



Innovación Tecnológica

**Herramientas disponibles
aplicadas a la gestión Comercial
y Logística.**



Innovación Tecnológica mejora constante en las empresas

Las empresas dedican mucho esfuerzo, capacidades y recursos para el desarrollo de sus productos. Innovación y mejoras en productos y procesos.

la tecnología de sus maquinarias y herramienta de producción, modernizándolo, innovando, adecuando packaging (envases)

y poniendo el conocimiento y experiencia para una mejora constante en

Calidad

Lanzamientos
de nuevos
productos

Abastecimiento
y
Distribución
al mercado

Formación
de sus RRHH

Sustentabilidad



Innovación Tecnológica mejora constante en las empresas

Las Funciones del Equipo Comercial (entre otras)



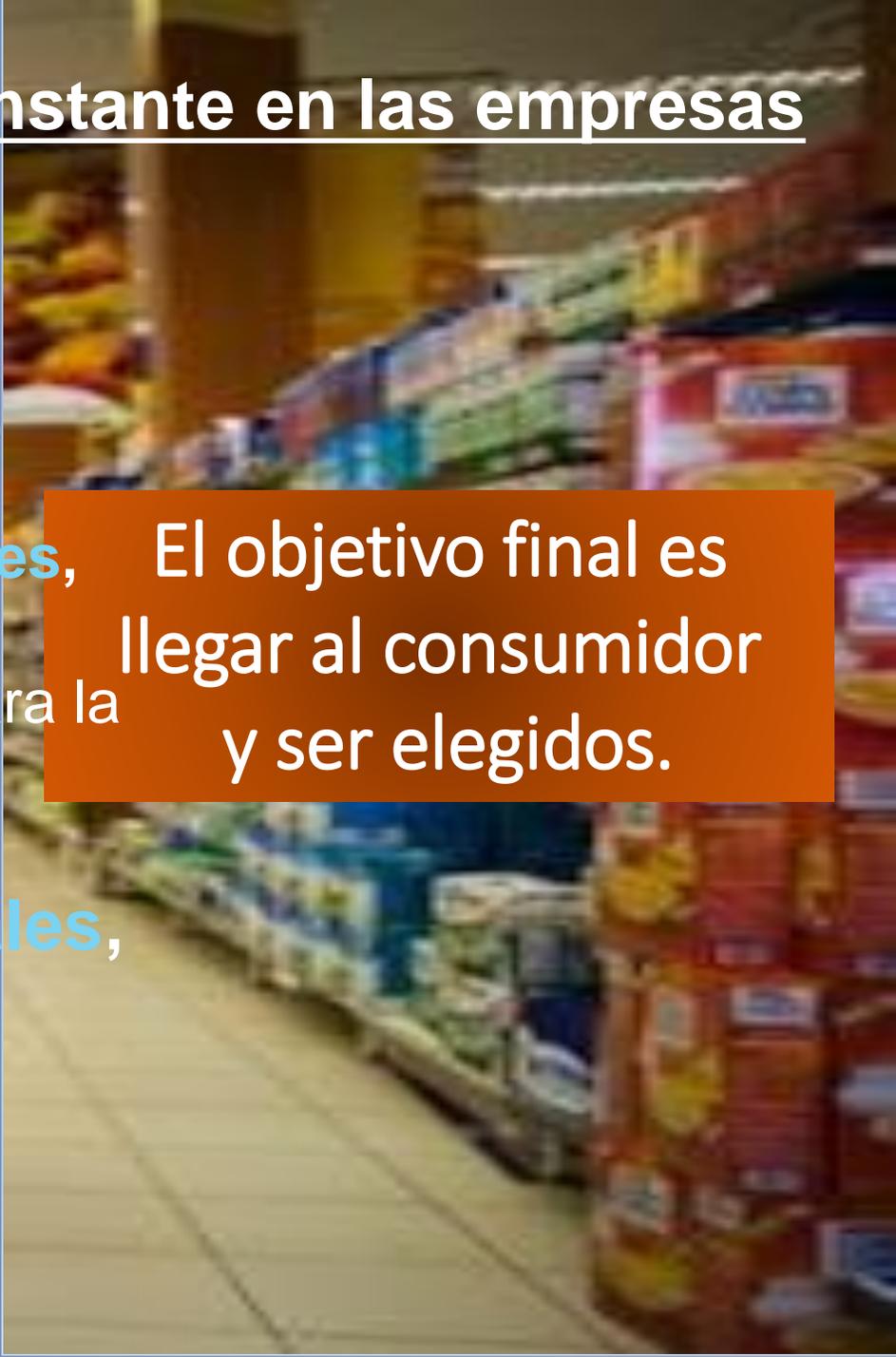
No podríamos ejecutar estas funciones con la
dinámica que hoy exige el Mercado

sin el aporte de la Tecnología

Innovación Tecnológica mejora constante en las empresas

Trabajamos con productos de **consumo masivo**,
de **alta demanda** por parte de los consumidores,
que son requeridos **por todos los estratos sociales**,
que motiva **fuerte competencia** entre las empresas para la
captación del consumidor,
ofreciendo **alternativas que las hace diferenciales**,

