



HERNÁN SAN PEDRO

director de relaciones con inversores y comunicación corporativa de Lar España

1. Es probable que el retail haya sido estos años el segmento inmobiliario que más ha avanzado en materia de *customer journey*. Hablo de programas de investigación asociados al *big data* que permiten conocer el itinerario del cliente en un centro comercial desde el momento en que planifica su visita hasta su vuelta a casa. En nuestro caso, esta tecnología nos ha permitido identificar la “*experiencia ideal*” para cada tipo de usuario. De esa forma, podemos establecer una estrategia diferenciadora para cada uno. De hecho, hemos realizado mejoras y actividades en los diferentes activos para adaptarlos mejor e incluso anticiparse a esa óptica ideal de sus usuarios.

A través de la tecnología, incluida la inteligencia artificial y hasta la robótica, podemos evaluar y medir la experiencia del visitante y optimizar la gestión de los centros comerciales. Herramientas como Retail Artificial Intelligence, *e-commerce*, *Seeketing*, Redes Sociales, wifi, omnicanalidad o posicionamiento SEO nos permiten obtener una fotografía muy detallada y fiel de los gustos y preferencias del cliente final. Así resulta más fácil transformar los centros en destinos experienciales y seguros, y actualizarlos a la vez como espacios cómodos, dinámicos y urbanos.

Hace tiempo que los centros van mucho más allá de la omnicanalidad. Integran la experiencia física y digital de los clientes finales en una misma superficie que, además, aporta ocio, comercio, restauración, tiempo libre, cultura y aficiones. Además, la conexión con la logística y las oportunidades de última milla les han aportado, si cabe, mayor valor estratégico. En suma, la transformación digital en retail nos proporciona nuevas formas de interacción eficiente y digital, tanto con clientes externos como internos. Asimismo, esa mayor eficiencia aporta valor diferencial para optimizar los criterios sociales y sostenibles de cada activo. Las nuevas implantaciones tecnológicas también permiten una gestión más eficiente y un mayor control en materia medioambiental, lo que completa el círculo virtuoso en materia de innovación. ●