

Smarter Commerce

Joan López Graupera
IBM Smarter Commerce Tiger Team





Redefinir la cadena de valor en la era del cliente



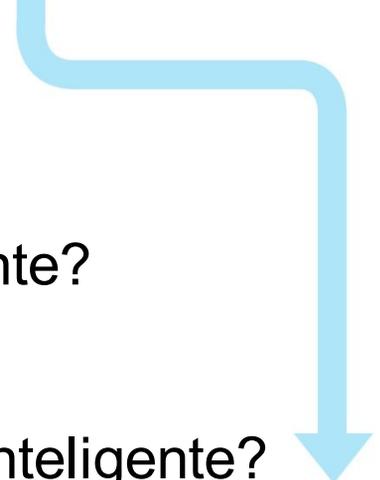
Comercio Inteligente

Redefinir la cadena de valor en la era del cliente





Puntos a tratar:

- ¿Por qué es necesario un comercio mas inteligente?
 - ¿Cual es la propuesta de valor de IBM?
 - ¿Qué necesitamos para hacer el comercio mas inteligente?
 - ¿En que podemos ayudar a los clientes?
 - Ejemplos de beneficios en la cadena de valor
- 

¿ Qué ha cambiado en el comercio?

Perfil del nuevo cliente (prosumidor)

El perfil de los consumidores se ha transformado radicalmente debido a la hiperdigitalización de la sociedad (Generación “Y”):

- 2.000.000.000 de personas on line (29% WW)
- 5.300.000.000 de dispositivos móviles (77% WW)
- 800.000.000 usuarios en facebook (08/2011)
- 250.000.000 de tweets por día (03/2011)
- 18.000.000.000 de iPhone apps bajadas en 2011

+ Conectados
+ Informados
+ Exigentes
+ Criticos



Giro de 360° en la actitud de los consumidores

**Tengo 10,000 seguidores
y puedo convencerles de
que tu producto es
horrible**

**Herecibibunadefeta
atractivay voy a
cambiar de proveedor**

**Siempreinduyocomentarios
positivos en la web de los
productos y servicios que me
han gustado**

**Espero que tus
promociones sean
relevantes para mí, y no
sean sobre cosas que
nunca compro**



¿Cómo vender a estos nuevos consumidores?

Con nuevos modelos de negocio (innovación y conveniencia):

- BOPI/ROPI: Buy/Reserve On Line Pickup In Store
- From B2C to C2C
- Co-shopping ... **Video Zara Connect*