**en calidad, precio y valor
agregado.**

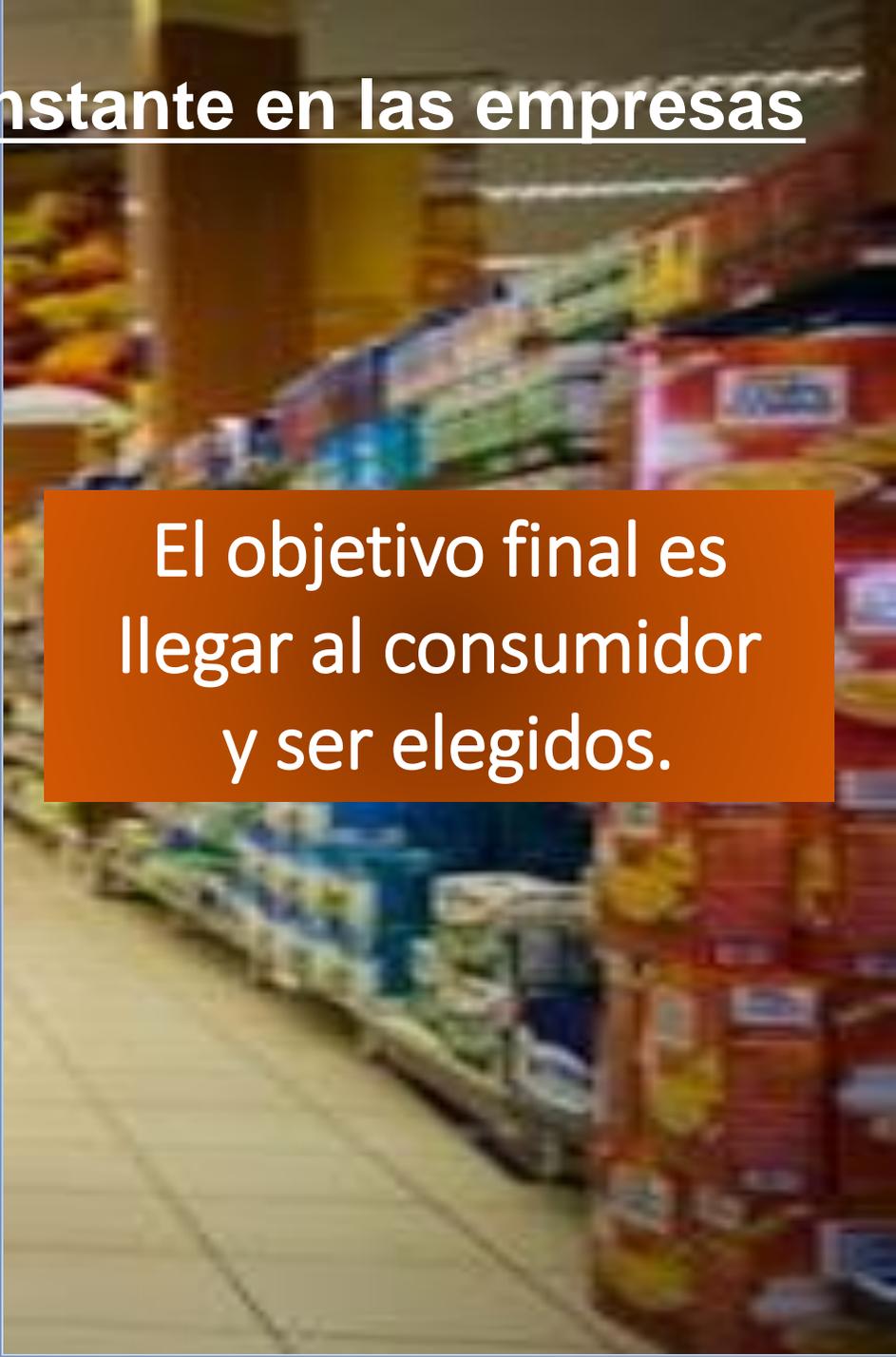


El objetivo final es
llegar al consumidor
y ser elegidos.

Innovación Tecnológica mejora constante en las empresas

- ✓ Productos de alto consumo,
- ✓ con mucha penetración en los hogares
- ✓ y esto hace que se muevan **grandes volúmenes** de las diferentes categorías.

- ✓ Que requiere de una **logística de distribución** muy **planificada, intensiva y precisa** en materia de tiempos, pedidos y entregas.



El objetivo final es llegar al consumidor y ser elegidos.

Innovación Tecnológica mejora constante en las empresas

Y un conocimiento muy profundo de nuestros clientes para brindar un nivel de servicio adecuado, surtido de productos que corresponda a la demanda de cada zona/barrio, estrato social.

