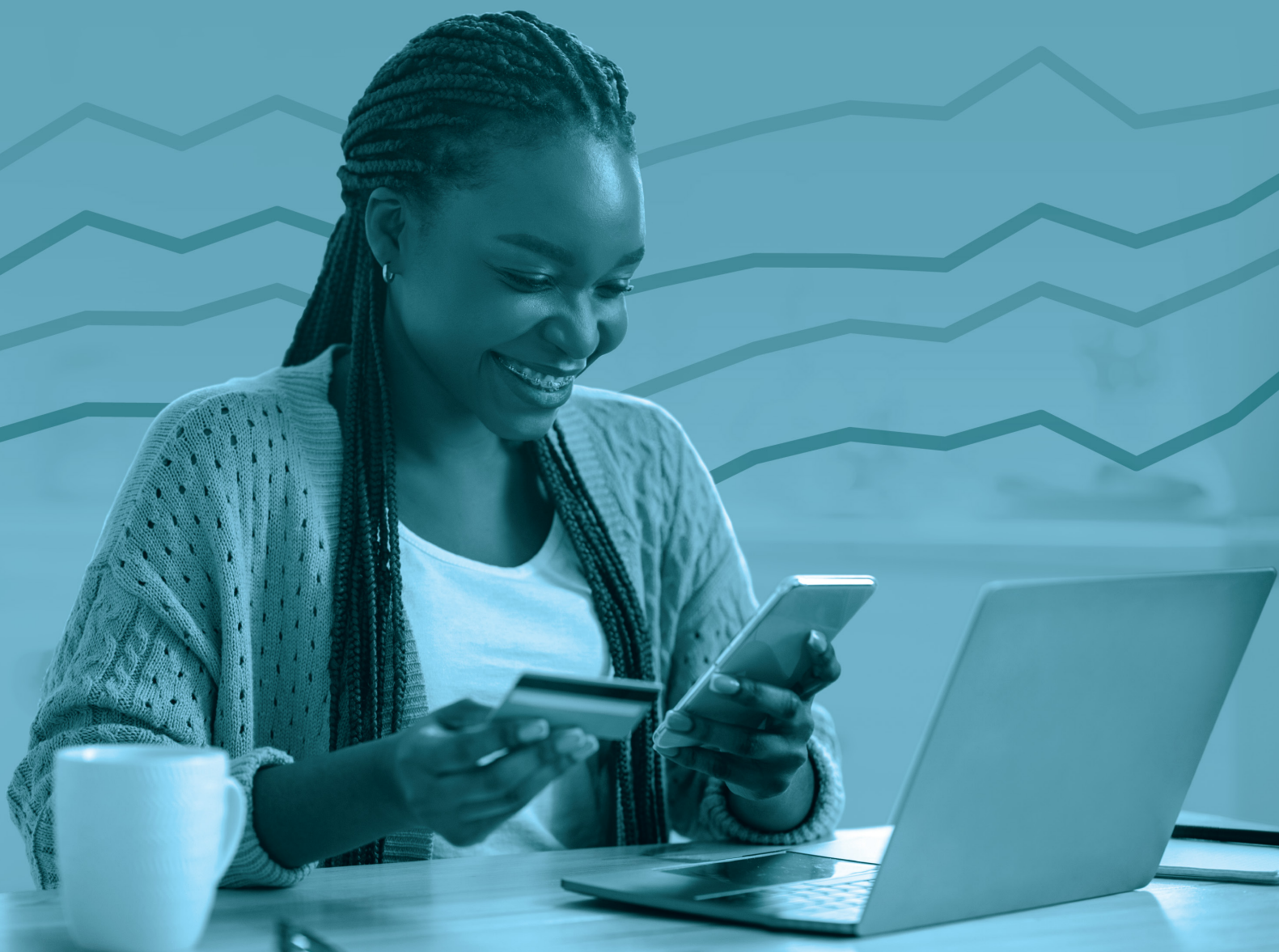




# Prosperere con el análisis en tiempo real para tiendas

Responder en tiempo real a cada aspecto de las operaciones de una tienda es clave para tener éxito en el entorno del comercio minorista, un entorno en constante cambio



# El enigma del comercio minorista actual

Mantener satisfechos a los clientes es el principio rector de las organizaciones de comercio minorista de todo el mundo. Y no es algo para nada sencillo. Mientras que la pandemia y la recesión que esta provocó plantearon desafíos sin precedentes que muchas empresas no lograron superar, estas interrupciones también marcaron el inicio de una nueva era en el comercio minorista. Las empresas más ágiles se adaptaron rápidamente y fortalecieron sus canales digitales en un momento en que los consumidores adoptaron un estilo híbrido que combinaba las compras en línea y en la tienda. Los gastos en el comercio electrónico se dispararon.

