

De la automatización a la optimización

Más inteligencia en la exposición de la marca en los puntos de venta

Las industrias de bienes de consumo buscan integrar todo el ciclo de promociones y presencia en las tiendas, con soluciones más profesionales, completas y modernas para el trade marketing y la automatización de procesos.

La actual generación de herramientas para la gestión de promociones y ofertas en los puntos de venta tiene tres pilares: el operativo y transaccional (gestión de promoción comercial); optimizaciones, con recomendación de mejores prácticas; y las funciones analíticas, con los indicadores e informes para alimentar este ciclo.

Según datos del POI (Promotion Optimization Institute), basados en una muestra global, en 2019 aproximadamente la mitad de las empresas de bienes de consumo ya tenían o planearon implementar plataformas que integran estos tres hilos. Por el contrario, los rezagados operan con herramientas segmentadas y muchos todavía improvisan la gestión con hojas de cálculo. Sin tener en cuenta la inmadurez de este tipo de “ERP” (Excel resource planning, en este caso), los líderes escuchados por el POI señalan criterios que cobraron aún más relevancia después de la realización de la encuesta.

Automatización e innovación en las operaciones y en la estrategia

Más que la integración de todos los procesos, la facilidad de uso, la inteligencia agregada y la funcionalidad de cada módulo evolucionan y marcan la diferencia en el desempeño de la marca en el punto de venta.

En las funciones operativas y de gestión, características como el reconocimiento de imágenes, la geolocalización y otras funciones eliminan las tareas de bajo valor y liberan al profesional de campo para interacciones más productivas, además de garantizar visibilidad en tiempo real para el equipo de gestión (back office). Las mejores soluciones de Optimización, a su vez, logran combinar datos históricos y otras fuentes, identificando tendencias y mejores prácticas. La capacidad analítica, que hoy suma recursos como la Inteligencia Artificial y el Machine Learning, se vuelve aún más preciada en tiempos de un mercado en constante cambio.

Entre los objetivos destacados, en 2019, la necesidad de mejorar los mecanismos y metas de previsión ya fue enfatizada por al menos el 30% de los encuestados, debido al alto precio que pagan las industrias de bienes de consumo cuando subestiman o sobreestiman las cifras.

Junto con las mejoras en la experiencia del profesional de campo en el punto de venta, la gestión es un gran vector de actualización de estrategias y tecnologías. Entre los entrevistados por el POI, el 63% admite que sus equipos de soporte de back office no cuentan con los recursos necesarios para optimizar precios, exposición y estrategias de *go to market*.

El desafío de la gestión de cambios

La oferta en la nube y las políticas de licencias flexibles simplifican las decisiones financieras. En el muestreo de POI, el 20% señaló el costo como un impedimento para actualizar la plataforma de trade marketing. Los problemas técnicos, la integración con el legado y los problemas estratégicos, como falta de prioridad por parte de la gerencia senior, son mencionados en un 17%. El mayor inhibidor, destacado en un 25%, es la falta de estandarización de procesos, lo que lleva a la continuidad de formas de gestión desordenadas e improvisadas con hojas de cálculo.

Si bien la visibilidad en tiempo real es uno de los pilares de la transformación digital de ejecución en el punto de venta, la definición de KPIs para monitorear, medir y gestionar mejoras se apunta como otro gran desafío para las industrias de bienes de consumo.

Vender bien y vender mejor, la optimización como norma

Como en todos los segmentos, cada uno por sus propios motivos, la gestión de ejecución en los puntos de venta tiene una aceleración de su demanda de digitalización de procesos. Por primera vez en décadas, vemos una reducción en el número de tiendas físicas y virtuales; menos vendedores; y consumidores cambiando sus hábitos y preferencias en relación a puntos de venta y marcas.

Los datos de los POI se recogieron antes de la pandemia, cuando nadie imaginaba los efectos de la cuarentena, la generalización del home office, la dependencia de los canales

digitales y otras transformaciones que dejaron de ser tendencias y se convirtieron en hechos.

Dada la dinámica actual del mercado, la Gestión y la Optimización se convierten prácticamente en un pleonasma. Ambas estrategias deben ejecutarse en un solo movimiento. Evidentemente, una plataforma tecnológica diseñada para este escenario es una de las condiciones. Según los entrevistados por POI, se espera que los proveedores incorporen las Mejores Prácticas en el diseño de procesos, además de una arquitectura técnica moderna. Sin embargo, las industrias enfrentan un ritmo de cambio más rápido e imponderable que nunca. Cambia el comportamiento del consumidor; los puntos de venta cambian; y la propia organización necesita reajustar las operaciones logísticas, el back office e incluso la manufactura.

Todas las industrias ahora están experimentando una aceleración digital, debido a su propia sostenibilidad. En el caso de las industrias de bienes de consumo, además de mantener el empleo y el [PIB](#), todavía queda un papel fundamental por cumplir en este momento. Más que conquistar la preferencia de marca, es fundamental que el consumidor encuentre el producto adecuado, con la exposición adecuada, en el punto de venta más conveniente y a un precio razonable. Las industrias más avanzadas, según los criterios señalados por el POI, en este recorrido están profundizando el uso de plataformas tecnológicas y algunas de ellas ya se han convertido en benchmarks en sus segmentos. Es hora de prestar mucha atención a los players más innovadores y evaluar cuidadosamente lo que se aplica a su negocio.

Cuente con MC1 para desarrollar el negocio de su empresa. Llegue a la Tienda Perfecta, el Pedido Perfecto y la Entrega Perfecta con las soluciones móviles de la plataforma WinTheMarket. Solicite una demostración para conocer mas a detalle como MC1 puede tranformar su proceso de ventas. Solicite una demostración y Comprenda cómo MC1 pone la excelencia en ventas en la palma de su mano: <https://materiais.mc1.com.br/mc1-demo-cadastro-es>