



Seis razones por las que los quioscos de autoservicio llevarán su negocio a lo más alto

Los clientes quieren disfrutar de la comodidad de comprar lo que quieran cuando quieran, con o sin interacción con los empleados. Los quioscos de autoservicio con pantalla táctil permiten a las empresas ofrecer un servicio sin contacto que encanta a los clientes y garantiza su vuelta. Descubra las seis maneras en que los quioscos de autoservicio impulsarán su negocio.

elo

01

Eficiencia operativa

Un estudio de Harvard Business Review ha concluido que el 45% de los clientes abandonan las colas de los establecimientos debido a los tiempos de espera. Esto no solo significa perder una oportunidad de venta, sino potencialmente el negocio por completo. Los quioscos de autoservicio con pantalla táctil le permitirán gestionar mejor los aumentos de tráfico en su negocio, desde la venta de entradas en cines, conciertos, eventos deportivos y centros de transporte hasta las compras, los pedidos y los registros.

Se ha demostrado que los quioscos reducen el tiempo de espera en la cola. Los quioscos de autoservicio con pantalla táctil han reducido en 60 segundos los tiempos de servicio en la industria aérea, y varios restaurantes han señalado que los quioscos reducen a casi la mitad el tiempo para tomar los pedidos. Un estudio de Harvard Business Review también ha concluido que las empresas de comida rápida que utilizan quioscos de autoservicio han reducido el tiempo de servicio lo suficiente como para [aumentar la cuota de mercado entre un 1% y un 3%](#).

Además, mientras los clientes utilizan los quioscos de autoservicio, los empleados pueden interactuar con ellos y realizar tareas de mayor nivel. De esta manera se reducen los tiempos de espera y se mejora el servicio al cliente al mismo tiempo.

¿Lo sabía?

Las pantallas táctiles pueden reforzar la afinidad de su marca mostrando a los clientes vídeos, anuncios o datos interesantes como «Utilizamos verduras ecológicas de agricultores locales». Además, también pueden mejorar la experiencia de los clientes, dándoles la oportunidad de personalizar cualquier cosa, desde la cobertura de su hamburguesa hasta el patrón de sus nuevas zapatillas.





02

Cambio en el comportamiento de los clientes

Los quioscos de autoservicio con pantalla táctil pueden modificar lo que las personas hacen y cómo actúan. Disminuyen las inhibiciones e incitan a los clientes a gastar más. Un estudio realizado por la Universidad de Duke y la Universidad Nacional de Singapur demostró que cuando una licorería colocaba quioscos de autoservicio experimentaba un aumento del 8,4% en los productos de difícil pronunciación. Los clientes ya no temían que los empleados no les comprendiesen.

Otra ventaja es que un quiosco nunca olvida proponer una venta adicional al cliente. Los quioscos con pantalla táctil están programados para la venta adicional y la venta cruzada, sin errores y sin ser tan agresivos. Varias empresas de comida rápida, cadenas de restaurantes y teatros que instalaron quioscos de autoservicio con

pantalla táctil para realizar pedidos observaron un aumento del 20% al 30% en los pedidos por cada entrada.

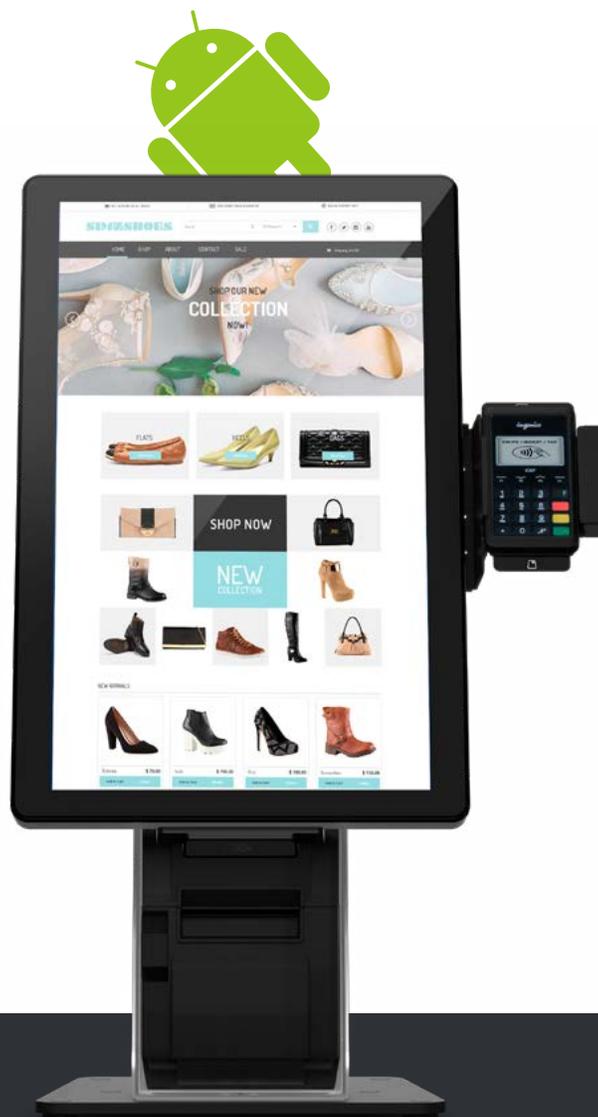
Ryan Buell, investigador de la Escuela de Negocios de Harvard, estudia los puntos comunes entre las operaciones y el comportamiento del consumidor. Buell sostiene que la gente se siente menos culpable cuando pide una bebida grande o añade un postre extra si realiza el pedido en un quiosco. Esto explica por qué las cadenas de comida rápida han observado que los clientes añaden más ingredientes a sus pedidos cuando los realizan en un quiosco. Una importante cadena de hamburgueserías también descubrió que el 20% de los clientes que en un principio no pedían bebida sí la compraban cuando esta se ofrecía a través de un quiosco.

