

Los Quioscos de Autoservicio como Claves en la Experiencia de Compra Personalizada y Eficiente



Henry Cullell

Ingeniero Civil Industrial PUCV, Certificación Profesional en Transformación Digital del MIT. Especialista en Desarrollo de Negocios para la Industria Alimentaria

La adquisición de productos alimenticios mediante órdenes digitales se ha vuelto crucial en el proceso de compra, especialmente en el servicio rápido, donde la conveniencia es fundamental.

Los consumidores no solo buscan la opción de pedir comida como con otros productos minoristas, sino también la flexibilidad para adaptarse a diversas circunstancias, climas y ubicaciones.

La integración fluida de experiencias físicas y digitales, conocida como "phygital", ya hace un buen tiempo que ha ganado terreno en la industria gastronómica, influyendo en la lealtad del cliente, el tamaño de las compras y las expectativas de personal.

El informe Phygital Index 2024 de Tillster, basado en una encuesta a más de 1000 clientes de servicio rápido en EE. UU., identificó cuatro tendencias principales: una mayor demanda de personalización, un creciente interés en la recogida en tienda, expectativas de métodos de pedido consistentes y una reducción en la dependencia de servicios de terceros.

Los quioscos de autoservicio son un componente clave en esta evolución, ofreciendo una experiencia de pedido eficiente y

personalizada. Estos dispositivos permiten a los clientes explorar el menú a su propio ritmo y personalizar sus pedidos, lo que se traduce en una mayor satisfacción.

La encuesta de Tillster reveló dos tipos de usuarios de quioscos: los "beeliners", que buscan agilizar el proceso, y los "exploradores", que valoran la personalización y una experiencia sin presiones. Ambos grupos encuentran beneficios en el uso de quioscos.

A nivel internacional, los quioscos de autoservicio han tenido una penetración significativa, especialmente en países asiáticos como Japón y Corea del Sur.

Varias cadenas de comida rápida han implementado quioscos de autoservicio en sus procesos de compra, incluyendo Burger King, Shake Shack y Taco Bell, como parte de sus estrategias de modernización y mejora de la experiencia del cliente.

El nivel de inversión requerido para implementar quioscos de autoservicio puede variar según el tamaño y la escala del restaurante, así como la tecnología específica utilizada. Sin embargo, generalmente implica costos significativos, que pueden incluir la compra e instalación de los quioscos, así como la integración de sistemas de software y

hardware, capacitación del personal y mantenimiento continuo.

En términos de mejora en la fidelidad del cliente, se han reportado aumentos significativos como resultado de la implementación de quioscos de autoservicio. En cuanto al ticket promedio de compra, los quioscos también pueden tener un impacto positivo, al alentar a los clientes a agregar elementos adicionales a su compra mediante recomendaciones personalizadas y promociones específicas.

En resumen, se espera que los quioscos de autoservicio continúen creciendo en popularidad y alcance, impulsados por la demanda de experiencias de compra personalizadas y eficientes. Están transformando la experiencia de compra en la industria gastronómica, ofreciendo más opciones, conveniencia y personalización, lo que impulsa la lealtad del cliente y el crecimiento del negocio.

Lo que si podemos afirmar, es que los quioscos de autoservicio están ofreciendo una experiencia de compra más rápida, conveniente y personalizada, impulsando la lealtad del cliente y aumentando los ingresos para las cadenas de comida rápida.