

Transformación Digital

Una necesidad imperiosa para el retail



Open Business

Consultora IT con foco en Transformación Digital



Agenda - 07/04/2022 12:00 hs

Conceptos en la transformación digital en Supermercados

Oportunidades de mejora

El camino hacia la digitalización

Conclusiones

Transformación Digital en el Supermercado



Definición:

Transformación digital en retail es el proceso de implementación de herramientas y estrategias digitales en TODOS los PROCESOS y ETAPAS de las empresas. Desde la producción hasta la gestión, administración, logística y relación con el cliente.

NO EXISTE un proceso finito de transformación digital en el retail, es más bien un **DESARROLLO EVOLUTIVO** y debe tener una estructura preparada para **ADAPTARSE** y abarcar las **NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Establecer la **innovación** como parte integral de la **cultura de la empresa**

Desarrollar una estructura para **automatizar procesos, pasos y funciones**



Implementar **herramientas de optimización**

Sacar provecho de los **datos** para la **mejora continua** del negocio

Oportunidades de mejora



Eficiencia

Por ejemplo, el control de stock, uso de sensores en almacenes, implementación de sistemas de gestión y software de seguimiento de la cadena de abastecimiento. Reducir fallas, cuellos de botella y reprocesos. De esta forma, los empleados pueden enfocar sus energías en funciones estratégicas.

Experiencia del cliente

Uno de los mayores beneficios es la producción, recopilación y almacenamiento de datos. Por lo tanto, con las tecnologías adecuadas, tu empresa puede recopilar información valiosa sobre la ubicación, las preferencias, las interacciones en línea, los dolores y las necesidades del cliente. Con eso en la mano podemos crear estrategias mucho más asertivas y personalizadas aumentando la conversión en compras y fidelidad a la marca

Ventaja competitiva

Imaginemos que puedas ofrecer un canal de ventas online, utilizar estrategias de geofencing y además permite que el cliente elija dónde desea recoger su compra. Ahora, el cliente compara esa empresa con otra que ofrece un punto de venta físico y uno virtual.

Contar con herramientas de pricing, mejorar la oferta y surtido. Promover campañas orientadas a misiones de compras, entre otros ejemplos.

Reducción de costos

Permite a la empresa optimizar sus recursos para minimizar los gastos innecesarios y mejorar la eficiencia de su comercio.

Permite incorporar tecnologías antes pensadas para el mundo corporativo.

Camino hacia la digitalización



Adaptar la cultura de la empresa

Desde los tomadores de decisiones hasta los ejecutores, es necesario informar, pero sobre todo educar a los colaboradores de la organización para que entiendan que la inclusión de nuevas tecnologías va a facilitar sus labores dentro de la organización. Para ello siempre se debe mantener el aprendizaje digital.

Comenzar de adentro hacia afuera

Los líderes de la empresa deben entender cuál es el FODA de la empresa e identificar de mejor manera cuáles son las tecnologías necesarias para el contexto de su industria. Esto les permitirá definir los objetivos y generará un camino más despejado para la toma de decisiones entorno a la madurez digital.

Siempre tomar en cuenta la Seguridad de la Información

Los procesos de transformación digital van de la mano de la seguridad. Es un tema que debe ser parte de la hoja de ruta de la transformación y tomarse con importancia. Los DATOS es el activo más importante que tiene cualquier compañía

Definir equipos de la Transformación

Debe existir un equipo que asuma la responsabilidad de llevar adelante este proceso de transformación y que involucre a todos los miembros de la organización. Es clave en el proceso.

