



Fortalezca la cadena de suministro con el análisis de proveedores en tiempo real

Compartir datos integrados entre distintos canales en tiempo real es fundamental para administrar la oferta y la demanda en un comercio minorista que evoluciona tan rápidamente



Redefinir el panorama del comercio minorista actual

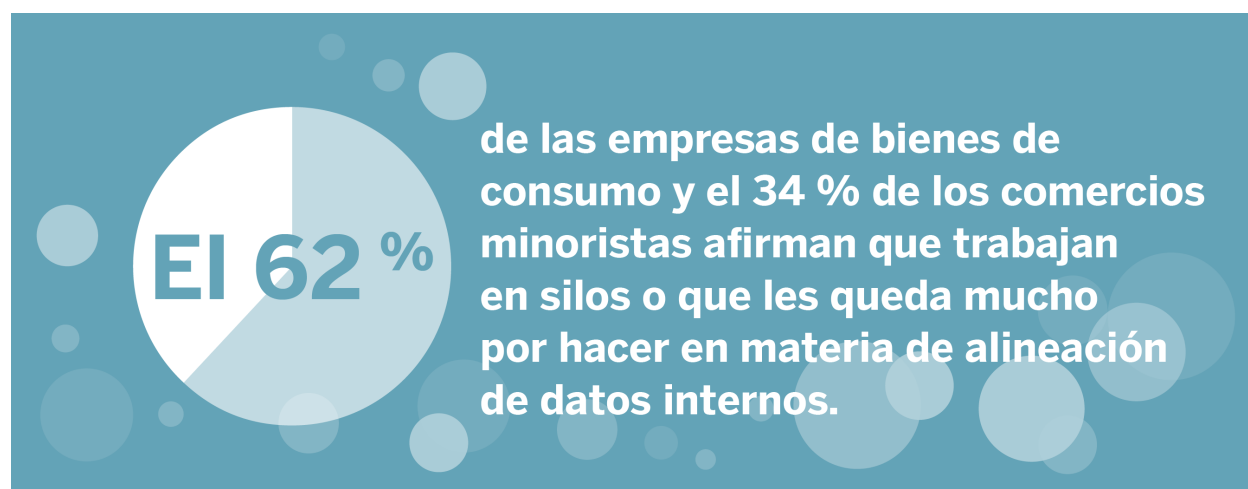
Diseñar cadenas de suministro para un entorno de un solo canal es cosa del pasado. En la nueva normalidad, administrar la cadena de suministro del comercio minorista es una tarea de gran complejidad. Si no se cuenta con una vista en tiempo real del panorama completo, cada decisión se acaba tomando en función de la intuición.

Hoy en día, los proveedores del comercio minorista se enfrentan a este desafío y tratan de unir información de fuentes de datos dispares y desconectadas para comprender las fluctuaciones de la oferta y la demanda en todos los sectores del ecosistema. Las barreras de la seguridad digital, la tecnología aislada y las demoras sistémicas a la hora de entregar la información adecuada a las personas indicadas impiden obtener transparencia en tiempo real.

Al mismo tiempo, la cantidad de canales que conectan a las empresas de bienes de consumo envasados con los consumidores sigue proliferando, aun cuando los límites de esos canales se siguen desdibujando. Además de vender al por mayor por medio de mercados minoristas, muchos proveedores se comunican directamente con los consumidores a través de canales en línea, como las redes sociales y la publicidad digital.

Sin embargo, deben adaptarse a un nuevo nivel de expectativas del consumidor, que incluyen, por ejemplo, los pedidos en línea con retirada en la tienda e inventarios completamente abastecidos independientemente de dónde se realice la compra. El auge de las compras desde el smartphone, junto con la llegada del “show-rooming” (la práctica de examinar productos en la tienda, pero comprar en línea a competidores menos costosos), pone de relieve las presiones que enfrentan los comerciantes minoristas.

En un contexto en el que sigue habiendo interrupciones sin precedentes en la cadena de suministro a causa de la pandemia, la histórica creación de modelos para pronosticar la planificación del inventario ya no tiene valor. Por ese motivo, los comerciantes minoristas optan por la tecnología como ayuda para sobrellevar los cambios y la incertidumbre del mercado.



