

El espacio de The Valley ofrece un recorrido que permite experimentar la última tecnología del sector retail

## Comprar en tiendas físicas sin dependientes y con dinero virtual, una realidad en The Place

- Durante los tres meses que estará expuesto el itinerario, los visitantes podrán interactuar con asistentes virtuales y adquirir productos pagando con criptomonedas.
- El recorrido incluye lineales y mostradores interactivos para promocionar y vender alimentos, así como una vinoteca, un concesionario, una perfumería y una joyería virtuales.
- Además, los asistentes conocerán los últimos artículos de seguridad del hogar y podrán probarse gafas de sol y ropa con un personal shopper virtual.

**Madrid, 23 de mayo de 2018.** **The Place**, el espacio de innovación experimental de **The Valley**, estrena el trimestre del Retail para mostrar cómo las tecnologías disruptivas (Internet de las cosas, inteligencia artificial, realidad inmersiva y aumentada, sensores, etc.) se están utilizando ya en aplicaciones reales que configuran el nuevo concepto de tienda. Desde el ya clásico probador virtual, hasta la cabina de teletransporte para descubrir los lugares que nos evocan las fragancias, pasando por el diseño de joyas con gafas de realidad virtual, recomendadores de productos como personal shoppers, mostradores interactivos para conocer los detalles de los productos o la distribución mediante drones. Todo ello, comprando con el móvil y sin pasar por caja. Así es “tienda del futuro” recreada en The Place.

Diseño personalizado de productos, showrooming, asesoramiento, gamificación y tecnologías disruptivas que hagan que la tienda sea un lugar para vivir experiencias y buscar el engagement entre clientes y marcas, son las tendencias que se están imponiendo según el informe sobre el futuro del retail elaborado por **The Valley** y que se han hecho realidad en **The Place**.

Los visitantes podrán vivir la experiencia de pasar por diferentes espacios de la tienda y elegir sus productos, sólo utilizando su móvil. Para ello, se ha creado la app The Place Go, que recrea la experiencia de pagar con criptomonedas y sin pasar por caja.

Los espacios expuestos en el itinerario que hace el visitante por la tienda física se basan en avanzados sistemas de inteligencia artificial, sensores y realidad virtual que permiten al visitante tener una experiencia interactiva sin ser atendidos por dependientes humanos:

- **Lineales interactivos de compra.** En este espacio, se pueden elegir los productos sólo pasando un smartphone por el punto de contacto y automáticamente se van cargando a la cesta de la compra en el móvil. Se puede también obtener información de los productos a través de realidad aumentada en el terminal móvil.



- **Mostradores interactivos y vinoteca virtual.** Si el visitante tiene dudas sobre qué vino comprar, puede colocar sus opciones encima del mostrador interactivo y obtendrá información visual de cuál es el perfecto maridaje de comida para cada tipo de vino. Y si quiere tener más información sobre la bodega de su elección, nada cómo visitarla virtualmente con gafas de realidad inmersiva.
- **Probadores de gafas y disfraces.** El visitante podrá probarse diferentes modelos de gafas y disfraces en los probadores virtuales que, gracias a su espejo interactivo, permiten al usuario no sólo probar cómo le sientan estos accesorios sino también fotografiarse y compartir su imagen.
- **Perfumería digital.** Nada como teletransportarnos a un espacio que nos evoque la fragancia que hemos seleccionado. Eso es posible gracias a la cabina de teletransporte, denominada así porque vives la experiencia visual, con olor y sensación térmica al visitar ese espacio 360º que recrea la fragancia elegida.
- **Joyería personalizada.** La personalización es una de las tendencias más demandadas por los usuarios. En la tienda del futuro de **The Place** el visitante ya puede diseñar su propia joya en realidad virtual y puede ver el resultado en el probador virtual.
- **Recomendador de prendas como personal shopper.** Cada prenda cuenta con un dispositivo que, al pasarlo por un sensor, proporciona información a los visitantes. Además, mediante pantallas interactivas, los asistentes reciben sugerencias para combinar la ropa de la misma colección.
- **Concesionario virtual y comprar online un automóvil.** El visitante puede ver las características de los modelos de forma holográfica e incluso puede visualizar a través de una tablet un coche Tesla a escala real tanto por fuera como por dentro. Los asistentes pueden comprarlo y disfrutar de la experiencia de recibir sus llaves mediante un dron.
- **V-home.** En este espacio del recorrido se muestra al visitante lo último en domótica aplicada a la seguridad del hogar.
- **Comprar muebles en el hogar virtual.** Los asistentes pueden pasear por una vivienda virtual totalmente decorada para que pueda disfrutar de manera casi real cada mueble o accesorio y pueda adquirirlos directamente. La compra se realiza durante la experiencia virtual, que vincula los productos a la cesta de la app. Los más curiosos pueden ver el recorrido virtual por la casa a través de unas pantallas MixReality, donde aparece la imagen real del usuario y el mundo virtual.

Todo ello, combinado con una experiencia gamificada donde los usuarios pueden conseguir más criptomonedas a través de pruebas interactivas.

En el nuevo modelo de tienda son claves los datos recogidos sobre lo realizado por los visitantes para que la experiencia de los próximos invitados sea aún mejor. Así, en la tienda recreada en **The Place**, se pueden ver las estadísticas en tiempo real de todas las compras que se están

realizando en ese momento, así como las cifras de las visitas recibidas y las emociones de los visitantes.

De este modo, el espacio de innovación de **The Valley** pretende hacer tangibles las tendencias en el retail gracias a las nuevas tecnologías disruptivas como sensores, inteligencia artificial o realidad inmersiva. El futuro ya es presente en **The Place**.

## **Acerca de The Valley**

THE VALLEY es un ecosistema digital donde se une formación, talento y emprendimiento a través de la actividad de la escuela, THE VALLEY DIGITAL BUSINESS SCHOOL, el coworking para startups digitales y THE VALLEY TALENT, un headhunter especializado en perfiles digitales. Con sede en Madrid, Barcelona y Canarias, el objetivo es fomentar las sinergias y el networking entre profesores, alumnos y emprendedores con el fin de generar proyectos innovadores de éxito para el sector digital.

[www.thevalley.es](http://www.thevalley.es)

## **Para más información:**

### **Trescom Comunicación:**

Sara Gonzalo / Alba Tortosa / Juan Vidal 91 411 58 68 / 615 18 41 66

[sara.gonzalo@trescom.es](mailto:sara.gonzalo@trescom.es), [alba.tortosa@trescom.es](mailto:alba.tortosa@trescom.es), [juan.vidal@trescom.es](mailto:juan.vidal@trescom.es)