B₂C

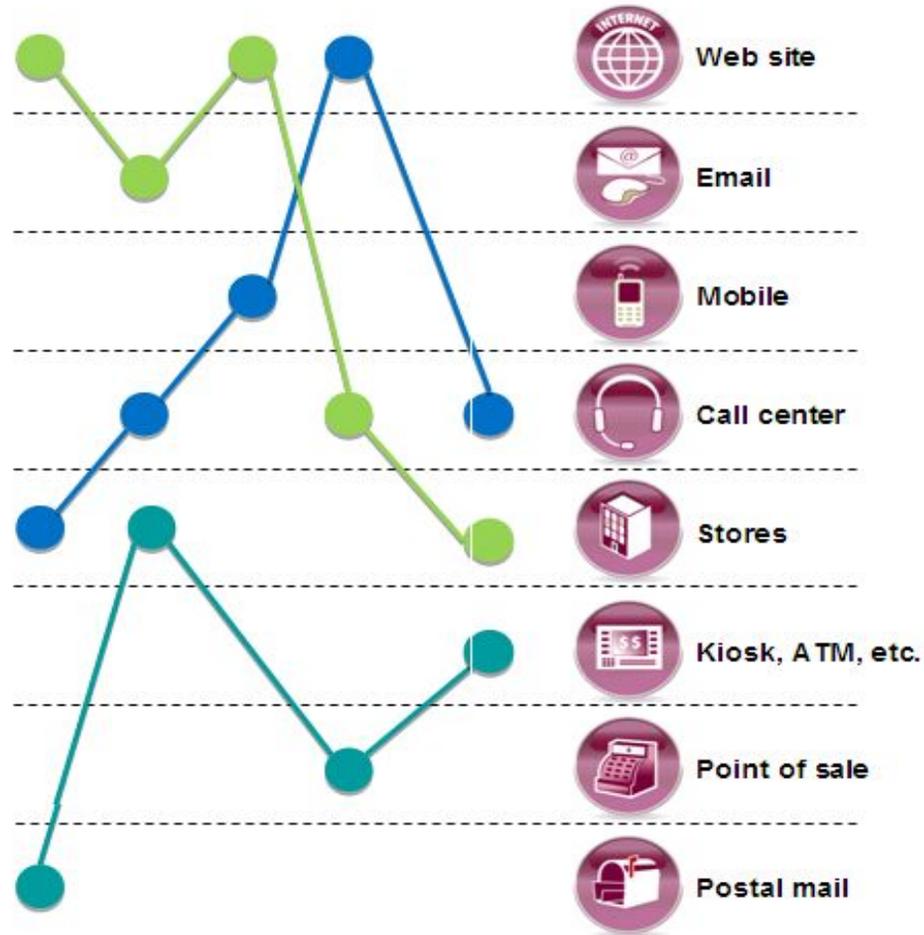
bopi

c2c

- **Con una gestión integrada de la cadena de valor** mas eficientes con socios, proveedores y clientes:
 - Integración B2B
 - eMarketPlaces ... **Video Endorsia MarketPlace*
- **Escuchando al cliente** y poniéndole en el centro de nuestra estrategia:
 - Web Analytics across multiple channels
 - Marketing on line personalizado
 - Social analytics ... **Video Gatorade Mission Control*

para ser

“La empresa pone la marca, el cliente elige el canal”



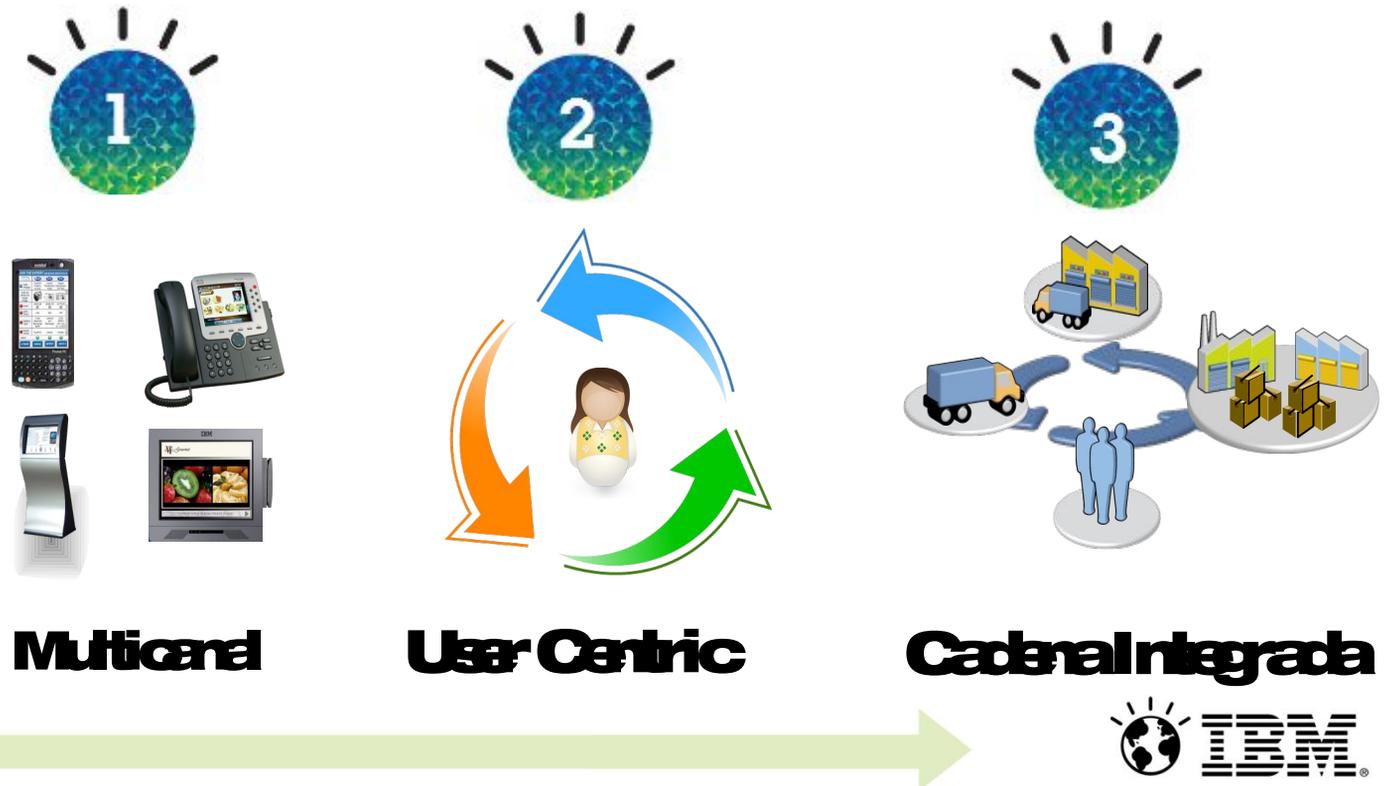
(el mas conveniente en cada momento)

