



NOTA DE PRENSA

Decathlon ofrece una experiencia de compra única a sus usuarios con la tecnología RFID

- ▶ Gracias a la implantación de esta tecnología, los clientes ahorrarán hasta 5 segundos por artículo durante su paso por caja.
- ▶ El ahorro de tiempo que supone esta nueva tecnología para los colaboradores permite una atención más personalizada a los usuarios deportistas de la marca.
- ▶ Con este proyecto, Decathlon pone una vez más el foco en la omnicanalidad, apoyándose en la transformación digital, y siempre con el objetivo de mejorar la experiencia de compra.

Madrid, 10 de abril de 2019 – **Decathlon** da un paso más en ofrecer una **experiencia de compra única** a sus usuarios deportistas con la **incorporación de la tecnología RFID** en la **totalidad de los productos y puntos de cobro de sus tiendas**, lo que permitirá una atención más personalizada.

La implantación de esta tecnología permitirá a los usuarios ahorrar hasta 5 segundos por cada artículo adquirido, ganando **eficiencia y rapidez durante el último paso del *customer journey***, el paso por caja.

Este proyecto es una muestra más del compromiso de Decathlon para ofrecer a sus usuarios y clientes **una tienda física experimental** con los últimos avances tecnológicos, que van desde la incorporación de **pantallas táctiles**, donde los usuarios pueden consultar las especificaciones técnicas de los productos y comprar, hasta la dotación de **smartphones**.

La tecnología RFID, un paso más en la transformación digital de Decathlon

Decathlon **inició el proceso de generalización de la tecnología RFID** en sus productos y tiendas en 2013, dentro de su plan de medidas para la transformación digital de la compañía. Un proceso que culmina ahora con la **incorporación de lectores de esta tecnología en sus cajas de libre servicio**.

A través del chip RFID, o identificación por radiofrecuencia, se reconoce de forma única cada artículo en stock, lo que garantiza a la compañía **más seguridad y calidad**, además de un **mayor seguimiento dentro de la cadena de suministros**, desde la logística hasta su llegada al usuario deportista.

Entre las múltiples ventajas de la identificación por radiofrecuencia, destaca la **reducción de tiempos a la hora de realizar los inventarios**. Concretamente, Decathlon ha duplicado la cantidad de controles de stock dedicando la mitad de tiempo en los últimos dos años, facilitando la reposición y asegurándose una mayor fiabilidad del stock omnicanal.

El ahorro de tiempo que ha supuesto para sus colaboradores la incorporación de la tecnología RFID, tanto en sus productos como en las cajas, también ha ayudado a que Decathlon revierta ese tiempo en lo verdaderamente importante, **hacer accesible los beneficios del deporte a sus usuarios, a través de un asesoramiento más personalizado** por parte de sus colaboradores.

Un servicio omnicanal completo

La finalización de la implantación de la tecnología RFID muestra una vez más el firme **compromiso de Decathlon por ofrecer a sus usuarios el más completo y más eficiente servicio omnicanal**, con el objetivo de hacer accesible el deporte al mayor número de personas.

Así, la compañía ofrece a sus usuarios la posibilidad de **realizar pedidos online desde sus propias tiendas** accediendo a toda la oferta de productos y servicios de www.decathlon.es, y de elegir el **método de entrega** que mejor se adapte a sus necesidades:

- ▶ **Clica y Recoge**, que incorpora la **recogida de pedidos en tienda en menos de 1 hora**.¹
- ▶ **Entrega en el mismo día** en pedidos online realizados de **lunes a viernes hasta las 14:00h**², hasta entrega en 24h, entrega en sábado o entrega con montaje.
- ▶ Entrega en **más de 3.000 puntos de recogida** entre los que se encuentran las **taquillas inteligentes** ubicadas en puntos estratégicos del centro de las ciudades.

¹ Para esta opción, la disponibilidad de los artículos varía en función del lugar de entrega y del stock disponible en el momento que se realice la compra.

² Esta opción está disponible de momento para el centro de Madrid, Barcelona y Sevilla, en función del código postal y de los artículos seleccionados.

Sobre Decathlon

Decathlon es una compañía dedicada a la creación y distribución de material deportivo y, actualmente, está presente en 53 países, en más de 850 ciudades y posee más de 1.500 tiendas.

Decathlon España abre su primer establecimiento en 1992 y, en la actualidad, cuenta con más de 12.000 colaboradores y más de 165 tiendas. La red logística la conforman 5 centros logísticos regionales y 2 centros continentales.

El objetivo principal de la compañía es hacer accesible, de manera sostenible, el placer y los beneficios de la práctica del deporte al mayor número de personas. Accesibilidad mediante nuestras marcas propias y su área de I+D en la que ingenieros y apasionados deportistas trabajan en la concepción, diseño y producción de nuestros propios productos, de más de 110 disciplinas deportivas, con el fin de ofrecer a nuestros usuarios una oferta innovadora, sostenible y con una excelente relación técnica-precio. Mayor accesibilidad gracias también a nuestra red logística, a nuestros servicios y a nuestros equipos de apasionados deportistas al servicio de los usuarios y clientes.

SALA DE PRENSA



DECATHLON

Diana Expósito

Responsable Comunicación Corporativa y Deportes
diana.exposito@decathlon.com
Telf: 91.657.37.67

Paola Aguilar

Comunicación Corporativa y Deportes
paola.aguilar@decathlon.com
Telf: 91.657.37.67

KETCHUM

Beatriz Zabala

beatriz.zabala@omnicomprgroup.com
Telf: 91.788.32.73

Marta García

marta.garcia@omnicomprgroup.com
Telf: 91.204.42.19