Fuente: “Estudio sobre el análisis del comercio minorista y los bienes de consumo de 2021: ¿cuáles son los siguientes pasos?” (en inglés) RIS News

Los datos correctos, las personas correctas, el momento correcto

En este mundo nuevo e inestable del comercio minorista, surgen preguntas clave: ¿De qué manera los proveedores pueden llegar a una única fuente de veracidad, un centro de datos de puntos de venta, donde puedan hacer un seguimiento de SKU individuales en múltiples canales, regiones y tiendas a fin de comprender las ventas y los niveles de existencias? ¿De qué manera pueden hacer un seguimiento de las interacciones de los clientes con su empresa en todos los canales para obtener una vista integral y brindar experiencias más personalizadas?

Y, por último, ¿cómo pueden aprovechar las señales en tiempo real del mercado para administrar mejor la cadena de suministro y la distribución del inventario, teniendo en cuenta que los métodos históricos de creación de modelos son prácticamente inútiles hoy en día? En líneas generales, las empresas de bienes de consumo envasados están teniendo dificultades para encontrar las respuestas.

Los inventarios se reducen enormemente para que las tiendas físicas y virtuales puedan afrontar el costo de los productos vendidos. Los compradores tienen malas experiencias cuando las expectativas que se generan en línea no se cumplen en la tienda. Los proveedores tienen poca visibilidad o transparencia de los distintos canales y no comprenden las demandas regionales. La dinámica del comercio minorista actual, de rápido cambio, desafía a los proveedores a obtener una vista transparente y actualizada de toda la cadena de suministro. Para lograrlo, es necesario brindar los datos correctos a las personas correctas en el momento correcto.

La mayoría de los proveedores no cuenta con acceso a datos integrados en tiempo real ni a funcionalidades de análisis en toda la cadena de suministro del comercio minorista. Esto tiene un impacto que se puede cuantificar:

Experiencias de cliente desconectadas e impersonales

25 %

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

36 %

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

70 %

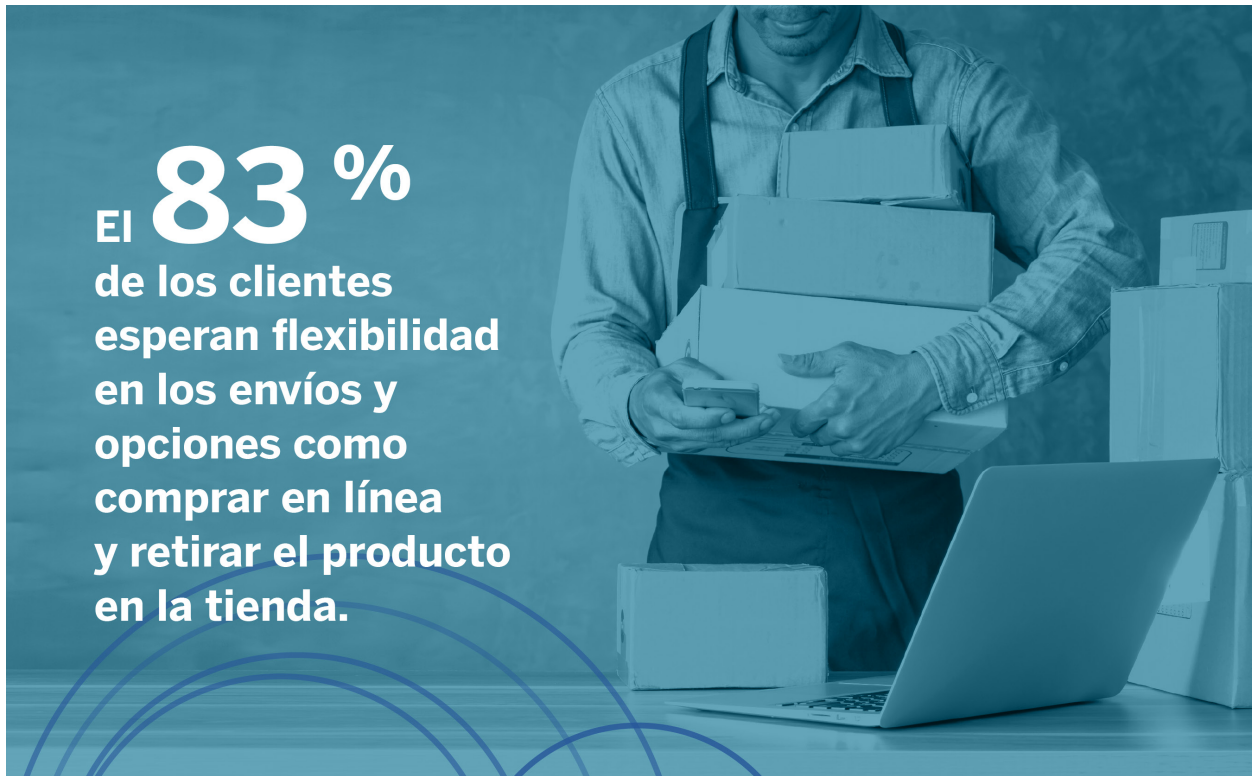
El 70 % de las empresas de bienes de consumo afirman que el principal desafío que enfrentan es la incapacidad para integrar datos de múltiples fuentes