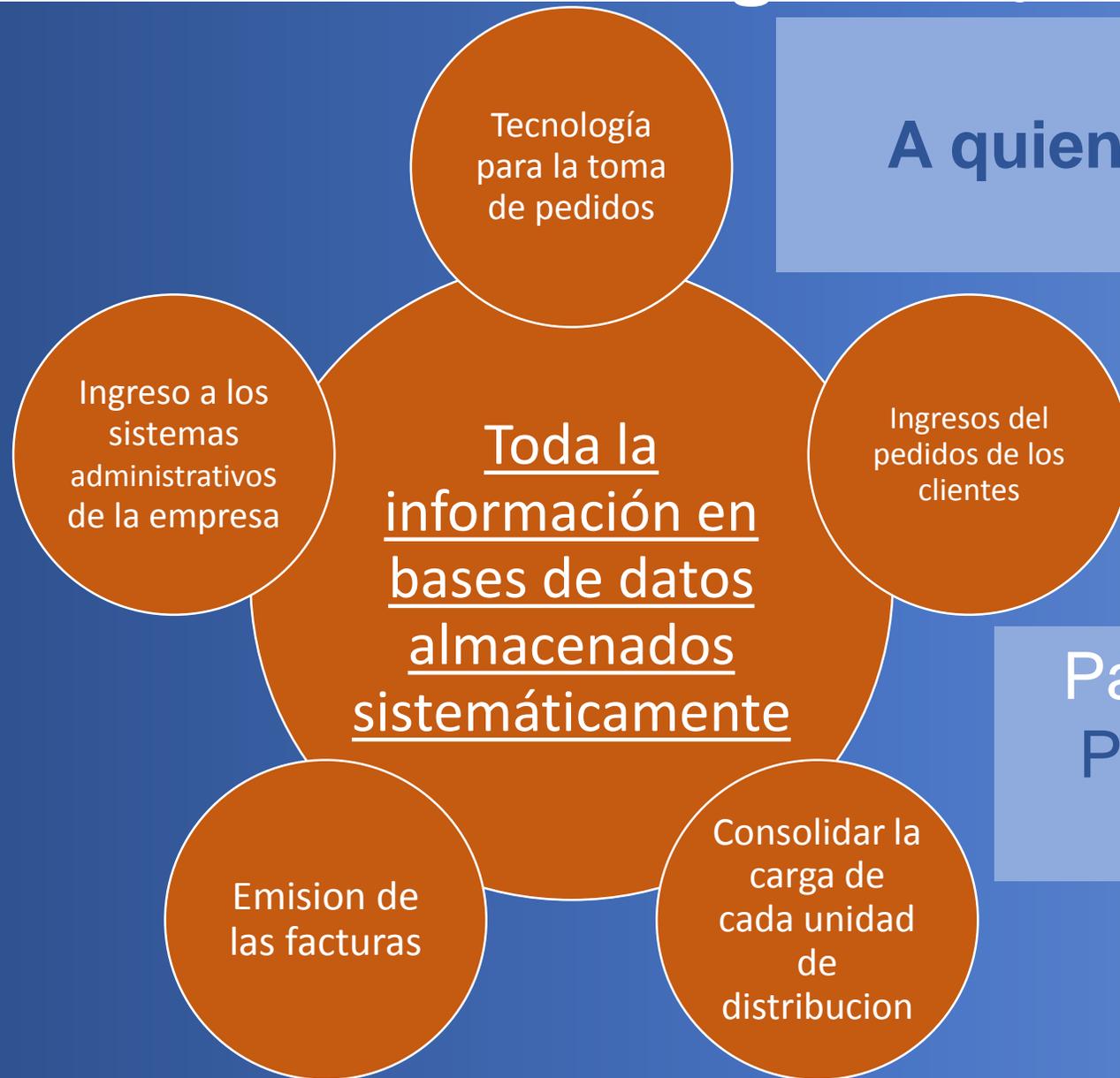
Conocimiento que aplicamos intensamente a los negocios. Y exige estar atentos a los cambios y a su incorporación sistemática en la gestión.

la palabra **“Innovar”** surge constantemente en el desarrollo diario de nuestro trabajo.

“Ninguna iniciativa innovadora puede desarrollarse sin procesamiento de información y sin gestión. En esta década se requiere este tipo de competencias a nivel directivo.”

Jose Luis Roces – Cultura Innovadora.

Innovación Tecnológica mejora constante en las empresas



Nos permitió saber:
A quien le vendemos, Qué, Cómo, dónde y cuando.

Para su utilización y análisis
Pudimos armar tableros de
gestión comercial.

Comunicación y Conexión

Y en los últimos años las Herramientas para la **Innovación Tecnológica se produce con mayor rapidez, agilidad y brindan soluciones cada vez más accesibles.**





Base de datos Relacionales y Multidimensionales principales características

- **Organización de datos:**
- **Nivel de datos:** datos detallados organizados en tablas y datos agregados
- **Lenguaje para consulta (Query)**
- **Acceso a datos:** acceso directo a los datos
o también indirectos a través de consultas que buscan la información que necesitamos agregar y que no está contenida en la documentación que emitimos.
- Estas bases de datos representan el elemento clave en los sistemas tradicionales de procesamiento de transacciones.

Mejorar la capacidad de análisis
y construir un sistema de **inteligencia de negocios.**

Comunicación y Conexión

Tableros de Gestión

- ✓ Análisis de la información con mucha fluidez y en forma diaria
- ✓ Generando los indicadores para el monitoreo del negocio aportando a la toma de decisiones
- ✓ Poniendo a disposición información on-line sobre cada unidad de negocio con máximo nivel de detalle.
- ✓ Velocidad en la generación de reportes
 - ✓ Parametrizados
 - ✓ Y acceso para nuevos requerimientos.
- ✓ Bajo empleo de tiempos



Comunicación y Conexión

Nos permitió clusterizar o clasificar según el tipo de cliente para preferirle políticas comunes y nivel de servicio acorde al PDV, de acuerdo a:

Para cada canal Comercial se determina un surtido de productos óptimo, según tipo de cliente.

- ✓ Tamaño del cliente
- ✓ actividad
- ✓ Potencial
- ✓ Lugar (Colegios y otras entidades, paradas de bus, etc.)
- ✓ Nivel socio económico
- ✓ Infinidad de parámetros que vamos descubriendo con el análisis