El impacto de las redes sociales: un nuevo canal para conversar con el cliente

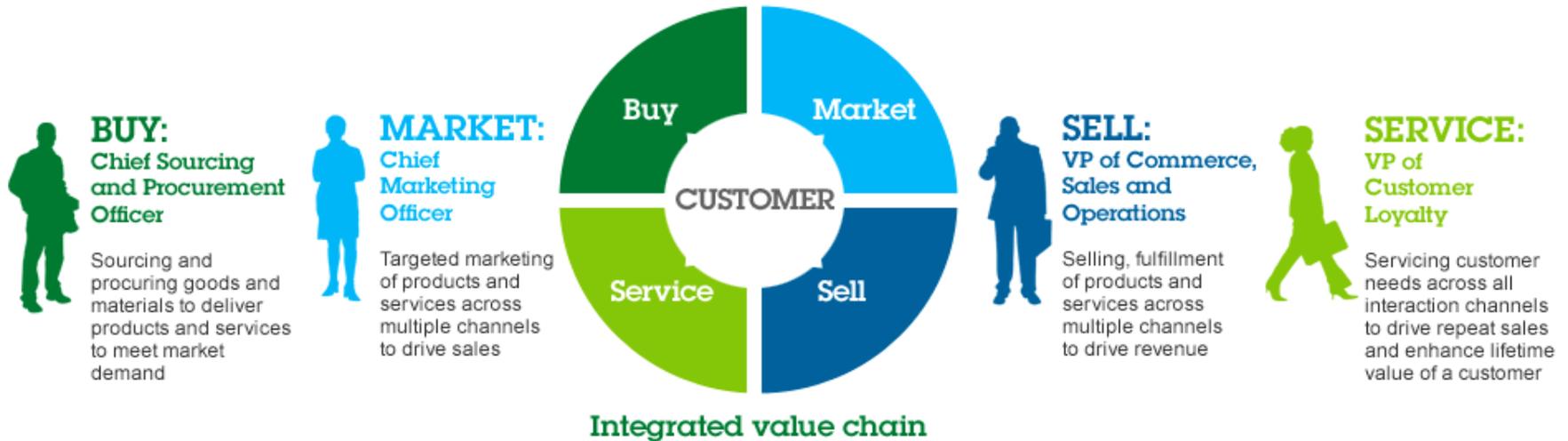
The image displays a collage of social media elements. At the top left is a Facebook profile for ZARA, showing a woman's portrait and the text 'ZARA Roba'. To its right is a Twitter profile for Iberia Airlines (@iberia), with statistics circled in red: 14,209 Tweets, 4,888 Siguiendo, 70,781 Seguidores, and 1,836 Listas. Below these is a central graphic for 'la Caixa' featuring a blue star logo and the text 'la Caixa'. Underneath the logo are icons for various social media and content channels: @InfoCaixa (Twitter), El blog de 'la Caixa' (Blog), laCaixa (YouTube), laCaixa (Facebook), laCaixa (LinkedIn), and laCaixa (Google+). At the bottom left, a snippet of a ZARA post shows a link to 'http://www.zara.com' and a count of '10.414.982' likes, also circled in red. A large blue arrow on the right side of the slide points downwards, and a green arrow at the bottom points to the right.