Entender las demandas del entorno

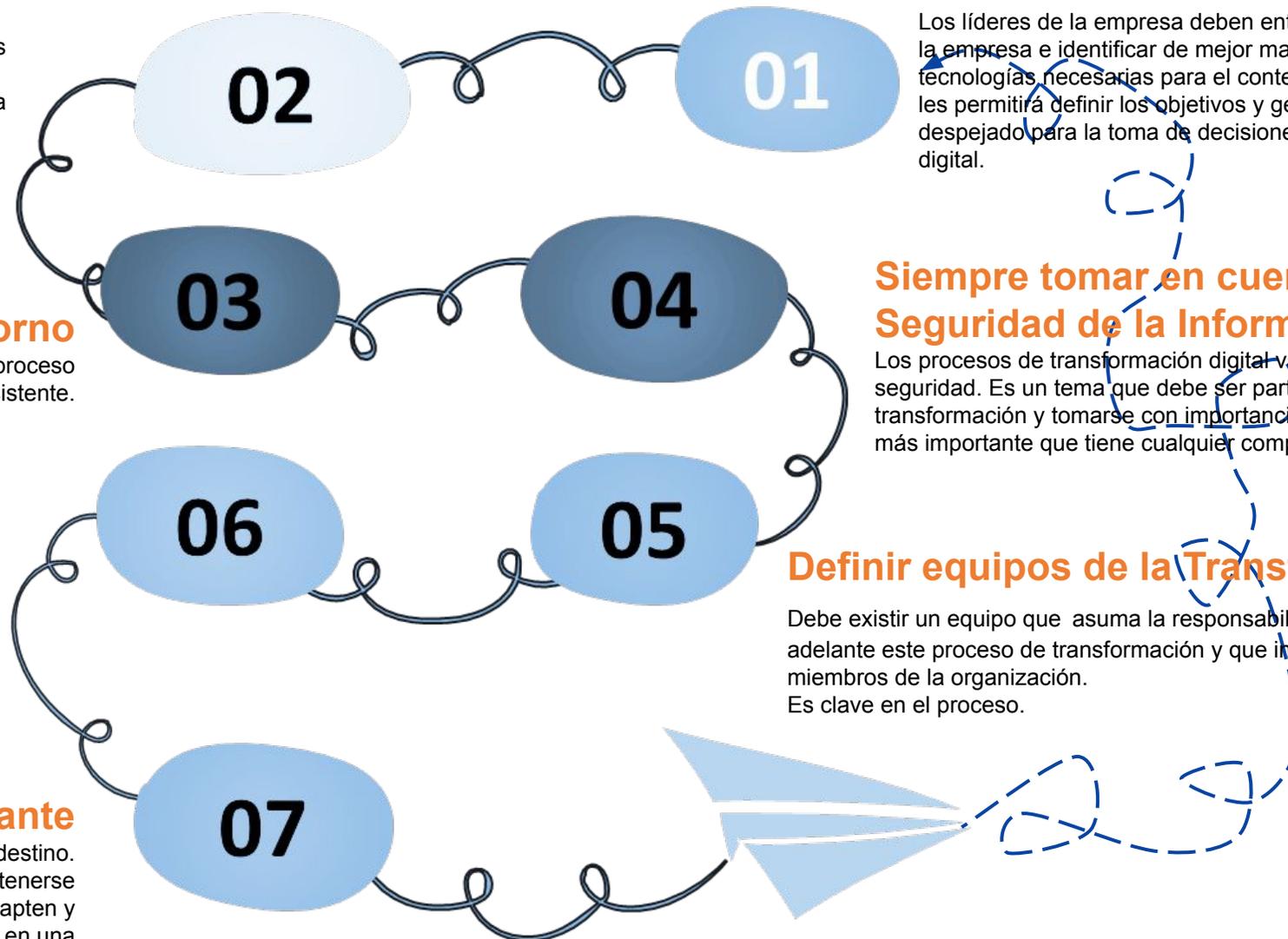
Al entender qué está pasando afuera, permite definir un proceso de transformación digital consistente.

Seguir una hoja de ruta

La transformación digital amerita de una planificación estratégica y es importante que ésta se encuentre definida a la medida de todas las variantes que se diagnosticaron en los pasos previos.

Revisión constante

La transformación digital es un camino y no un destino. Ante este contexto, es importante mantenerse actualizado a las nuevas tecnologías que se adapten y entender las demandas del entorno para estar en una constante revisión de los objetivos internos.