03

No requieren formación

Muchas empresas dudan en instalar quioscos de autoservicio porque creen que es necesario formar a los empleados, disponer de equipos informáticos adicionales para integrar el software y soportar gastos adicionales por cada actualización. Sin embargo, los quioscos de autoservicio con pantalla táctil de hoy en día se integran perfectamente en los negocios, ya que la programación y las actualizaciones se hacen desde un servidor de comando central y sin visitas de ningún profesional al negocio.

¿Y los clientes? La mayoría de la gente mira el teléfono hasta 250 veces al día. Pedirles que toquen una pantalla más grande para tomar decisiones ya es algo natural para ellos. Además, los quioscos de autoservicio son soluciones flexibles y están disponibles en múltiples tamaños y formatos con pantallas táctiles muy sencillas de utilizar, imágenes vivas y aplicaciones muy intuitivas. Su uso es intuitivo y ameno incluso para los clientes que no están acostumbrados a las computadoras.



¿Lo sabía?

El sistema operativo Android es el principal líder en la implementación y la gestión de aplicaciones empresariales orientadas al autoservicio. [Android](#) se utiliza ampliamente y la mayoría de los consumidores están familiarizados con su interfaz de usuario. Este sistema operativo es sencillo de utilizar, su instalación es asequible y es más flexible a largo plazo.

04

Incremento de ingresos

Los quioscos de autoservicio con pantalla táctil están conectados a todos los otros puntos de venta de una marca o tienda. Un conocido equipo de fútbol profesional instaló varios quioscos para que los aficionados pudieran comprar camisetas del equipo dentro de su estadio. Gracias a la gran afluencia de clientes, los quioscos del estadio impulsaron las ventas todavía más. Los aficionados solo tenían que visitar el quiosco y su compra impulsiva se entregaba en su casa poco tiempo después.

La tienda del centro de la ciudad también siguió creciendo. No es de extrañar, varios estudios han demostrado que disponer de más canales de venta produce más ingresos. Según un estudio de BRP, los compradores multicanal gastan una media del 4% más en cada compra en la tienda y un 10% más en línea que los clientes de un único canal. Por otro lado, un estudio reciente sostiene que el 60% de los compradores visitarían un concepto de servicio limitado con mayor frecuencia si hubiera soluciones de autoservicio disponibles. Esta tendencia está aumentando más rápido entre los *millenials*, ya que son más reacios a tratar directamente con los cajeros.



¿Lo sabía?

En comparación con las aplicaciones, los quioscos de autoservicio con pantalla táctil actúan como un recordatorio visible que suscita un impulso físico a comprar algo o a actuar sin pedir a los clientes que sacrifiquen el valioso espacio de su teléfono.

05

Crear experiencias interactivas para conectar con los clientes

Los quioscos de autoservicio con pantalla táctil no solo aumentan la venta de productos, también ofrecen información adicional sobre su marca y sus productos. Los quioscos brindan oportunidades únicas para entender el comportamiento del consumidor y hacerlo sentir especial. Gracias al software de reconocimiento facial y a las tarjetas de fidelidad, los quioscos de autoservicio con pantalla táctil permiten conocer a sus clientes personalmente. Por ejemplo, un quiosco podría identificar automáticamente a un cliente que ha vuelto a realizar una compra en la tienda y entender sus gustos y sus preferencias, tanto explícitos como implícitos. Esto hace de los quioscos una herramienta de venta potencialmente poderosa para los comercios al por menor.