¿El resultado? Un volumen de datos abrumador. Este nuevo mundo omnicanal produce miles de millones de filas de datos todos los días, ya que los canales de compra en línea y en la tienda, que tradicionalmente han ido separados, convergen en una única experiencia de compra. Además, dado que los recorridos del consumidor se hacen más complicados, cada punto de contacto a lo largo del camino genera más datos, tipos de datos y fuentes de datos.

Por otra parte, debido al gran volumen de datos y a que las tiendas los recopilan en silos con regularidad, los comerciantes no logran activarlos de manera oportuna, eficaz o conectada. Obtener la información basada en datos que necesitan para tomar decisiones informadas y actuar suele ser un proceso manual y tedioso; puede llevar horas e incluso días brindar a las tiendas las respuestas a sus preguntas más apremiantes. En el mercado actual, de ritmo vertiginoso y extremadamente competitivo, las tiendas minoristas no pueden permitirse contar con muchos datos y con poca información.

A pesar de la agitación, las expectativas de una entrega fluida y conectada siguen siendo altas por parte de los clientes. Los comerciantes minoristas que puedan cumplir o superar estas expectativas, ya sea por medio de servicios nuevos e innovadores, almacenes bien abastecidos, experiencias conectadas y personalizadas, protocolos de seguridad ejecutados hábilmente o todas estas opciones, tendrán una ventaja competitiva sólida.

Con la omnipresente presión para mantener los márgenes de beneficios, el aumento de los costos de suministro, la pérdida de clientes generalizada y la búsqueda de compras digitales y directamente al consumidor, las tiendas minoristas optan por la tecnología como ayuda para sobrellevar los cambios y la incertidumbre del mercado actual.



Fuente: "Los bienes de consumo y la batalla por las relaciones B2B y B2C" (en inglés), Salesforce, 2019

## Los datos correctos, las personas correctas, el momento correcto

En este mundo nuevo e inestable del comercio minorista, surgen preguntas clave: ¿Cómo pueden las tiendas obtener la información que necesitan para operar adecuadamente? ¿Qué inventarios necesitan? ¿Los proveedores pueden responder? ¿Cuál es la demanda en cada tienda? Si observamos cualquier tienda hoy, veremos que los comerciantes minoristas están teniendo dificultades para encontrar las respuestas.

Los inventarios se reducen enormemente para que las tiendas puedan afrontar el costo de las mercancías vendidas. Los compradores tienen malas experiencias cuando las expectativas que se generan en línea no se cumplen en la tienda. Los directores o gerentes tienen poca visibilidad o transparencia de las distintas tiendas y no comprenden las demandas regionales. El personal a menudo es inadecuado.

La mayoría de los comerciantes minoristas no cuentan con acceso a datos detallados en tiempo real ni a funcionalidades de análisis en el nivel de la tienda. Esto tiene un impacto que se puede cuantificar:

### Experiencias de cliente desconectadas e impersonales

El 25 % de los comerciantes minoristas afirman que el rendimiento de las promociones de códigos de artículo (Stock Keeping Unit, SKU) solo se comparte semanalmente

### Planificación y administración de inventario ineficaces

El 36 % de los socios minoristas comparten datos de transacciones de puntos de venta semanalmente

### Interrupciones frecuentes en la cadena de suministro y costos elevados

El 70 % de las empresas de bienes de consumo manifiestan que el principal desafío que enfrentan es la incapacidad para integrar datos de múltiples fuentes

### Incapacidad para adaptarse rápidamente a los cambios

El 47 % de las empresas no cuentan con una estrategia de análisis claramente articulada

Fuente: <https://risnews.com/ris-cgt-analytics-study-2020>



El **70%**  
de los clientes afirman  
que los procesos  
conectados, como las  
entregas fluidas  
o la colaboración  
contextualizada,  
son importantes para  
el éxito del negocio

Fuente: "Cómo usar los datos para enfrentar la adversidad" (en inglés), Tim Denman, Alarice Rajagopal, Estudio sobre el análisis del comercio minorista y los bienes de consumo de 2020

## La clave: inteligencia en tiempo real en el nivel de la tienda

Para enfrentar los extraordinarios desafíos de estos tiempos, los comerciantes minoristas deben implementar soluciones nuevas e innovadoras. En las tiendas físicas, esto se traduce en la necesidad de contar con inteligencia basada en datos que pueda proporcionar una única fuente de veracidad en tiempo real para todos los aspectos de las operaciones de las tiendas. Esto incluye desde el pronóstico de demanda y la administración de cadena de suministro/inventario hasta una experiencia de cliente perfectamente conectada en todos los canales.