Propuesta de valor de IBM

La solución propuesta afecta a toda la cadena de valor de una forma integrada y habilita todos los canales, poniendo al cliente en el centro de la ecuación, esto es lo que en IBM llamamos **Smarter Commerce** y gira alrededor de tres ejes:



La cadena de valor del comercio



Oferta de soluciones IBM Smarter Commerce

VALUE CHAIN STRATEGY AND SERVICES

Innovation and business value
Innovating and aligning business models to drive value to the customer

Market and customer mgmt
Aligning sales, marketing and operations to engage with customers

Operating and Organization Models
Designing operations, supply chain and the organization model to deliver customer value

CORE BUSINESS SOLUTIONS

Core Business Processes

Buy

- Trading Partner Mgmt
- Supplier Management
- Supply Chain Visibility
- Logistics Management
- Inventory Optimization

Market

- Predictive Analytics/Modeling
- Behavioral Segmentation
- Cross-channel Campaign Mgmt
- Search Optimization, Ad Targeting
- Marketing Resource Mgmt

Sell

- B2B & B2C Cross-channel commerce
- Distributed Order Orchestration
- Fulfillment and Supply Chain Optimization
- Mobile Commerce
- Retail Store

Service

- Delivery & Service Scheduling
- Customer Self Service Enablement
- Reverse Logistics
- Case Management

Advanced Analytics

Store analytics | Purchase analytics | Consumer loyalty | Predictive and prescriptive | Social analytics | Web analytics | Master data mgmt

Workload Optimized Systems

Systems, Storage and Software focused on agility, integration and automation to drive relevant business outcomes



Ejemplos de soluciones IBM Smarter Commerce



Sterling Commerce
An IBM Company



Referencias de soluciones IBM Smarter Commerce



Sterling Commerce
An IBM Company

unica

Core metrics
Analytics Made Easy

WebSphere Commerce

ILOG

IBM

¿Alguna pregunta? Follow me!

**Video IBM Smarter Commerce*



Joan López Graupera
Consultor IBM Smarter Commerce



+34 649981740



joan_lopez@es.ibm.com



www.linkedin.com/in/joanlopezgraupera



www.twitter.com/jlopezgraupera



Backup slides

Referencias Smarter Commerce



BUY: Integración B2B con clientes, socios y proveedores

Problema: Complejidad en la tramitación comercial con clientes, socios y proveedores. Necesidad de eliminar los procesos de papel (ofertas, notas de entrega, aceptación de pedidos...) Con esta solución se disminuyen los tiempos de gestión y los errores disminuyendo el tiempo y el coste de integración con clientes, partners y proveedores.

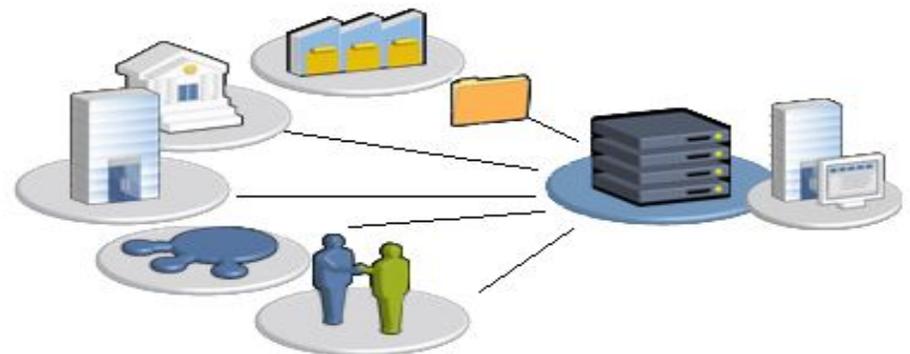
SEUR

SEUR en España ha logrado integrar el tracking de los distintos envíos a través de múltiples empresa de logística con información on line actualizada a los clientes de la localización y situación de su envío.