Otra ventaja es la opción de utilizar la gamificación y transformar la compra en una actividad competitiva. Al utilizar la tarjeta de fidelidad o al escanear el teléfono en el quiosco, el cliente puede conseguir puntos y canjearlos por descuentos y oportunidades de ventas personalizadas. ¿El resultado? Un aumento en la fidelidad a la marca al mismo tiempo que se incrementan las ventas locales.



Los clientes también esperan experiencias consistentes en la web, en el móvil y en la tienda. Al fusionar la tienda online con la tienda física, los negocios de autoservicio consiguen ampliar la experiencia de la marca. En los quioscos, el cliente puede acceder a la gama completa de productos, a información detallada sobre estos, [comprobar precios](#) y consultar recomendaciones, independientemente de lo que haya disponible en la tienda física.

06

Seguridad para los empleados y los clientes

Ya sea durante una pandemia mundial o en medio de una simple temporada de gripe, los quioscos de autoservicio incrementan la seguridad tanto del personal como de los clientes. Los quioscos están equipados con un vidrio de borde a borde, son [fáciles de limpiar](#) y se pueden trasladar fácilmente para crear un distanciamiento social natural. Además, con el autoservicio no se produce interacción humana alguna.

Una reciente [encuesta](#) a los consumidores realizada por Shekel reveló que el 75% de los compradores prefieren la opción de caja autoservicio cuando hacen sus compras semanales. Según [Donald Schaffner](#), doctor y profesor de ciencias de la alimentación en la Universidad de Rutger, la caja autoservicio también es la opción más segura. Los clientes tocan más superficies, pero también reducen el contacto cara a cara con el personal y mantienen una distancia segura de los otros clientes de la cola.

Invertir en éxito

Los quioscos de autoservicio con pantalla táctil son una inversión estratégica que impulsa las ventas, agiliza significativamente los tiempos de espera, ayuda a los empleados a optimizar el tiempo y el esfuerzo, y mejora el servicio al cliente. Además, eliminan los obstáculos y permiten que los clientes creen su propia experiencia de compra. Los quioscos de autoservicio son un elemento fundamental para el éxito de cualquier negocio en el futuro.





Acerca de las soluciones de pantalla táctil Elo

Elo es uno de los principales proveedores mundiales de soluciones interactivas y sus soluciones de pantalla táctil se pueden encontrar en todos los rincones del mundo y en múltiples mercados y aplicaciones verticales. Hasta la fecha, Elo Touch Solutions ha instalado más de 25 millones de sistemas en más de 80 países. Cada 21 segundos se instala un promedio de una nueva pantalla táctil Elo en algún lugar del mundo. La amplia gama de Elo ha sido diseñada a partir de una arquitectura unificada que permite a nuestros clientes elegir, configurar, conectar y controlar fácilmente su producto para crear una experiencia única.

Puede elegir entre los sistemas «todo en uno», [monitores de marco abierto](#) y monitores de pantalla táctil que van de 7 a 65 pulgadas. Además, se pueden configurar con nuestros exclusivos accesorios [periféricos](#) Elo Edge Connect, que permiten soluciones de uso específico. Conecte y controle la totalidad de su red de dispositivos con [EloView®](#), una

plataforma segura basada en la nube para dispositivos Android. EloView permite implementar y administrar una gran red de sistemas interactivos diseñados para reducir los gastos operativos y al mismo tiempo incrementar la velocidad y la seguridad.

Basadas en casi 50 años de experiencia en la industria de las pantallas táctiles, las soluciones de pantalla táctil de Elo han sido creadas para las interfaces táctiles y diseñadas para una larga vida útil en entornos comerciales y públicos. Los mercados verticales en los que se centra Elo son el comercio al por menor, el sector hotelero y de restauración, la sanidad, la industria y el sector empresarial. Las pantallas táctiles Elo se pueden encontrar en una amplia gama de aplicaciones, [quioscos de autoservicio](#), terminales puntos de venta, señalizaciones interactivas, máquinas de juego, sistemas del sector hotelero y la restauración, pantallas de puntos de atención al paciente y aplicaciones de transporte, por nombrar solo algunos.

Más información en www.elotouch.com.ar

Tlf. +32 (0)16 70 45 00

EMEA.Sales@elotouch.com