

Propuesta de Valor de FitCloud

1. Reducción drástica de devoluciones

Debido a la precisión del escaneo corporal 3D y al ajuste virtual de ropa, los usuarios pueden visualizar cómo les quedará la ropa antes de comprarla. Esto reduce los errores de talla y de expectativas, disminuyendo significativamente el volumen de devoluciones y por ende los costos logísticos asociados.

2. Mejora de la experiencia de compra de ropa

El cliente disfruta de una experiencia inmersiva, moderna y personalizada. Puede ver cómo se adapta cada prenda a su cuerpo real sin necesidad de probarla físicamente, eliminando la incomodidad y la pérdida de tiempo de los probadores. La compra se convierte en un proceso más cómodo y rápido.

3. Acceso al catálogo completo

La impresión 3D del cuerpo permite al cliente visualizar las prendas en su cuerpo virtualmente, incluso aquellas que no se encuentran disponibles físicamente en la tienda o en su talla. Esto multiplica las oportunidades de venta y mejora la exposición de todo el inventario disponible.

4. Optimización del stock y almacenamiento físico

Las tiendas pueden reducir la cantidad de unidades en exposición o en inventario, ya que el cliente puede visualizar todas las combinaciones posibles digitalmente. Esto libera espacio físico, reduce costes de almacenamiento y facilita una gestión de stock más eficiente y sostenible.

5. Ahorro de tiempo tanto para el usuario como para las empresas

El proceso de compra se agiliza notablemente. Los usuarios evitan las esperas en probadores o devoluciones, mientras que las empresas reducen tiempos de gestión de pedidos, reposición y logística inversa. El resultado es un compra-venta más rápida y rentable para ambos.

6. Ahorro en la plantilla

Al automatizar procesos como la asistencia en probadores o la atención en devoluciones, las empresas pueden optimizar la gestión del personal, concentrando los recursos humanos en áreas de mayor necesidad como atención personalizada o marketing.

7. Tecnología accesible desde cualquier lugar

La solución puede integrarse tanto en tiendas físicas (pantallas interactivas) como en plataformas online o móviles. Así, el usuario puede acceder a su modelo digital en cualquier momento y desde cualquier dispositivo, fomentando la disposición al cliente y la fidelización.