Canales Comerciales – Nivel de Servicio

► Surtido óptimo sugerido por CLUSTER



Sup A



Auto A



Sup y
Auto B



Almacén



Fiambrería



Mayorista



Kiosko



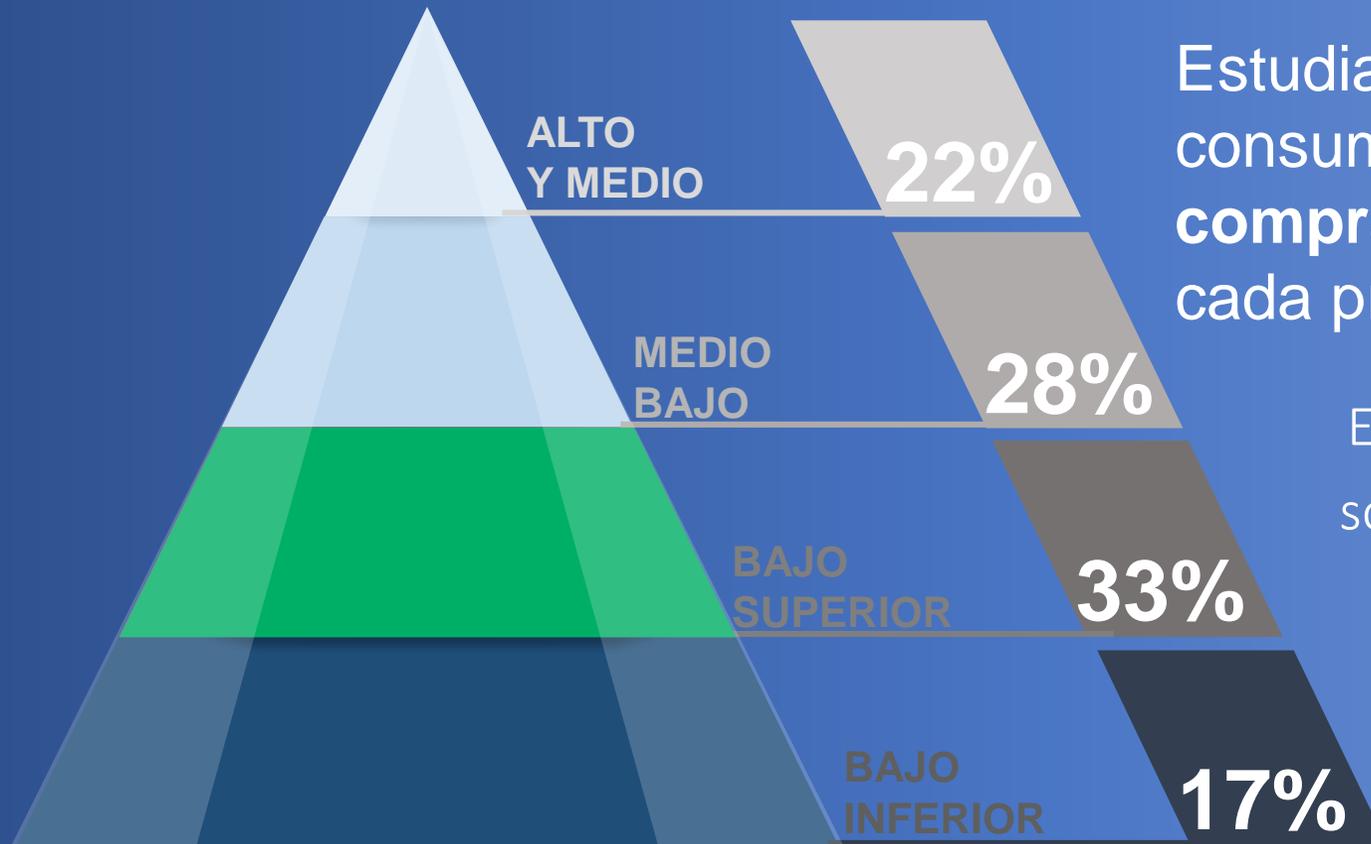
Resto C y D

Siempre teniendo en cuenta políticas comerciales determinadas por la empresa.

Comunicación y Conexión

Pirámide poblacional – Niveles socio-económicos

Q2.18 vs Q2.17



Estudiar y analizar las tendencias de consumo, el consumidor y hábitos de compra, momentos de consumo para cada producto/tipo de producto.

Estudiar la demanda de cada estrato social para definir el surtido de productos que ponemos a disposición.

ir adecuando las estrategias a la dinámica del mercado.

Comunicación y Conexión



El software más reciente incluye importantes mejoras en una serie de áreas, proporcionando a los negocios la capacidad de **construir sus propios cuadros de mando o tableros de control en cuestión de minutos.**

Asimismo explorar los datos visualmente para descubrir ideas de negocio, analizar los datos almacenados y mejorar la toma de decisiones

Nos permite contar con **información histórica de cada cliente** contribuyendo a la negociación, con rapidez en los tiempos de obtención.

Responder preguntas según las necesidades en un mercado dinámico e ir **adecuando el negocio a los cambios!!!**

Comunicación y Conexión

Acceso a tecnología relacionada con la “Geolocalización”

Software que se utiliza

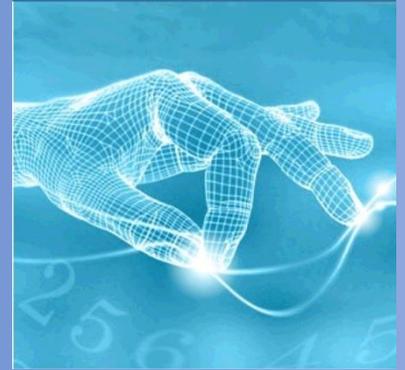
- ✓ para obtener la ubicación física real,
- ✓ y definir rutas óptimas de los vendedores y de los camiones,



calculando las distancias y los tiempos que demandan los recorridos, planificando el trabajo diario de cada uno de los agentes en la calle.

Realizando las adecuaciones constantes que los diferentes cambios en el mercado van requiriendo.

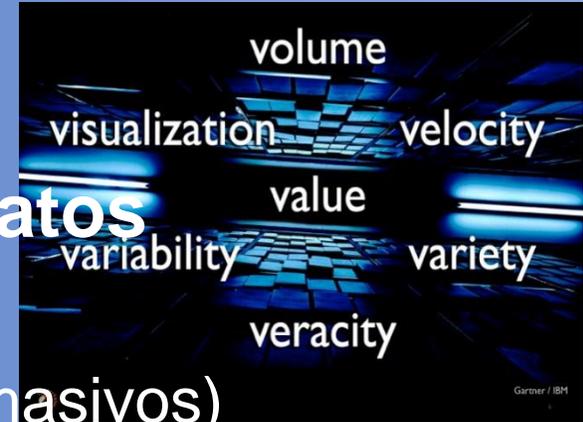
Comunicación y Conexión



La tecnología avanza rápidamente y sigue aportando a la comunicación y a la conectividad!!!