Además, esta inteligencia tiene que estar disponible en formatos que se comprendan fácilmente y que cumplan con los requisitos de cada rol dentro de la tienda. Esto incluye desde el ejecutivo que quiere una vista agregada de datos de alto nivel para acceder al panorama completo hasta el socio que necesita saber cuántas bebidas guardar en el refrigerador el lunes al mediodía. Teniendo información actualizada y específica para cada rol al alcance de la mano, todos pueden tomar decisiones sobre la marcha con precisión.

La solución de inteligencia para el comercio minorista de Tableau proporciona un mapa de ruta útil, prescriptivo y personalizado para resolver los desafíos complejos que enfrentan actualmente los comerciantes minoristas. Está completamente diseñada para brindar a las tiendas los datos detallados y en tiempo real que necesitan para cumplir con las expectativas de los clientes y prosperar frente a los cambios violentos que sacuden el mercado minorista.

## Acceso y análisis a escala desde cualquier lugar

Tradicionalmente, cada tienda almacenaba sus datos, que se compartían por medio de hojas de cálculo estáticas y archivos PDF, a menudo por correo electrónico. Este proceso consume mucho tiempo e implica la necesidad de seleccionar y preparar los datos para que luego estén disponibles para el análisis. Cuando los datos tienen un formato útil y están disponibles para quienes los necesitan, ya son obsoletos.

La solución de Tableau basada en múltiples nubes evita este proceso porque permite que los datos y el análisis sean seguros y estén disponibles al instante, desde cualquier lugar y para cualquier usuario que los necesite. Los datos no vienen a los usuarios, sino que los usuarios van a los datos. Pueden explorar grandes cantidades de datos en segundos y analizar miles de millones de filas en minutos sin que el rendimiento se vea afectado.

Y, además, pueden escalar vertical y horizontalmente según sea necesario a fin de adaptarse a los períodos de actividad pico. Las funcionalidades para dispositivos móviles de la solución permiten que incluso el personal que se encuentra en la tienda vea y responda a la información de inmediato. Gracias a que los datos a nivel de transacción y de punto de venta en tiempo real están disponibles a pedido, las tiendas pueden tomar decisiones más inteligentes de manera más rápida.



El **83 %**  
de los clientes  
esperan flexibilidad  
en los envíos y  
opciones como  
comprar en línea  
y retirar el producto  
en la tienda

Fuente: "Estado del cliente conectado" (en inglés), Salesforce, cuarta edición

## Las vistas detalladas inspiran acciones específicas

Analizar y generar informes sobre datos es una cosa, y comprenderlos es otra. En este sentido, la valiosa asociación de Tableau con Salesforce y Snowflake marca la diferencia gracias a la solución de inteligencia para el comercio minorista. Con las capacidades de visualización de datos de Tableau, las funcionalidades basadas en nube de Salesforce y el almacenamiento de datos de terceros de Snowflake, la solución ofrece una herramienta inigualable que ayuda a los comerciantes minoristas a enfrentar los desafíos actuales.

Veamos un ejemplo: una empresa minorista de gran tamaño, con sucursales en todo el país, tenía dificultades para acumular los productos correctos en las tiendas correctas; en una sucursal se agotaba un producto por completo, mientras que en otra quedaba un excedente del mismo producto.



Fuente: "Atrápelos si puede: cómo lograron anticiparse los líderes en datos y análisis" (en inglés), McKinsey, encuesta de septiembre de 2019

La raíz del problema era la incapacidad de agregar y analizar los datos de inventario de todas las sucursales de un modo que mostrara a los responsables de tomar decisiones la dinámica específica de cada región.

Gracias a la plataforma abierta y las funcionalidades específicas de la solución de inteligencia para el comercio minorista, el comerciante logró combinar datos de inventario con indicadores demográficos de consumidores de las áreas cercanas a cada tienda y convertirlos en información útil visualmente comprensible sobre los hábitos de compra regionales.

