

# Modaes

Look

## Redefinir la experiencia en retail

Comercio unificado, fidelización y contactless marcarán la diferencia en el sector después del golpe del coronavirus, según un informe elaborado por la plataforma de pagos Adyen.

Modaes  
26 oct 2020 - 05:00



Comercio unificado, fidelización y sin contacto. Estas serán las tres claves que marcan hoy la diferencia en retail, según un informe elaborado por la plataforma de pagos Adyen. Tras la pandemia, **los consumidores han subido el listón de exigencias al comercio** y los operadores tendrán que adaptarse.

Aunque el retail físico se ha visto fuertemente afectado durante la pandemia, esta crisis ha supuesto también una oportunidad para el comercio de barrio. En el caso de España, **el 81% de los consumidores afirma que seguirá comprando** y apoyando a los comercios en los que confió durante la pandemia y el 74% asegura que comprará más a comercios que estén cerca de su domicilio porque quiere que sigan abiertos.

De hecho, **aunque el online fue el salvavidas durante la crisis**, tres de cada cinco

1/2

<https://www.modaes.com/look/redefinir-la-experiencia-en-retail>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes ([www.modaes.com](http://www.modaes.com)), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

# Modaes

---

Europeos prefieren comprar en compra física y más de la mitad está deseando volver a comprar en tiendas. Los datos son casi idénticos en España: un 59% de los consumidores afirma que prefiere comprar en tienda física y el 53% desea volver a comprar por placer en ellas una vez termine la pandemia.

## Siete de cada diez clientes no volverán a comprar en una marca si tienen una mala experiencia

**Pero la clave está en seducir al cliente omnicanal**, el más valioso según el informe de Adyen: los clientes en tienda que pasaron a ser clientes online durante la pandemia gastaron un 40% más.

¿El reto? **El consumidor se ha vuelto también más exigente**: un 71% no volverá si tiene una mala experiencia, ya sea online o en tienda física, y el 73% espera que las empresas mantengan la flexibilidad mostrada durante la pandemia.

Otra de las tendencias que ha impuesto la pandemia ha sido el pago sin contacto, “ya no sólo por conveniencia y comodidad, sino que ahora la seguridad y la higiene juegan un papel clave para los consumidores”, explica López.

**La mitad de los consumidores encuestados escogen ya el pago sin contacto** y la mayoría espera que los comercios utilicen la tecnología para reducir el contacto interpersonal. En España, el 64% de los consumidores se muestra preocupado por la higiene de los terminales de pago y preferiría métodos de pago sin contacto.