



Gas Buddy estudia cómo atraer al cliente del surtidor a la tienda

Con las ventas en las tiendas generando casi tres cuartas partes de la ganancia bruta, llevar al cliente de la bomba a la tienda se ha convertido en algo fundamental para cualquier negocio exitoso en una tienda de conveniencia.

Más del 70% de los consumidores en los EE.UU. que se detienen a repostar en una gasolinera se irán sin poner un pie en la tienda, según un nuevo informe de Gas Buddy.

El informe de Gas Buddy analiza qué es lo que hace que un cliente tenga más probabilidades de entrar en la tienda y cómo aumentar los ingresos. Si los consumidores perciben una tienda como sucia, aburrida o poco excepcional, es poco probable que entren, según la compañía de precios de combustible.

El diseño y mantenimiento de la tienda (82,54%), la limpieza de la zona de repostaje (79,70%) y la calidad de la iluminación (79,65%) fueron los tres factores más importantes que influyeron en la opinión del cliente antes de entrar en ella.

Los baños son una prueba de fuego para la calidad general de la tienda. Cuando los minoristas no satisfacen la necesidad de seguridad y limpieza, ponen en duda todos los aspectos de sus operaciones, especialmente el servicio de alimentos. Aparte de la suciedad, los clientes no disfrutaban de los baños si están anticuados o si necesitan una llave o un código de acceso.

Con 1 de cada 2 clientes mirando a sus smartphones mientras repostan, conectarse con ellos a través de ofertas y promociones en este medio puede ser una forma efectiva de aumentar las ventas. Los programas de recompensas siguen siendo una opción popular entre los consumidores, ya que el 70% admite haber usado uno. Sin embargo, alrededor del 65% de ellos desearía más libertad para gastar puntos y ahorros.

GasBuddy encuestó a usuarios activos y comprometidos en julio y diciembre de 2018 para aprender más sobre sus hábitos y comportamientos. El total de respuestas fue de 15.163 y 20.419, respectivamente.