Comunicación y Conexión

Podemos relacionar los datos propios de nuestras bases **con otras bases de datos**



Y aparece el concepto de Big Data (macro datos o datos masivos)

proceso de recolección de grandes cantidades de datos y su inmediato análisis para encontrar información oculta, patrones recurrentes, nuevas correlaciones, etc.;

Implica ampliar los centros de datos tradicionales con información que surge de redes sociales, logs de navegación, tendencias de búsqueda en la web, análisis de textos,

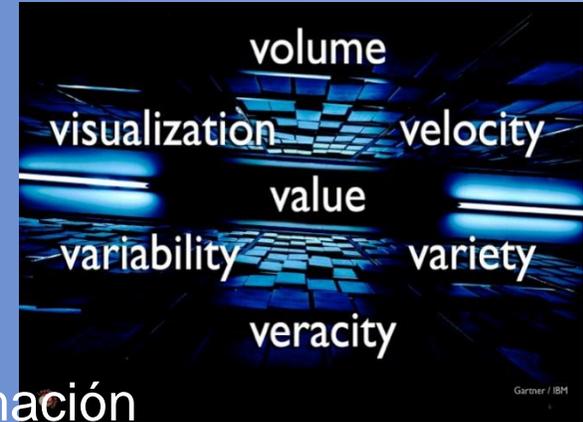
datos sensores para obtener un mejor análisis de consumidores.

De esta manera **predecir o ir obteniendo información sobre los cambios constantes y tomar decisiones sobre ventas y productos** (*que productos se venderán mejor*).

Comunicación y Conexión

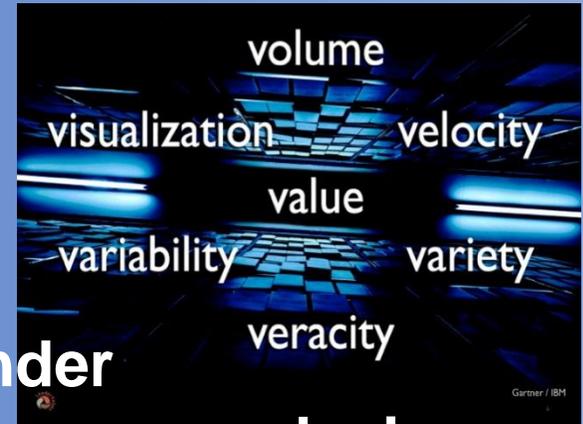
Las características de **Big Data**

- **Volumen** de información que tenemos que filtrar y estudiar
- **Velocidad**, ofrecer ahorro de tiempo en el procesamiento de la información
- **Variedad**, tenemos que darle uniformidad ya que se guardan infinidad de datos heterogéneos y una de las fortalezas es que se puede conjugar y combinar todo tipo de información.
- **Veracidad**, cuando analizamos vamos a tener que investigar la certeza de los datos combinando y cruzando información.
- **Valor**, toda la información recogida nos tiene que aportar valor, posibilitar el cambio de acuerdo a las transformaciones que se van produciendo en la sociedad, en los comportamientos a través del conocimiento derivado de esos datos.



Big Data

Toda la información que nos brinda la utilizamos para entender comportamientos e ir adecuando nuestro negocio, nuevas recomendaciones según los comportamientos de compra, de acuerdo a las inclinaciones y gustos.



Marketing y Ventas son áreas de mayor aplicación de Big Data.

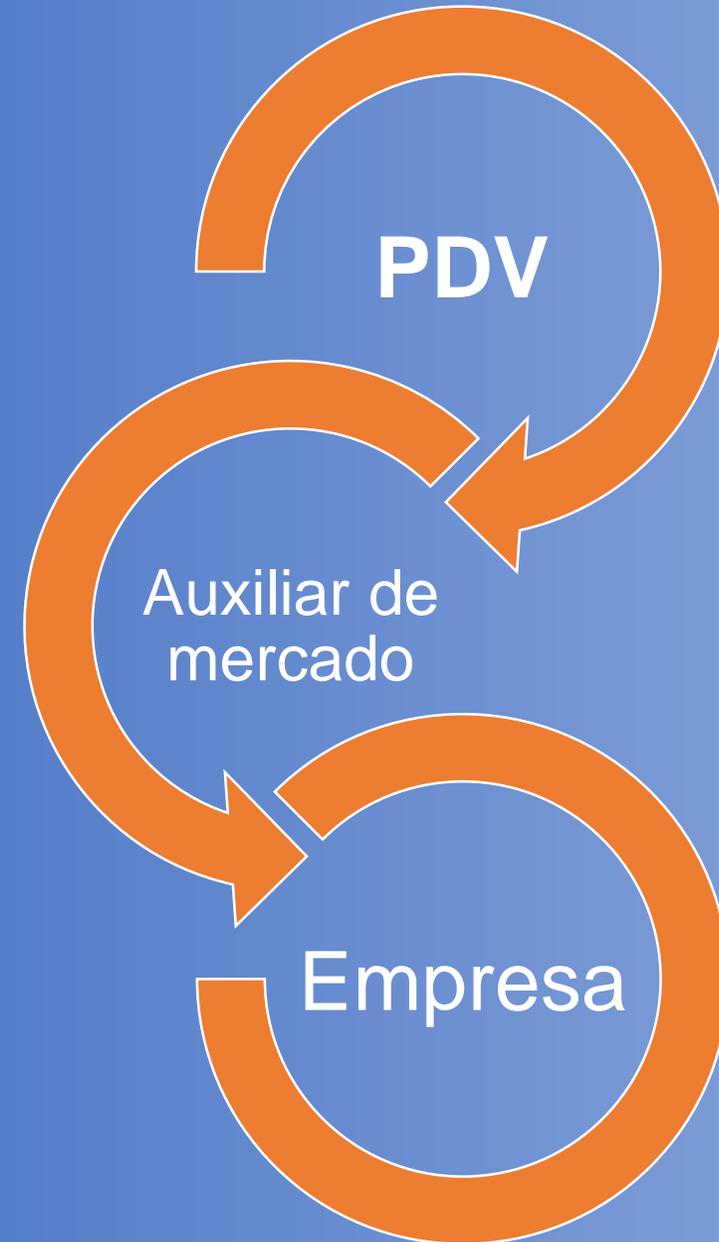
Los datos se utilizan para entender mejor al consumidor, sus comportamientos y preferencias.

