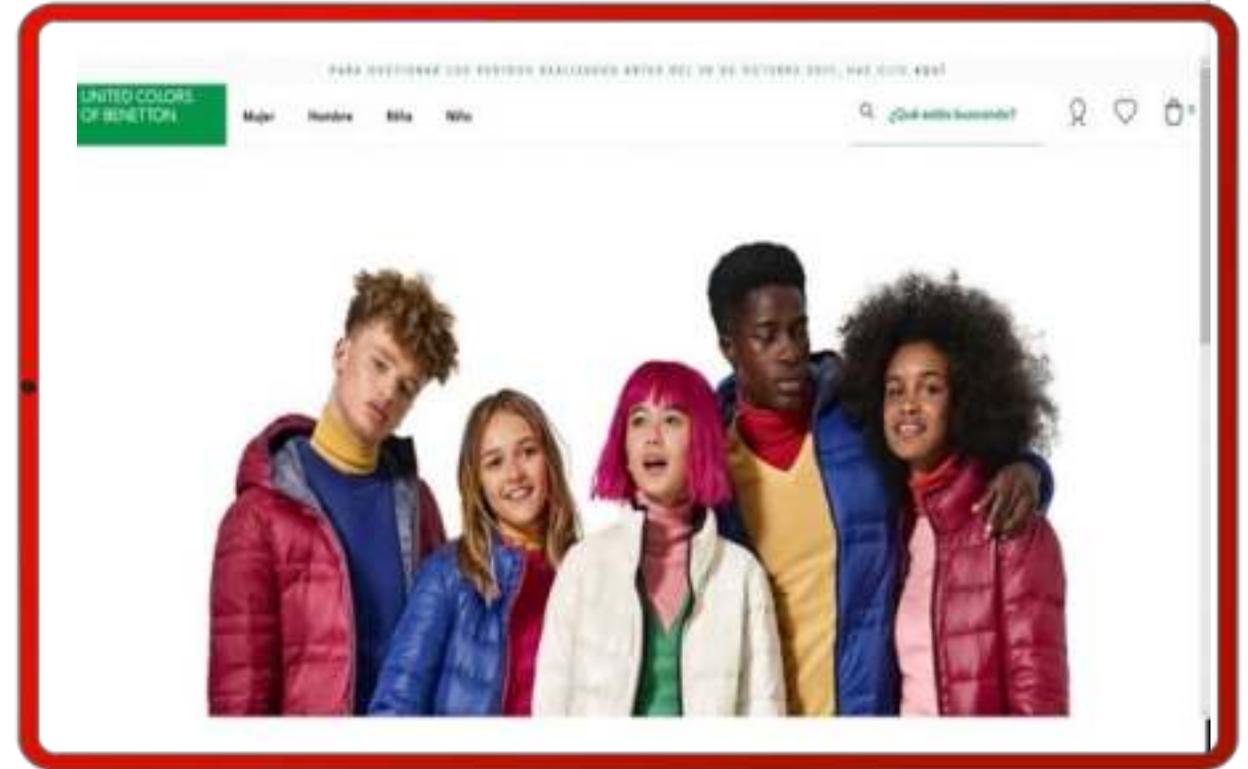
Alan Soria

Gerente Regional de e-Commerce, Jazmin Chebar

UNITED COLORS
OF BENETTON.

<https://business.adobe.com/cl/customer-success-stories/benetton-case-study.html>

- Estableciendo **seguidores leales** para Benetton
- **Aumentando el tráfico, los ingresos del sitio y reduciendo la tasa de rebote en un 3%**
- **Creando una base de mejores prácticas** para introducir la marca Benetton en nuevos mercados.



“Usamos Adobe Commerce para darle vida a nuestra ropa en la pantalla, para presentar vistas de 360 grados y mostrar atributos de tendencia.”

