



¿Qué tan bien me conoces realmente?

La evolución del
comercio personalizado

Marzo 2025

Un informe de perspectivas de Circana

La personalización es la clave para una relación auténtica uno a uno con los clientes y puede ayudar a mejorar las ventas y las experiencias de marca curadas. En última instancia, impulsa el rendimiento y mejores resultados para los clientes. Y aunque los datos y el análisis están en el corazón de cualquier estrategia de personalización, las mejoras en la tecnología digital han revolucionado las estrategias de personalización de marcas y minoristas.

La personalización ha evolucionado rápidamente desde interacciones en ventas directas con clientes efectivas pero limitadas en escala, como los monogramas, hasta ahora capitalizar la gran cantidad de información personal generada por la explosión del comercio electrónico, el marketing basado en datos y los rápidos avances tecnológicos en IA y aprendizaje automático.

Todo esto combinado empodera a los minoristas con un acceso sin precedentes a una plétora de datos de consumidores en tiempo real, como el comportamiento de navegación, el historial de compras y la información demográfica que juntos entregan un arsenal personalizado de estrategias de comunicación de compras meticulosamente adaptadas para predecir con precisión las preferencias del consumidor. El resultado es un producto o servicio hiperpersonalizado altamente atractivo y efectivo, clave para impulsar el crecimiento sostenido y la lealtad.





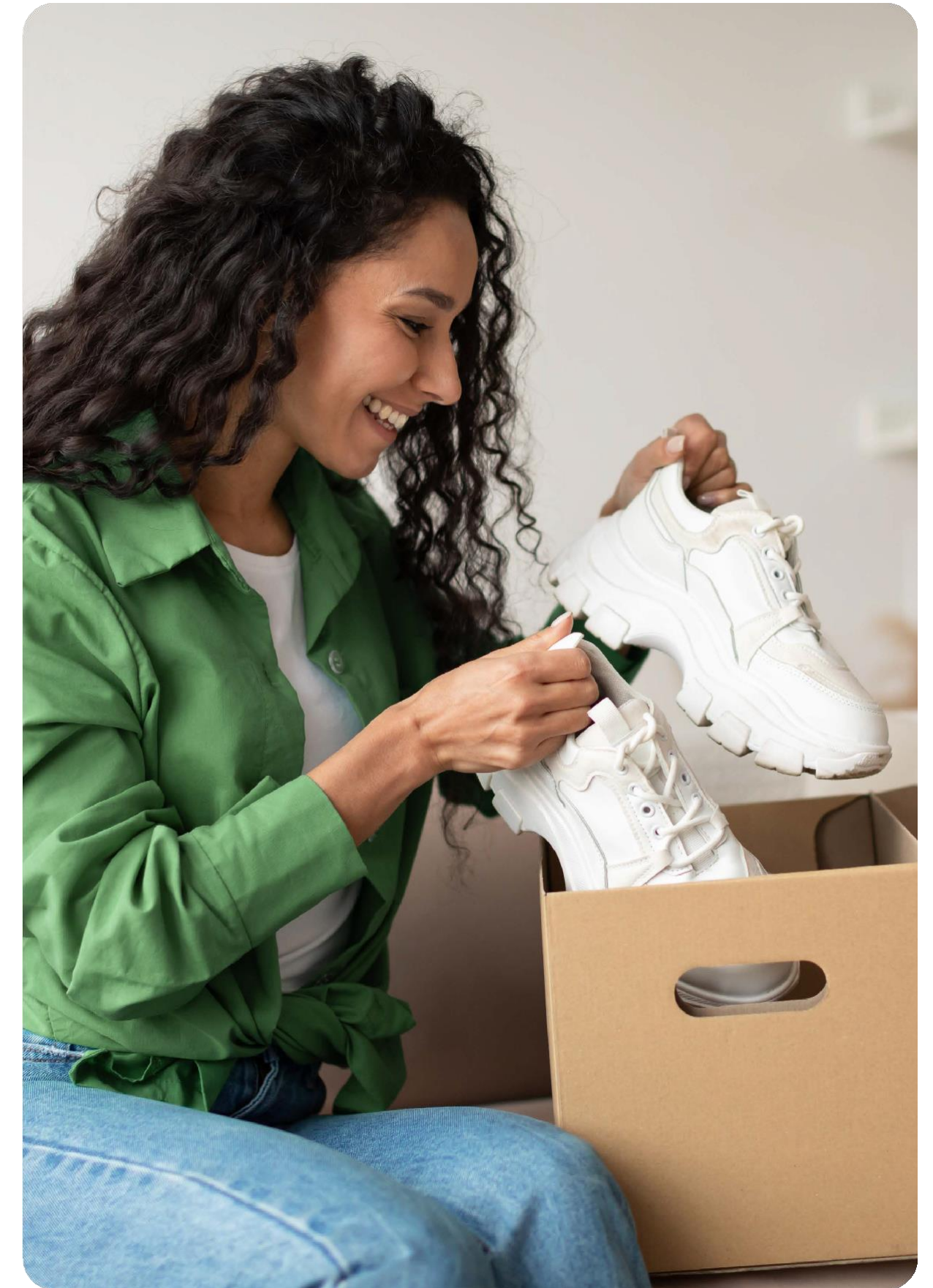
Personalizado es lo
más poderoso para
convertir **navegadores**
en **compradores**