Entendiendo y segmentando a los clientes / consumidores. ...

Entendiendo y optimizando los procesos de negocio, surtido, productos, marketing.

Comunicación y Conexión

Continuamos optimizando la atención en el PDV con información ida y vuelta



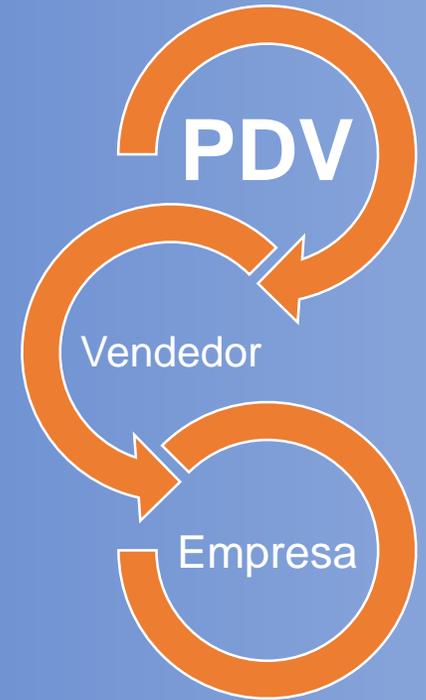
Comunicación y Conexión

Y volvemos a la comunicación con el PDV (toma de pedidos):

Los teléfonos móviles que reemplazaron a las máquinas de toma de pedido anteriores y trajeron practicidad, mucha **mayor ductilidad** con una **comunicación ida y vuelta,**

remitimos información en línea y actualizada sobre

- ✓ La oferta de productos para cada cliente
- ✓ De acuerdo a su compra habitual
- ✓ Las ofertas disponibles para ese cliente
- ✓ Las promociones vigentes
- ✓ informa que productos que compra habitualmente y que no están pedidos
- ✓ El precio de cada producto
- ✓ Calculando el importe del pedido para indicar cuanto le sumará la factura.



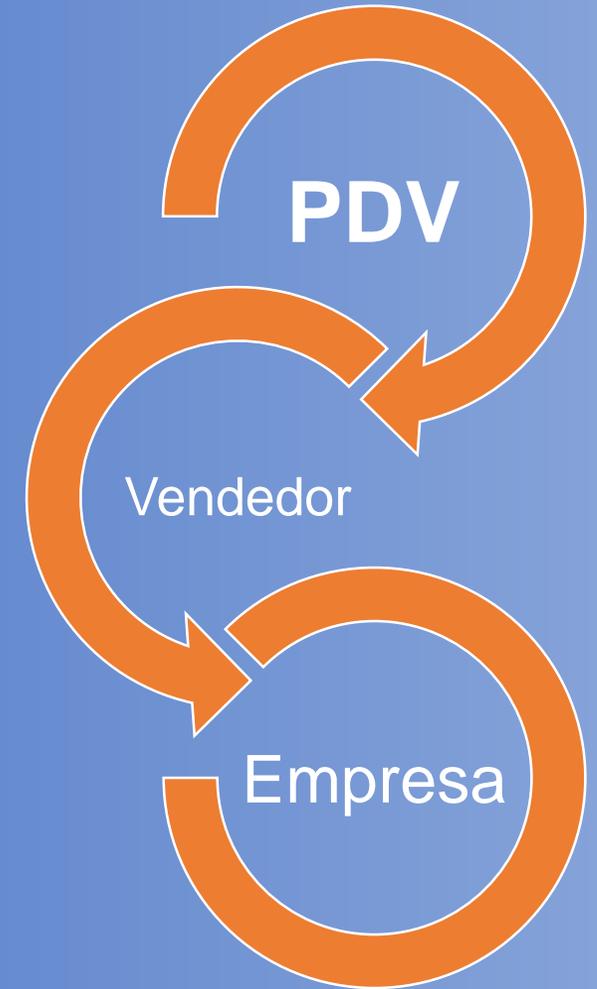
Presupuestos y cumplimiento de objetivos para los agentes de ventas

Comunicación y Conexión

No solo transmitimos información sobre la toma de pedidos sino que nos permite traer todas las novedades del mercado,

- ✓ productos competidores como de otras categorías que pueden resultar productos sustitutos,
- ✓ enviar imágenes,
- ✓ material de PDV existente.
- ✓ O novedades que es necesario conocer para la toma de decisiones.

Hoy podemos recepcionar en bases de datos donde se clasifican y analizan.



Comunicación y Conexión

Incluimos además la **exhibición definida para la góndola de cada cliente.**



Contamos con **Software especializado** que permite planificación y análisis de la exhibición en góndola determinando el espacio necesario para cada producto según su rotación (demanda de cada producto).