Estrategias 2022 en el mundo Retail



CONVIVIR CON LA INCERTIDUMBRE, ANTICIPARSE Y ADAPTARSE AL CAMBIO DE FORMA ÁGIL, ANTE UN DINAMISMO DEL MERCADO SIN PRECEDENTES

NO PERDER DE VISTA EL DINAMISMO DE LOS OPERADORES CON PROPUESTAS DIFERENCIALES IMBATIBLES Y CON EL PRECIO COMO RECLAMO

PRESTAR ATENCIÓN A LA INMEDIATEZ Y LA CONVENIENCIA LLEVADA AL EXTREMO, UNAS NUEVAS NECESIDADES CREADAS POR LA ENTREGA Y LA COMPRA RÁPIDA

INTEGRAR VENTA DE COMIDA

APOSTAR POR LA OMNICANALIDAD



REVISAR CONTINUAMENTE LAS PROPUESTAS DE VALOR BUSCANDO COMPETITIVIDAD, DIFERENCIACIÓN Y RENTABILIDAD

ADOPTAR LA TECNOLOGÍA PARA TRANSFORMAR Y REVOLUCIONAR LOS MODELOS DE NEGOCIO Y LA FORMA EN QUE RETAILERS Y MARCAS SE RELACIONAN CON LOS CLIENTES

DAR RESPUESTA A UN CONSUMIDOR MÁS POLARIZADO, MÁS COMPLEJO, MÁS EXPERTO Y MÁS INFIEL A MARCAS Y ENSEÑAS

TRABAJAR LA SALUD, LA SOSTENIBILIDAD, LA CONCIENCIA SOCIAL, LA LOCALIDAD Y LA PROXIMIDAD

PONER AL CLIENTE EN EL CENTRO DE TODAS LAS DECISIONES Y LA PERSONALIZACIÓN SON LAS PREMISAS BÁSICAS PARA CONSEGUIR SER RELEVANTES PARA NUESTROS CLIENTES

Conclusiones ¿Qué nos llevamos?

- La transformación digital es un camino
- Cada empresa debe impulsarla desde su concepción y alcance.
- La tecnología impulsa la necesidad de la transformación digital y respalda la digitalización de una organización.
- Permite descubrir nuevas oportunidades de generación de ingresos
- Permite gestionar el riesgo y ahorro de costos y gastos
- La computación en nube, por ejemplo, le otorga a la organización un acceso más rápido al software que necesita, nuevas funcionalidades y actualizaciones, además de almacenamiento de datos, y le permite ser lo suficientemente ágil como para transformarse.
- La tecnología de información permite a una empresa enfocar su inversión de talento y el dinero destinado a investigación y desarrollo en soluciones personalizadas que respalden sus requisitos y los procesos que lo diferencian en el mercado.
- Las plataformas móviles permiten que el trabajo se realice donde sea y cuando sea.
- La analítica avanzada y las tecnologías de inteligencia artificial brindan a las organizaciones conocimientos para tomar decisiones más precisas sobre ventas, marketing, desarrollo de productos y otras áreas estratégicas.
- Mejora y optimización en los procesos operativos mediante Robótica (RPA)
- Redes sociales para comunicar y generar comunidad.
- Realidad aumentada y realidad virtual para la venta asistida y control de procesos en tienda y la cadena de abastecimiento.
- Internet de las cosas (IoT) para medición de artefactos en tienda y almacén

¿Quiénes somos?



Maximiliano Argiro

Founder Open Business

Especialista en Transformación Digital,
Business Intelligence & Desarrollo Digital,
Management & Leadership.



Management IT & visión estratégica.
Especialista en Data Driven y Desarrollo Digital con más de 15 años de experiencia en Retail y más de 8 en desarrollo de productos digitales enfocados en transformación digital por medio de tecnología. Enfocado en la optimización de procesos y toma de decisiones por medio de indicadores claves y reconvertir empresas bajo la cultura analítica. Actualmente enfocado en startups de negocios, emprendedurismo y gestión del cambio.



Ruben Fryda

CoFounder Open Business

Especialista en Retail & Manufactura. CIO



Director Ejecutivo con más de 20 años de experiencia en el Retail formando parte del Comité Ejecutivo DIA Argentina S.A como CIO. Desarrollo de la Central de Compras y startups como el lanzamiento del eCommerce y alianzas estratégicas con Marketplaces. Participación estratégica en la apertura de DIA PARAGUAY en la República del Paraguay. Anteriormente con más de 15 años en manufactura en Carrier.

Muchas gracias



Open Business

Consultora IT con foco en Transformación Digital



<https://openbusiness.ar>

Maximiliano Argiro

 11 3691-6992

@ maxi@openbusiness.ar

Ruben Fryda

 11 4477-9326

@ ruben@openbusiness.ar