

La Revolución del Shopsumer

¿Cómo evoluciona el sector Gran Consumo en los próximos 20 años?

¿Cómo satisfacer a una persona que puede comprar 24 horas al día, 7 días por semana y busca una solución para su presupuesto de tiempo y dinero?

¿Qué tienen que cambiar las empresas fabricantes y distribuidores para aportar una oferta interesante?

¿Cómo se tienen que estructurar y organizar las empresas para comercializar su oferta eficientemente?



¡Conoce el “Shopsumer”!

“Shopsumer” significa la fusión de dos roles que tradicionalmente se ejercían por separado, el del comprador (“Shopper”) y el del consumidor (“Consumer”). Gracias a los cambios dinámicos en la sociedad y el acceso a las nuevas tecnologías por parte de un gran número de personas, entendemos cada vez mejor el coste de oportunidad del tiempo y exigimos a las empresas que nos ofrezcan soluciones logísticas que se encuentren en un equilibrio entre nuestro presupuesto de dinero y nuestro presupuesto de tiempo. Servicios como la compra por Internet o la entrega a domicilio son ofertas comerciales que se adaptan a las necesidades individuales de este nuevo cliente final del sector Gran Consumo.

Un breve resumen de la historia da paso a una detallada proyección de la evolución del sector en los próximos 20 años, haciendo hincapié en la sucesiva transición del poder de las empresas hacia el Shopsumer y detallando sus exigencias en el futuro. Este análisis ofrece los requisitos para una renovación del actual modelo de negocio, permitiendo una mayor visión del cliente final como principal objetivo de las empresas, aparte de ofrecer un diálogo constante y constructivo entre Shopsumer y empresa.

¡Sé un impulsador del cambio necesario en el sector Gran Consumo y lee “La Revolución del Shopsumer”!