Los planogramas son una herramienta de gestión básica para Trade – Marketing de las empresas

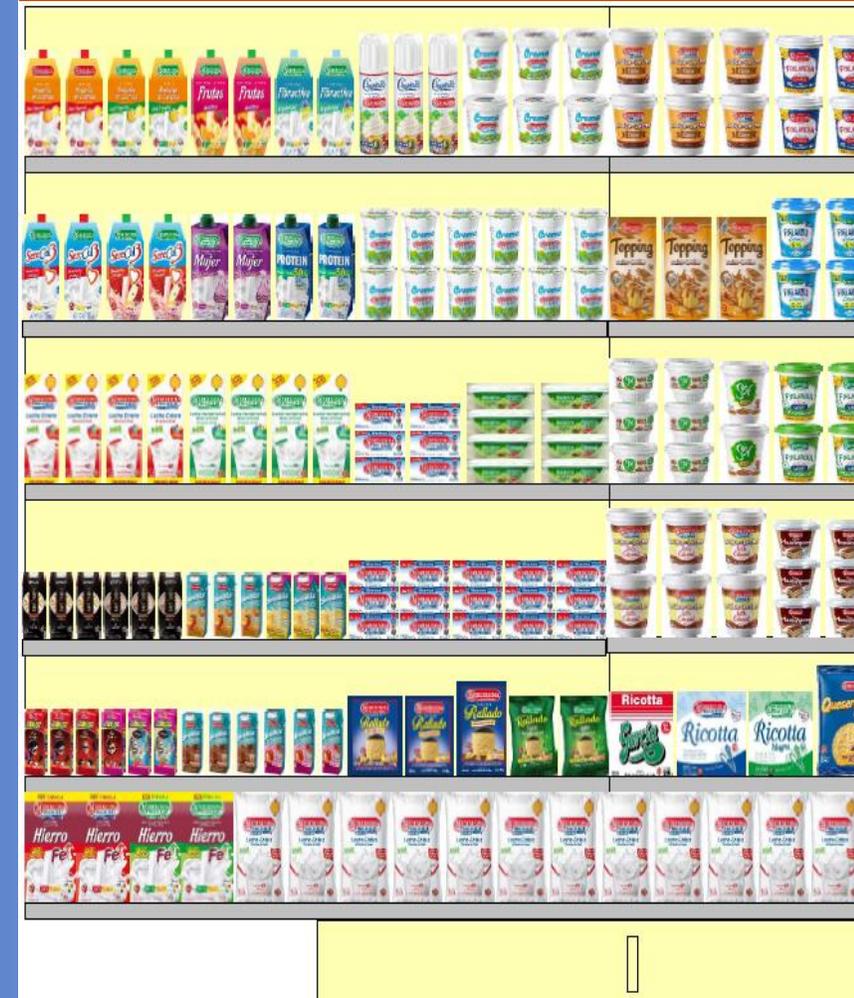
característica principal el poder hacer rápida y cómodamente diversas versiones del armado de una góndola y pruebas de cómo colocar determinados artículos en un lineal (todo en la computadora) para luego llevar a la realidad de la calle.

Comunicación y Conexión

Definimos datos del tamaño de la exhibición según puntos de ventas clusterizados o clasificados por

- actividad (Supermercados, almacén, autoservicio, kiosco)
- zona geográfica,
- tamaño del cliente, potencial
- espacios de exhibición

y definimos la góndola o heladera tipo que debe tener ese cliente a través de los planogramas.



Comunicación y Conexión

El resultado es un mejor retorno de la inversión a través de los niveles de espacio y de inventario optimizados.

Replicamos la imagen de marca.

El consumidor encuentra el mismo ordenamiento de góndola en los diferentes locales de ventas, (puede diferir en el tamaño)

Le resulta amigable y familiar.

y definimos la góndola o heladera tipo que debe tener ese cliente a través de los planogramas.



Comunicación y Conexión

Constantes y rápidos avances se van produciendo tenemos que administrar a través de sistemas que nos facilitan rápido acceso

y como muy importante

y la generación de equipos de trabajo preparados para investigar y sacar conclusiones

“Como decíamos en nuestra introducción hoy el mercado nos exige aplicar herramientas tecnológicas, alcanzando un liderazgo que beneficie la productividad en medios altamente competitivos”.

“Como decíamos en nuestra introducción hoy el mercado nos exige aplicar herramientas tecnológicas, alcanzando un liderazgo que beneficie la productividad en medios altamente competitivos”.



Omnicanalidad.



Comunicación y Conexión

La última tendencia podemos hablar de **Omnicanalidad.**



Hoy estamos ante un consumidor multiplataforma: nos pueden llamar por teléfono, visitar los locales de ventas, contactarse a través de nuestro chat, postear en nuestras redes sociales, enviarnos un email, etc.

¡Y para todo eso hay que estar preparado digitalmente!

Omnicanalidad.

Diferentes dispositivos para realizar ventas



Teléfonos “App”



Call Center



E - Commerce



Plataformas de eBusiness B2B

Solución transaccional de comercio electrónico que brinda la posibilidad del manejo de un canal cerrado de compradores y/o distribuidores con acceso a:

- ✓ catálogos on-line de productos y servicios,
- ✓ Acceso a Usuarios (Pre-registración y Registración) con la posibilidad de administración de visualización de Contenidos personalizados para cada uno.
- ✓ generar transacciones (compras, órdenes de pedido, presupuestos, reservas, etc.) en forma on-line (eCommerce B2B).

Integración en distintos módulos (catálogo, usuarios, transacciones, etc.)



Plataformas de eBusiness B2C

- ✓ Catálogos on-line de productos y servicios,
- ✓ generar transacciones (compras, órdenes de pedido, presupuestos, reservas, etc.) en forma on-line.
- ✓ **Medios de pago online.**
- ✓ **Sistema de operadores logísticos.** Llevan el pedido según las localizaciones geográficas donde se encuentran prestando el servicio o también preparan los pedidos y se encuentran listos para pasar a retirarlos por la sucursal cercana.
- ✓ Gestión y seguimiento de consultas y transacciones generadas on-line.