Tercat ha mejorado el proceso de intercambio de información con los distintos operadores logísticos para agilizar los trámites de aduanas, envíos, facturación, con grandes reducciones de tiempos de tramitación y por lo tanto de costes.

* Conectar, comunicar y colaborar con clientes, partners y proveedores. Facilitar una integración segura, rápida y fiable de distintos procesos de negocio a través de distintos canales de comunicación disponibles.



Sterling Commerce
An IBM Company



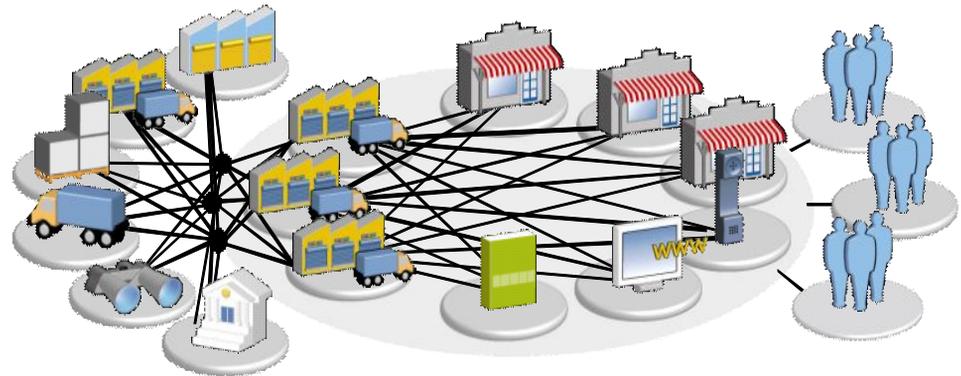
BUY: Integración de la cadena de suministro (SCM)

Problema: Complejidad en los sistemas que dan soporte a la cadena de suministro de productos complejos con intervención de múltiples compañías, almacenes dispersos, diversos catálogos, necesidades de transporte, ordenes de compra complejas, sin posibilidad una gestión unificada del proceso automatizada.

STAPLES

STAPLES integra dentro de su catalogo de suministros de material para oficinas, elementos de múltiples fabricantes, que deben ser gestionados desde una única orden de pedido del cliente de manera coordinada y eficiente, para poder llevar a cabo una entrega y facturación única, con los mínimos costes de administración y logística.

* Controlar y visualizar los procesos en la cadena de suministro desde la captura de la orden de compra hasta la entrega en un proceso colaborativo entre proveedores y socios logísticos, por medio de una capa intermedia de integración, con el concepto de empresa extendida.



Sterling Commerce
An IBM Company



MARKET: Gestión integrada de campañas interactivas multicanal

Problema: Ser capaces de determinar el mensaje adecuado para presentar a los clientes en los distintos canales, personalizando la experiencia del usuario en sus interacciones en la web, el call center, redes sociales y otros canales a través de una gestión integrada de campañas y la segmentación de clientes.

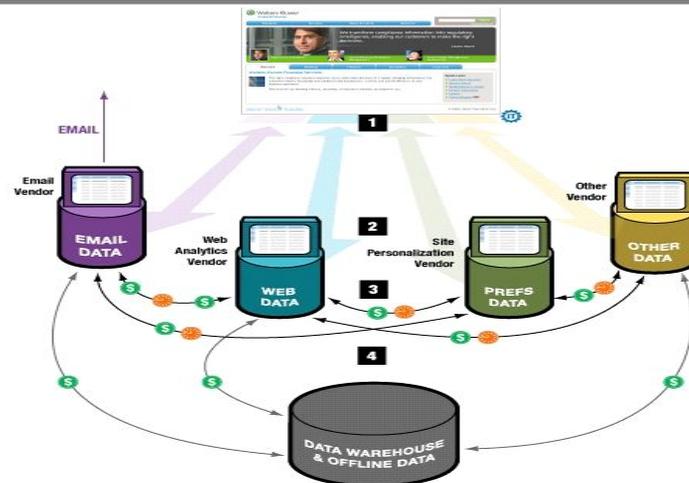


VODAFONE en España ha logrado la integración de múltiples canales (web, e-mail, sms, call center, mail, redes sociales etc) con ofertas personalizadas.