Una gran experiencia personalizada puede volverse esencial en la vida o en las compras de alguien y proporcionar el potencial para remodelar no solo una relación con el cliente, sino incluso una categoría. Los consumidores ahora lo exigen. De hecho, con **“hasta el 95 por ciento de las decisiones de compra de alguna manera influenciadas por nuestra mente subconsciente”**¹ ¿imaginas las posibilidades cuando las estrategias de personalización están respaldadas por análisis de datos avanzados y entrega rápida? Las marcas y los minoristas pueden anticipar y satisfacer los deseos de los consumidores con experiencias hiperpersonalizadas sin igual.

El comercio personalizado abarca cada punto de contacto con el cliente en el nivel más profundo de compromiso, construyendo relaciones más fuertes y fomentando la lealtad y la confianza del cliente. También permite que las marcas se destaquen en un mar de uniformidad: piensa en una categoría abarrotada con mensajes de marketing genéricos. La personalización también demuestra cómo tu marca valora a tus clientes como individuos, mejorando así la afinidad y la defensa de la marca. Y proporciona valiosos conocimientos en tiempo real basados en datos sobre el comportamiento del consumidor, lo cual es crítico para compras o ajustes en el momento.

A medida que la tecnología evoluciona, el potencial de personalización es infinito. Pero ya ofrece:

- **Mayor compromiso del cliente** – Cuando los consumidores sienten que entiendes sus preferencias y anticipas sus necesidades, aumenta la lealtad. Las recomendaciones personalizadas, las promociones dirigidas y el contenido personalizado fomentan conexiones más profundas.
- **Aumento de ventas e ingresos** – Al adaptar las recomendaciones de productos y las promociones a las preferencias individuales, puedes aumentar la probabilidad de conversión. Esto ha demostrado llevar a valores de pedido promedio más altos y aumentar los valores de vida del cliente.
- **Mejora de la retención de clientes** – El comercio personalizado ofrece experiencias consistentes y relevantes. Esto aumenta la propensión de los compradores a regresar para futuras compras.
- **Toma de decisiones basada en datos** – Los datos recopilados a través de iniciativas de comercio personalizado proporcionan valiosos conocimientos sobre el comportamiento y las preferencias. Esto lleva a decisiones informadas sobre el desarrollo de productos, marketing y gestión de inventarios.



¹<https://www.library.hbs.edu/working-knowledge/the-subconscious-mind-of-the-consumer-and-how-to-reach-it>

Es hora de personalizar, en tiempo real

La personalización puede ayudar a mejorar las ventas y las experiencias de marca y medir y acelerar la demanda en un panorama competitivo. Los ganadores son aquellos que la respaldan con datos y análisis expertos. Las soluciones de Circana aprovechan el poder de **Liquid AI** y el análisis predictivo para garantizar experiencias de compra más atractivas, relevantes y satisfactorias para los clientes de sus clientes, impulsando en última instancia el crecimiento y la lealtad.

Síguenos