Comunicación y Conexión



La explosión de la tecnología en el mundo ha sido exponencial de la mano de nuevas plataformas, mejores envíos, tracking de esos envíos, mejor servicio y mayor confiabilidad y transparencia.

La omnicanalidad no solo es una tendencia digital, es un cambio de cultura en las organizaciones!!

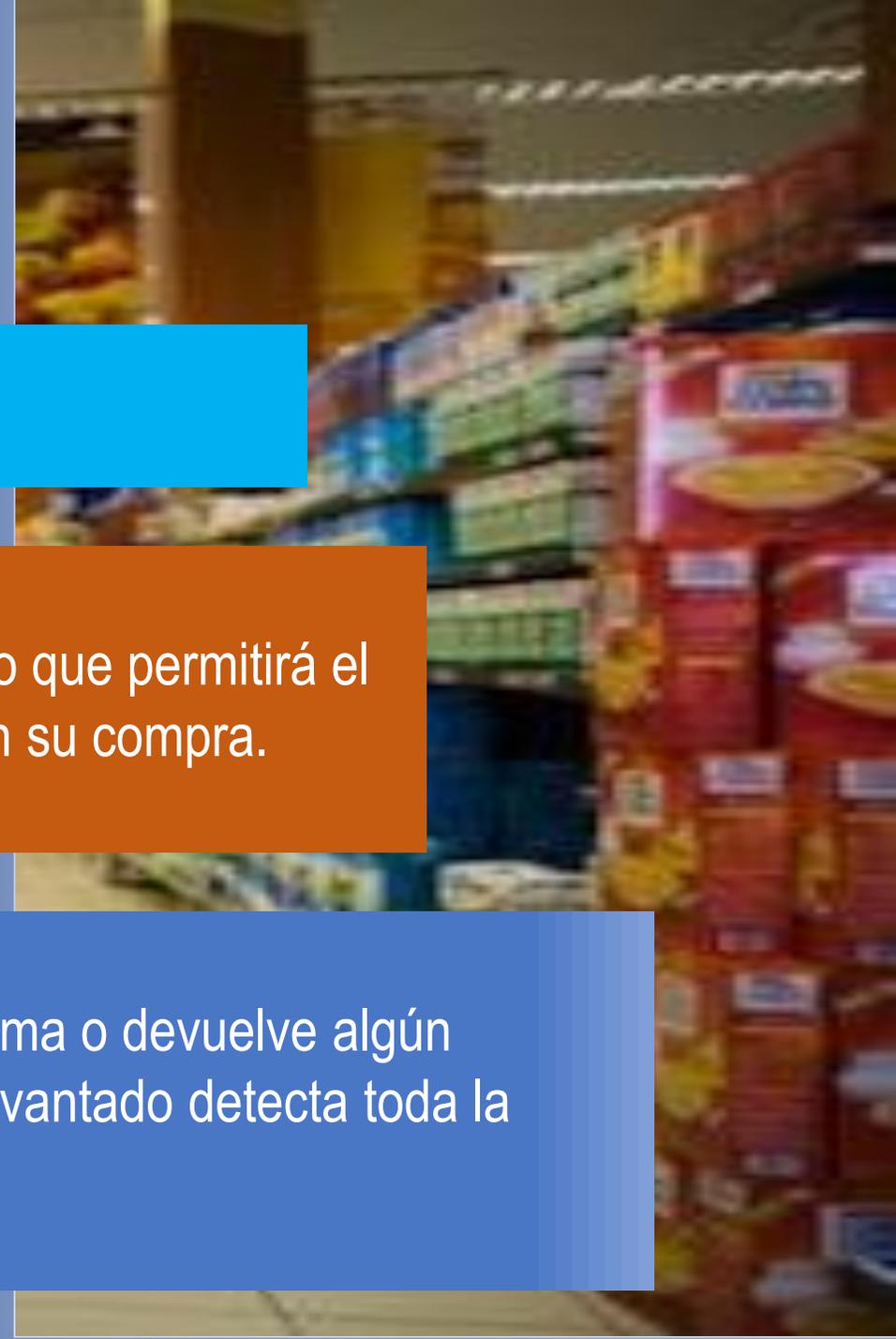
Super Inteligentes

Mercado para realizar las compras logrando autogestión mediante tecnología

Cómo es el sistema de pago?

El consumidor presenta su tarjeta de pago o App en su celular, lo que permitirá el acceso. Luego de retirarse el sistema calcula el ticket según su compra.

Sistema de Múltiples sensores que identifican si una persona toma o devuelve algún producto por su propio peso y lugar dentro de la góndola. Al ser levantado detecta toda la información del producto y lo suma a la cuenta del cliente.



Comunicación y Conexión Super Inteligentes

Innovación aplicada al servicio del cliente: generará **experiencia de compra única.**

Autoservicio Digitalizado: permite chequear disponibilidad de los productos y tiempos de demora mediante **una aplicación.**

Compras eficientes:
Enfocado en productos de **primera necesidad.**



Super Inteligentes

1

Sistema inteligente para entrar al local con tarjeta o App Mobile.

2

Sistema de múltiples sensores que suma un producto una vez que es levantado de la góndola.

3

A su vez el sistema detecta cuando alguien se arrepiente de una compra y lo quiere devolver.

4

En el momento en que la personas se encuentra en la tienda hay un visor que marca el total comprado. Para el pago.

Innovación Tecnológica

Herramientas disponibles aplicadas a la gestión logística y comercial.

Contribuyen al Conocimiento, a la gestión y a la Innovación

gestión que aplicamos intensamente a los negocios.

Y exige estar atentos a los cambios que se producen cada vez con mayor intensidad!!!

Muchas gracias!!!