MAPFRE en España gestiona de una forma centralizada los requerimientos de campañas de las oficinas permitiendo el autoservicio de acuerdo a las guías corporativas adaptadas a las necesidades locales.

* Entender mejor al consumidor para ejecutar campañas de marketing y automatizar procesos.
Proporcionar visibilidad de resultados y ROI ajustados.



MARKET: Conocimiento analítico del cliente en la web

Problema: Capturar el comportamiento del cliente en la web para dar mejor respuesta a sus necesidades y adaptar nuestra oferta para un mayor ratio de ventas. Las soluciones de analítica web de SC integran la analítica web tradicional con los perfiles de usuarios individuales para una mejor ejecución de las campañas de marketing digital



El Corte Inglés en España utiliza Coremetrics para un conocimiento exhaustivo de l comportamiento de sus clientes por el canal de internet accediendo a las mejores prácticas de analistas expertos.

* Soluciones de analítica digital y gestión de campañas por correo (LIVEmail) en formato SaS para obtener no solo datos sinó respuestas para el retorno de la inversion de las campañas con el soporte de los mejores especialistas.



Visitor Behaviour

- Banners
- Email
- Pop Up
- Ads
- Natural Search
- Paid Search
- Affiliates
- Contextual Ads
- Flash
- RSS Feeds
- Blogs
- AJAX
- Mobile
- Video

Constant Improvement

Maximize Exposure

Maximize Marketing ROI

Increase Members Lifetime Value

Increase usage



Track Behaviour

Data, Analysis and Applications



SELL: Venta por internet personalizada

Problema: Soportar en una única plataforma todas las necesidades para la implantación de un canal de venta por internet con unos niveles de rendimiento, escalabilidad y fiabilidad únicos. Poder desplegar fácilmente una experiencia única de usuario a través de web, móviles y redes sociales para maximizar el ratio de ventas por visitas

BLANCO

Blanco utiliza las redes sociales para potenciar las ventas con la plataforma eCommerce de IBM **Inditex** ha lanzado exitosamente una plataforma de eCommerce multipaís, multimarca y multicanal que multiplica sus ventas en las tiendas.

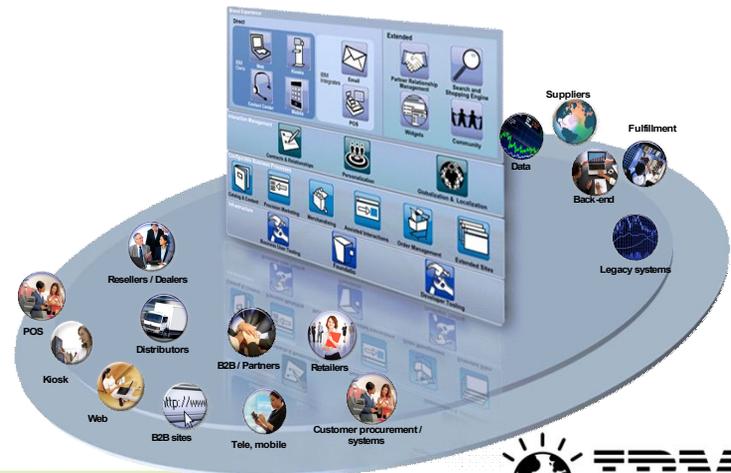
INDITEX

Proxfarma en España ha abierto un canal de venta directa a farmacias para disminuir los costes de la intermediación y distribución



* Capacidades multisite para entornos multimarca y multipaís soportando funcionalidades B2C y B2B con un modelo web 2.0 para el comercio social y móvil con todo tipo de widgets prepaquetizados.