Al analizar los datos de inventario históricos para hacer un seguimiento de los patrones de conducta del cliente, el comerciante minorista pudo usar el análisis de pronóstico para brindar orientación respecto a cómo aprovisionar de la mejor manera las diferentes sucursales en el futuro. Esta nueva transparencia ayudó a la organización a comprender mejor a todos sus clientes y planificar en consecuencia.



Fuente: "Cómo usar los datos para enfrentar la adversidad" (en inglés), Tim Denman, Alarice Rajagopal, Estudio sobre el análisis del comercio minorista y los bienes de consumo de 2020

## Transparencia en toda la cadena de valor

En esta nueva normalidad, cualquier ventaja estratégica es valiosa. La solución de inteligencia para el comercio minorista de Tableau pone datos actualizados y visualmente comprensibles a disposición inmediata de todas las personas que los necesitan, desde proveedores hasta ejecutivos y gerentes del comercio minorista y socios de primera línea. De esta manera, proporciona transparencia en tiempo real en toda la cadena de valor.

Cuando todos trabajan con los mismos datos actualizados, desarrollan operaciones coordinadas y optimizadas. Cuando cada decisión se toma a partir de la inteligencia, los beneficios aumentan. Y, además, las tiendas brindan experiencias excepcionales a sus clientes cuando los comprenden en profundidad en cada nivel.

La inestabilidad actual afecta a todas las partes del comercio minorista; sin embargo, las organizaciones que brindan análisis en tiempo real a sus sucursales tienen la oportunidad de mejorar el rendimiento de la tienda de manera integral.

# Analice en mayor profundidad las soluciones basadas en datos para las operaciones del comercio minorista.

## Recursos adicionales

[Obtenga más información sobre la solución de inteligencia para el comercio minorista](#)

[Snowflake para el comercio minorista](#)

[Soluciones para el comercio minorista de Salesforce](#)

[Contacto](#)

## Acerca de nosotros



Tableau es la plataforma de inteligencia de negocios que utilizan más del 90 % de las empresas Fortune 500 de servicios financieros. Es la solución comprobada para las organizaciones que buscan liderar con los datos. Tableau ofrece una plataforma de análisis completa e integrada que permite a los equipos trabajar de manera colaborativa y obtener información profunda a partir de sus datos. Todo esto es posible gracias al aprendizaje automático, las estadísticas, el lenguaje natural y la preparación de datos inteligente. Las empresas de seguros que eligen Tableau reciben recursos de habilitación, que incluyen capacitaciones, certificaciones y el Blueprint de Tableau y, por supuesto, la inspiración y el apoyo de la apasionada comunidad de Tableau. Por eso, pueden tener la confianza de que su implementación será un éxito y los guiará hacia el camino de una cultura basada en los datos.



Snowflake ofrece la nube de datos, una red global en la que miles de organizaciones movilizan datos con una capacidad de expansión, concurrencia y rendimiento prácticamente sin límites. Dentro de la nube de datos, las organizaciones combinan sus datos aislados, descubren y comparten datos gobernados de manera fácil y segura, y ejecutan distintas cargas de trabajo de análisis. Donde sea que residan los datos o los usuarios, Snowflake brinda una experiencia única y fluida en múltiples nubes públicas. La plataforma de Snowflake es el motor que potencia y proporciona acceso a la nube de datos. Así, brinda una solución para almacenamiento de datos, mares de datos, ingeniería de datos, ciencia de datos, desarrollo de aplicaciones de datos y uso compartido de datos. Únase a los clientes, socios y proveedores de datos de Snowflake que ya están llevando a sus empresas hacia nuevos horizontes en la nube de datos. [Snowflake.com](https://www.snowflake.com).



Salesforce es la plataforma de CRM líder del mundo. Integra todos los componentes de las interacciones de la empresa con sus clientes, incluidos marketing, ventas, atención al cliente, comercio, RR. HH. y mucho más. Tableau forma parte de la familia de Salesforce. Así, está diseñado para conectarse sin problemas con todos los productos de la plataforma Customer 360. Por lo tanto, puede usar Tableau para combinar datos de Salesforce de cualquier nube con los demás datos de su empresa. De ese modo, tendrá una visión completa de los clientes. Coloque a los clientes en el centro de todo lo que hace y ofrezca las experiencias de conexión que ellos buscan.