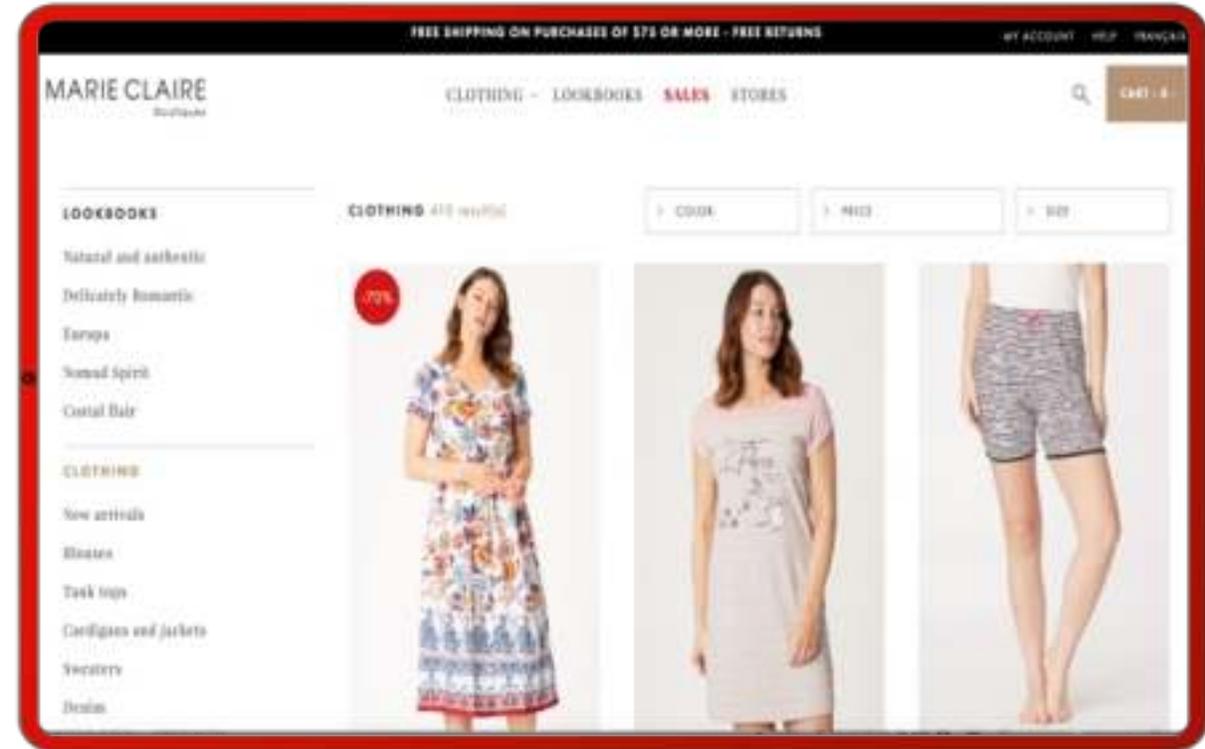
Regina Carpizo

Jefa de e-commerce, Benetton México

MARIE CLAIRE

Boutiques

- **Omnicanal.** Mas de 1,500 ítems despachados cada semana.
- **Aumento del ticket promedio.** Crecimiento +30% YoY del ticket.
- **Optimizando el Covertion Rate.** Mejora del 40% en los índices.