WebSphere
Commerce



SELL: Rapid Commerce

Problema: Lanzamiento de una tienda electrónica en internet de una manera predefinida, ajustada en tiempo y costes, sin una alta inversión inicial, que pueda crecer a lo largo de la evolución del negocio sin rupturas y con capacidad de integrarse con el resto de aplicaciones a lo largo del tiempo.



ElectricalStock: implantación rápida de un proyecto de tienda electrónica con integración de múltiples canales de venta y un ROI ajustado a un ejercicio.



Crosswater: ampliación de los canales de comercialización para acceder a nuevos clientes a través de la red, con un proyecto de implantación acotado, y ajustado en costes para alcanzar rentabilidad en un año.

* Solución combinada de Plataforma Tecnológica avanzada, servicios de Outsourcing de instalación y administración y proyecto de implantación predefinido por un partner local, que permiten la puesta en marcha de un tienda electrónica en 60-90 días sin inversión inicial, con garantías de éxito y un ROI demostrable.



*What if
there was a solution
that could improve the way
you did business?*



SELL: eMarketPlaces

Problema: The competition in e-Marketplaces is increasingly fierce as market makers attempt to gain dominance and critical mass. The biggest obstacle for new e-Marketplaces is the ability to bring in enough buyers and sellers to achieve liquidity and create a truly effective dynamic e-Marketplace.



Endorsia: endorsia.com conecta a los fabricantes de primeras marcas y a sus distribuidores designados en más de 65 países para hacer un comercio eficiente



Sears C2C: El Marketplace de sears.com es una comunidad de vendedores en colaboración con Sears para proporcionar un catálogo de millones de referencias adicionales a lo que los compradores de Sears pueden encontrar.

* WCS enables B2B e-commerce virtual places in which those organizations granted access to the site are presented with a unified view of the products and services being traded on that site. They are also provided with a variety of trading mechanisms to facilitate trade among themselves.



SERVICE: Transferencia segura de ficheros

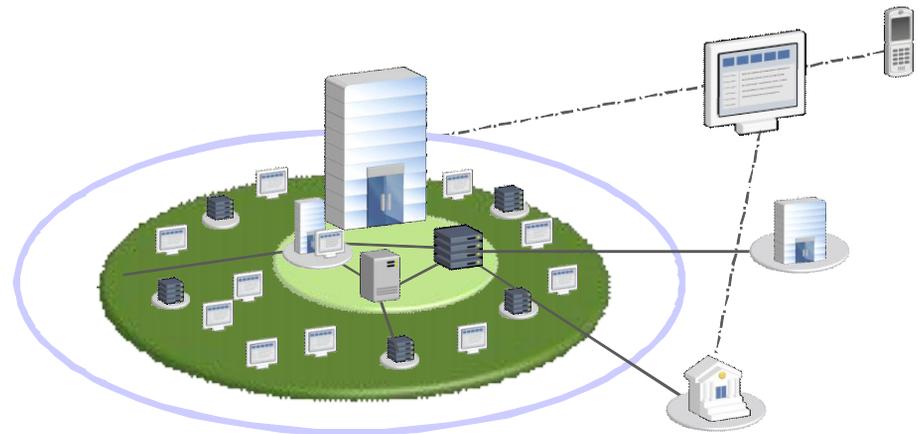
Problema: Necesidad de transferir ficheros de todo tipo, tamaño, y confidenciales entre dos nodos sin modificación del contenido. La transferencia debe ser gestionada, segura, auditable, sin pérdidas de información, con recuperación automática ante fallos de comunicaciones, necesidad de establecer compromisos de servicio (SLA), etc



Enel: ha logrado la integración de las aplicaciones por medio de las transferencias de grandes ficheros de lecturas de contadores, datos de facturación, envíos de facturas a los bancos, gestiones de cobros, etc. Las reducciones de los tiempos de tratamiento y los errores se han minimizado considerablemente.

* Solución robusta de Transferencia de Ficheros punto a punto que incorpora sistemas de encriptado de alta seguridad, entre múltiples tipos de plataformas, gestionada desde una consola centralizada y con monitorización de los distintos procesos y su estado.

