

Marc Vidal: El 'mall-data' es el método para que los centros comerciales afronten el futuro con garantías

El speaker español ofreció una conferencia bajo el título 'O te transformas o te transformarán'.

El español consultor en transformación y estrategia digital **Marc Vidal**, considerado recientemente como uno de los 25 mejores speakers económicos a nivel mundial, ofreció una conferencia titulada 'O te transformas o te transformarán' en la Convención Nacional de Centros Comerciales de Colombia (Cenco-Fenalco) en la que durante cerca de una hora ofreció las claves para entender el presente y el futuro inmediato que afecta a los centros comerciales y a los retos tecnológicos a los que deberán enfrentarse.

Vidal centró su charla en tres aspectos. Por un lado en contextualizar el momento histórico que el define como Revolución Industrial 4.0. Un tiempo en el que la inteligencia artificial, la robótica y la automatización de procesos está generando una disrupción de tal calibre que quien no esté preparándose corre el riesgo de desaparecer. Por otro lado también explicó cuales deben ser las habilidades que los trabajadores deberán cultivar en el futuro que él denomina presente en muchos casos. Se refirió a habilidades que ningún robot o software puede ejecutar ahora mismo. La creatividad, la emoción, la intuición, la sociabilidad y la ética componen algunas de ellas.

Finalmente, el autor del libro seleccionado por Forbes Magazine como uno de los 10 libros a tener en cuenta en 2015, 'Una Hormiga en París' de Editorial Planeta, se esforzó en hacer referencia a uno de sus productos estrella como consultor tecnológico y económico: el denominado 'mall-data'. El 'mall-data' es un ingenioso modelo de consultoría y ejecución que destaca sobre otros que hay en el mercado porque atiende la captura de datos en un centro comercial como elemento fundamental en la generación de negocio. Según el ponente español, sin la generación de negocio, sin el aumento de facturación, no podemos hablar de garantías en la transformación digital de ningún centro comercial.

Para no quedarse en la teoría, Marc Vidal extrajo de su portfolio los ejemplos más interesantes que ha desarrollado entre sus clientes centros comerciales en diversos países del mundo como Irlanda, Italia, España, Argentina y México. En concreto, al modelo de utilización tecnológica orientada en convertir datos en ventas es un producto que se compone de consultoría, implementación tecnológica y seguimiento de la captura de datos para la toma de decisiones en un centro comercial.

Según Vidal, puede dar la impresión que los centros comerciales compiten con los parques de atracciones olvidándose muchas veces del propio valor de lo que supone vender cosas con un buen servicio y una oferta adecuada. Esos servicios pueden mejorar con la tecnología y, sobretodo, la oferta puede ser modulada con datos, infinitos datos. Las experiencias que el

público de estos lugares demanda son cada vez más intensas. La gente quiere ‘pasárselo bien en un centro comercial’. Estudiar su comportamiento y monitorizar los datos que comporta puede generar un valor inmenso. El ‘Mall’ ya no es un negocio minorista, ahora es el negocio de la hospitalidad. Los centros comerciales deben atender a su público como si fueran ‘usuarios’ de un hotel de cinco estrellas. Para ello deben obtener datos que modulen ese espacio y esos servicios.

En el listado de acciones que ejemplificó Vidal provenían de un modelo de gestión concreto para Centros Comerciales, destacando el llamado ‘wifi automation chatbot’, el ‘transit oriented design by beacons’, la incorporación de apps que eliminan las barreras arquitectónicas para ciegos, la impresión 3d en los centros y en diferido, la incorporación de la realidad virtual y la realidad aumentada en diferentes aspectos de los centros comerciales a fin de conducir hacia una experiencia de compra generando muchos datos, el uso del ‘toeprint’ o de Periscope y, finalmente, convertir una tienda del centro comercial en un espacio donde se pueda obtener beneficios en el uso de un Smartphone.

Vidal es uno de los divulgadores económicos españoles más mediáticos debido a que dirige y presenta en la televisión pública nacional Española TVE. Entre sus clients figuran empresas como Basf, Merck, CableOnda, Microsoft, Ibm, Televisa o Telefonica. Es advisor del Mobile World Capital y su blog fue galardonado como el 3er premio de los EuroBlogs Awards al mejor blog europeo.

Datos de contacto:

Blog www.marccvidal.net

Twitter @marccvidal

Instagram @marccvidal.name

Email mvidal@rehset.com