Incapacidad para adaptarse rápidamente a los cambios

40 %

El 40 % de las tiendas notifican problemas con los pedidos de retirada en el local

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



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

El camino a seguir: uso compartido de datos y colaboración en tiempo real

Para enfrentar los extraordinarios desafíos de estos tiempos, los comerciantes minoristas deben implementar soluciones nuevas e innovadoras. En el caso de los proveedores, esto se traduce en la necesidad urgente de compartir datos de manera transparente y acceder a una única fuente de veracidad en tiempo real en todos los aspectos de la cadena de suministro. Esto incluye desde una vista general agregada de alto nivel hasta información de los distintos canales de comercio minorista y el rendimiento de las diferentes SKU y marcas.

Cuando los comerciantes minoristas comparten información actualizada sobre ventas y niveles de inventario y existencias con los proveedores, les proporcionan una transparencia que hace posible una nueva colaboración entre las partes. De este modo, los proveedores pueden asumir cierto control sobre la relación al responder proactivamente a información en tiempo real que reciben del comerciante minorista.

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 proveedores. Está completamente diseñada para brindar a las empresas de bienes de consumo envasados los datos detallados y en tiempo real que necesitan para administrar la cadena de suministro, cumplir con las expectativas de los clientes y prosperar frente a los cambios tumultuosos que sacuden el mercado minorista.

Acceso y análisis a escala desde cualquier lugar

Tradicionalmente, los datos se almacenaban en las instalaciones físicas y 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 inteligencia para el comercio minorista de múltiples nubes elimina 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 (excepto como suscripciones o alertas basadas en datos), sino que los usuarios van a los datos. Pueden explorar grandes cantidades de datos en tiempo real 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. Gracias a que los datos a nivel de transacción y de punto de venta en tiempo real están disponibles a pedido, las empresas de bienes de consumo envasados pueden tomar decisiones más inteligentes de manera más rápida.

Por otra parte, la solución promueve la colaboración en tiempo real entre socios del comercio minorista mediante el uso de “salas limpias” que permiten compartir conjuntos de datos en función de reglas y permisos. Los proveedores pueden determinar qué partes de cada conjunto de datos están visibles para cada empresa y así proporcionar una visibilidad integral de la cadena de suministro, y a la vez mantener una gobernanza y seguridad sólidas.



Fuente: “Atrápelos si puede: cómo lograron anticiparse los líderes en datos y análisis” (en inglés), McKinsey, 19 de septiembre de 2019

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. La solución ofrece una herramienta inigualable e integración sin dificultades por medio de lo siguiente:

- Funcionalidades de visualización de datos y procesamiento del lenguaje natural (NLP) de Tableau
- Análisis aumentado con inteligencia artificial de Salesforce
- Almacenamiento de datos de Snowflake
- Uso compartido de datos seguro y datos de terceros del Snowflake Data Marketplace

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. 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 solución de inteligencia para el comercio minorista, el comerciante logró lo siguiente:

- Comprender el rendimiento trimestral agregado de una región determinada
- Analizar en profundidad una única sucursal que no logra cumplir con los objetivos de la empresa
- Identificar un problema con el inventario en el departamento que más ingresos genera para esa sucursal
- Tomar medidas al reasignar inventario de sucursales cercanas

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),
Estudio sobre el análisis del comercio minorista y los bienes de consumo de 2020

Transparencia en toda la cadena de suministro

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 suministro.

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, los comerciantes minoristas brindan experiencias de cliente excepcionales cuando comprenden en profundidad a sus clientes en cada nivel.

Las interrupciones que se producen actualmente en el mercado afectan a todas las partes del comercio minorista, pero los comerciantes que brindan análisis en tiempo real a sus proveedores tienen la oportunidad de mejorar el rendimiento de la cadena de suministro 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 organizaciones 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.