

Enfoka-Trends 2020ko uztaila “POST-KONFINAMENDUA JOKO-ZELAI BERRIA”



[Logan Weaver](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Covid-19ko krisi honetan Retaila da hirugarren sektorerik baloratuena, osasun-sektorearen eta garbiketa-sektorearen ondoren. Izan ere, kontsumitzaileen % 68k dio orain gehiago baloratzen duela. Hala eta guztiz ere, pandemiak saltokiak errealitate berriari berregokitzera behartu ditu negozio-estrategietan egin beharreko aldaketei buruzko gogoeta eginez. Gaur egun, badirudi bost puntuk markatuko dutela joko-zelai berria:

- Kontsumoaren amiltzea: bai, konfinamenduaren ondoren salmenten eztanda txiki bat biziko dugu. Txikia eta iragankorra. Ez du konpensatuko, hilabete hauetan galdutakoa; izan ere, dendetara joan ezin izan den kontsumitzailearen erreakzioa izango da. Besterik ez. Epe ertain eta luzera, egoera ez da ona. Erosteko ahalmena murriztuko da, kontsumoaren beherakada azaltzen duen argudio objektibo eta apelaezina. Baina aldagai subjektibo bat ere badago, ohartu gara gutxiago erosita ere bizi daitekeela, herritarraren lehentasan aldatu egin dira konfinamenduekin. Lehen beharrezkotzat jotzen genituen gastu batzuk alferrikakoak iruditzen zaizkigu orain, hutsalak. Basamortuko bidaia izango da, diru gutxiago egongo da, eta proportzio handiagoan geratuko da kontsumitzailearen poltsikoan.
- Merkataritza digitalizatzea lehiakortasunarako baldintza zen, orain biziraupeneko izango da: konfinamenduaren asteetan online salmentaren eztanda izan dugu, eta horrek, are gehiago, kontsumitzailearen hezkuntza digitala bizkortu du. Sareko erosketarekiko jakin-minik eta erakarpenik txikiena sentitzen ez zuten herritar askok erabili behar izan dute, eta horietako askok horren abantailak aurkitu dituzte. Bezero berriak dira "kausa digitalarentzat", eta online erosten jarraituko dute, nahiz eta egoera normalizatu. Salmenta digitala edozein saltokiren must-have bihurtuko da, handia zein txikia, aurrez aurreko kontaktua mugatzea lehenetsiko den garaian. Zerca!, Correos Market edo Connected Retail de Zalando bezalako marketplace plataformak saltoki txiki eta ertainen eta kontsumitzaileen arteko transakzio foro handi bihurtuko dira, dendei e-Commerces baino ikuspen eta trafiko handiagoa eskainiz. Instagram bezalako sare sozialak ere munduarentzako leiho bihurtu dira enpresentzat, batez ere hand made produktuak saltzen dituztenentzat.
- Denda fisikoaren espazioa birdefinitzea: segurtasun-distantzia ziurtatzeko edukiera kontrolatzeko, dendek edukiera % 50 murriztuko da. Gainera, barruko espazioa berriro diseinatu beharko da korridore zabalagoekin, kutxentzako eremuak, bezero-fluxu ordenatu eta segurua ahalbidetzeko, eta espazio bat eduki beharko da delivery eta/edo click and collect delivery. Starbuck hasi da bere establezimendu batzuk bilketa-lokal soilik bihurtzen..
- Bisita gutxiago dendara, baina eraginkorragoak: saltokiek kutsatzeko foku potentzialak izaten jarraituko dute, eta horietan jende gutxiago bilduko da. Agur ikustera datozen bezeroei. Horregatik, benetako salmenta-tasak gora egingo du: erosketa-erabakia hartuta duelako sartzen da.
- Negozio-eredu berrien gorakada edo antzinakoen berpiztea: gainbeheran zeuden negozioak, autozineak adibidez, berpiztu egin dira eta biderkatze-prozesu batean daude mundu osoan, ez bakarrik ohiko erabilerarako, baita kontzertuak, erlijio-zerbitzuak eta bestelako ospakizun jendetsuak egiteko ere. Parisek antzeko jarduera egingo du Sena ibaian ontzi elektrikoak erabiliz, eta Lituaniako Vilnius aireportuak edo Basauriko Bilbondo merkataritza-guneak ere aparkalekuak erabiliko dituzte horrelako jardueretarako. Gainera, auzoan kontsumitzeko joera sendotzen ari da. Mastercarden azken ikerketaren arabera, espainiarren % 79 dirua xahutzen ari da bere auzoko dendetan, modu kontzientean, denda txikien ekonomia suspertzen laguntzeko. Izan ere, biztanleen ia erdiek (% 46) diote konfinamendua hasi zenetik saltoki berriak aurkitu dituztela beren auzoetan, eta haien laguntza funtsezkoa izango dela tokiko merkataritza berpizteko.

BIBLIOGRAFIA

- David Rey (2020). Cuatro claves del “retail post COVID”. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://t-zir.com/blog/2020/04/20/retail-post-covid/>
- Financial Food (2020). Un 19% de los comercios españoles aún permanece cerrado. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://financialefood.es/un-19-de-los-comercios-espanoles-aun-permanece-cerrado/>
- Food Retail (2020). El retail, tercer sector mejor valorado tras la crisis. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: https://www.foodretail.es/retailers/retail-valoracion-post-pandemia-estudio-adecco_0_1451554838.html
- Fashion Network (2020). Zalando lanza Connected Retail en España. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://es.fashionnetwork.com/news/Zalando-lanza-connected-retail-en-espana,1223797.html>
- Invertia – El español (2020). Comercio online, el mejor supermercado para tiempos de pandemia. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: https://www.lespanol.com/invertia/20200626/comercio-online-mejor-supermercado-tiempos-pandemia/500200362_0.html
- CIB Comercios Innovadores de Bilbao (2020). Starbucks se replantea su modelo de negocio post-covid y apuesta por sus establecimientos “pick-up”. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://www.compromisoempresarial.com/coronavirus/2020/05/sostenibilidad-aliada-industria-moda-superar-crisis-covid19/>
- Fernando García (La vanguardia, 2020). Regreso al futuro: vuelven los autocines por el coronavirus. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20200507/481007267524/autocines-madrid-espana-coronavirus-moda.html>
- Delfina Velarde (2020). París abrirá un cine flotante en el que la gente se sentará en botes socialmente distantes en el río Sena. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://intriaper.com/paris-abrira-un-cine-flotante-en-el-que-la-gente-se-sentara-en-botes-socialmente-distantes-en-el-rio-sena/>
- Paula V. Pinuaga (Fashion United, 2020). Instagram se convierte en el canal de distribución de los productos hand made. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://fashionunited.es/noticias/retail/instagram-se-convierte-en-el-canal-de-distribucion-de-los-productos-hand-made/2020063033110>
- Joana Sanchez (Pymes y Autónomos, 2020). El 79% de los españoles escoge consumir en los comercios locales para ayudar a su reactivación económica. 2020ko uztailearen 27an hemendik berreskuratua: <https://www.pymesyautonomos.com/actualidad/79-espanoles-escoge-consumir-comercios-locales-para-ayudar-a-su-reactivacion-economica>

LOTUTAKO WEBAK

- Zerca!: <https://www.zerca.com/>
- Connected retail: <https://www.connectedretail.es/>
- Correos Market: <https://www.market.correos.es/>