

Por Gina Garven, vicepresidenta de desarrollo comercial y análisis, Robinson Fresh

Al trabajar en la industria de productos, sabemos cómo puede ser un mercado cíclico. Entre una temporada demasiado húmeda o demasiado calurosa, retrasos del gobierno, complicaciones de la cadena de suministro o actos imprevisibles de Dios, la mayoría de nosotros lo hemos visto todo. Sin embargo, cuando el coronavirus comenzó a convertirse en un problema en el mundo, todos nos enfrentamos a un desafío nunca visto por esta generación.

A pesar de una pandemia mundial, la mayoría de las cadenas de suministro y la producción de frutas y verduras frescas son, y lo digo con precaución, sin molestias. El producto es seguro, pero los comportamientos de los consumidores están cambiando rápidamente.

Según FMI y su trabajo reciente con Hartman Group, "Si bien las compras en línea han crecido constantemente en los últimos años, el 23% informa que recurrió a pedidos en línea más durante la pandemia de coronavirus, y el 18% cree que ahora gastan más en línea para comprar alimentos. , en comparación con sus hábitos de compra de comestibles anteriores".

El estudio continúa diciendo que "entre los que compraron productos frescos en línea en el último año, el 42% indica haberlo hecho por primera vez el mes pasado".

Con esta conveniencia de pasar a las compras en línea, nuestro equipo buscó en algunas formas de diferenciarse a través de la personalización de su experiencia de compra omnicanal basada en los comentarios de omnishoppers. [Conéctese con un experto para obtener más información.](#)

- **Adapte las páginas de productos para mostrar la información relevante que los compradores necesitan**

Brindar conocimiento pertinente sobre el producto genera confianza con sus compradores y les ayuda a superar el obstáculo de comprar productos en línea. Mostrar información relevante es importante para tomar decisiones de compra, como qué tan grande / cuántos hay en el paquete, de dónde proviene el producto y datos nutricionales e ingredientes importantes.

- **Permita que los compradores participen y dirijan el viaje de compras**

Conectarse virtualmente es más importante que nunca. Proporcione a los compradores herramientas para comunicarse con el personal de la tienda que está recogiendo artículos para su pedido. Ofrezca formas para que el consumidor especifique la madurez deseada, deje comentarios y tome decisiones si un producto deseado está agotado.

- **Utilice los perfiles y preferencias del comprador**

Personalice la experiencia en línea a través de una actividad de compra previa. Ofrezca capacidades de reordenamiento fáciles, lista de compras con función fácil de agregar al carrito y anuncie ventas basadas en las preferencias de compra para lograr el mayor impacto con cada comprador. El muestreo es una excelente manera de impulsar las ventas en la tienda, piense de manera innovadora en formas de impulsar las compras impulsivas en línea de manera similar. Considere ofrecer muestras dentro de su pedido en función de las compras de clientes similares.

Hablemos fresco

Robinson Fresh está remodelando la categoría de productos para ganar en omnicanal y está aquí para ayudarlo a ganar con sus omnisoppers. Visite RobinsonFresh.com para ver el documento completo de información omnicanal o conéctese con un experto para analizar las capacidades de Robinson Fresh.