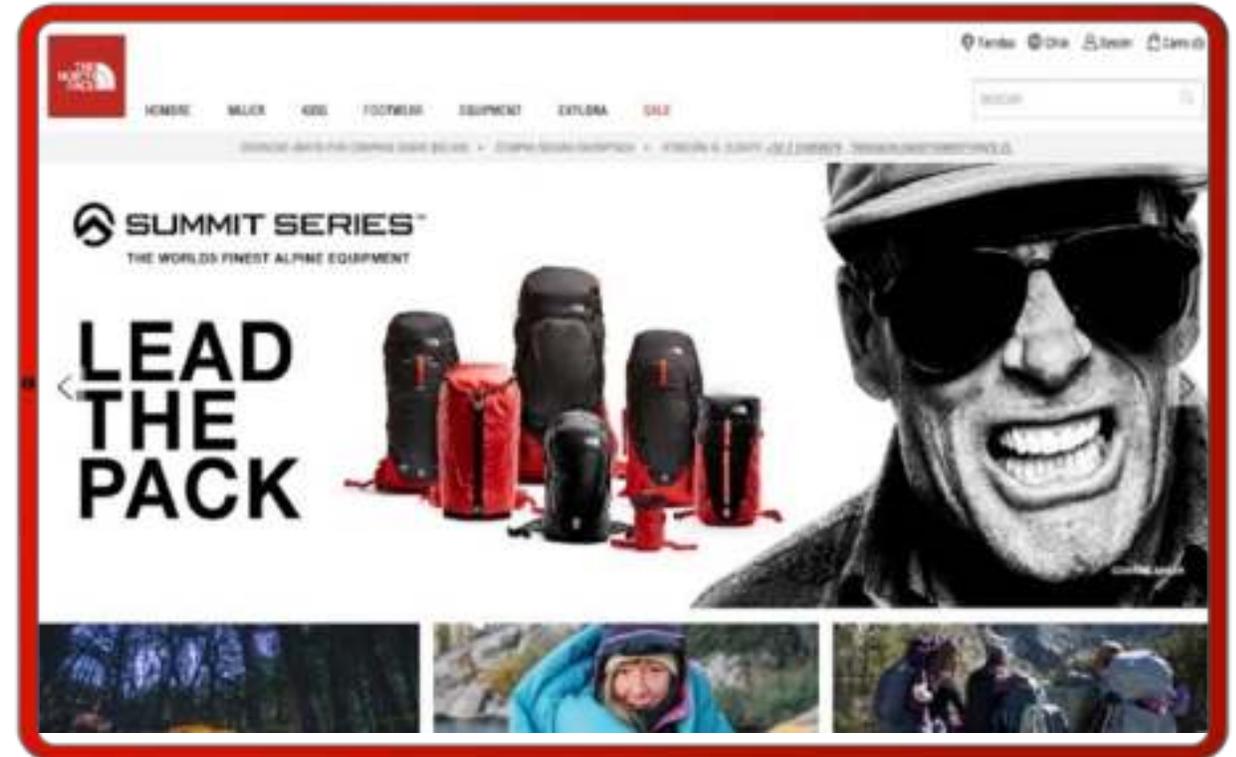
“Pasar a la tecnología digital y proteger las relaciones con nuestros clientes fue fundamental. En un mes, el ecommerce ya representaba el 4% de las ventas.”

Martin Delisle

Vp e-commerce Marie Claire



- **Mutisite.** Mas de 18 sitios administrados con una sola plataforma.
- **Aumento los ingresos del sitio.** Crecimiento +72% YoY en el ultimo Cyber Monday
- **Optimizando el Covertion Rate.** Mejora del 70% en los índices.



Adobe Commerce – Some Retail customers in Latam

jazmin
chebar

Uppi

ALDO

HH
HELLY HANSEN

TOUS

ISADORA

LVMH
MOÏT HENNESSY, LOUIS VUITTON

GAP

PUMA

THE
NORTH
FACE

MAUI

RIP CURL

benetton

infanti

SPARTA

OUTDOOR
BOITE

new balance.

HANES
Brands Inc

DC
DCSHOECOUSA

TODOMODA

Grisino
Infra para Jnior

UGG

GARMIN

AMPHORA

ROSSIGNOL

EVERLAST

MARIE CLAIRE
Boutiques

FASHION PARK

solo
deportes

Timberland

BR
BANANA
REPUBLIC

paruolo

kipling

HEAD
MOVING EFFICIENT

MAMMUT
SWISS 1862

Thank you



Max Ruiz

Regional Sales Manager

Adobe Commerce

mruiz@adobe.com

+569 9320 3359