Sterling Commerce
An IBM Company



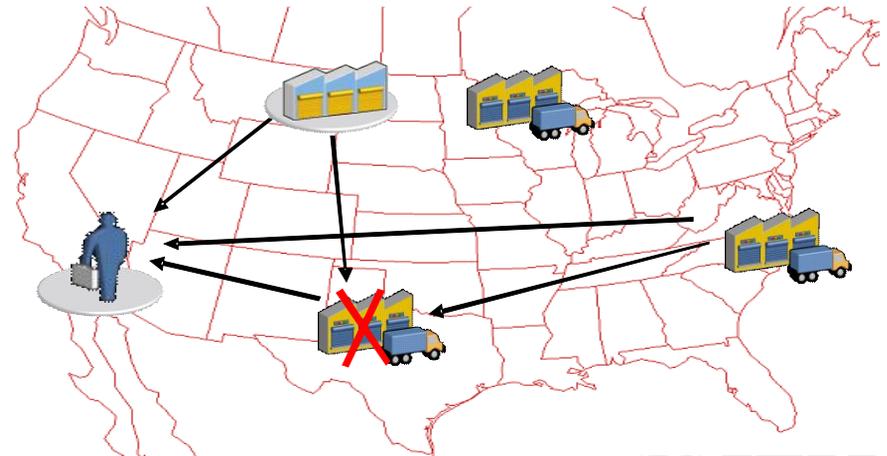
SERVICE: Gestión de Entrega y Servicio al Cliente

Problema: Dificultad en la coordinación de los stocks en múltiples almacenes, depósitos o tránsito, soportados en distintas aplicaciones de gestión, que incremente las posibilidades de ventas cerradas e integre los distintos canales de comercialización en una única visión global, e integrando los procesos de devoluciones en múltiples localizaciones.

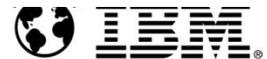


El Corte Inglés: esta en proceso de implantación de un proyecto que les permitirá gestionar todos los elementos disponibles en su stock, con independencia de su localización física, desde todos los puntos de gestión comercial, incrementando el número de ventas y mejorando el servicio al cliente.

* Solución para la gestión de múltiples almacenes desde los distintos canales, sin reemplazar las aplicaciones actuales, por medio de procesos automatizados basados en reglas, reduciendo los niveles de stock e incrementando las ventas cerradas, y mejorando gestión de devoluciones.



Sterling Commerce
An IBM Company



Optimización de recursos y gestión de la cadena de suministro

Problema: Maximizar la eficiencia de los recursos desde la planificación a largo plazo, el ajuste óptimo de los niveles de inventario hasta el ajuste de horarios operacionales en cualquiera de las áreas de la cadena de valor del comercio

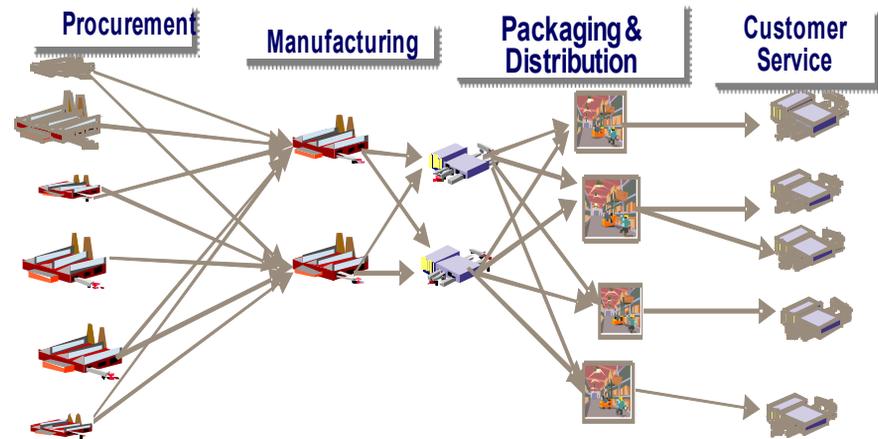
Carrefour 

Carrefour en España optimiza su beneficio calculando los niveles de stock óptimos en almacenes con un ahorro de 1,7 M\$ anuales.

 **Hospital Universitario Ramón y Cajal**
SaludMadrid
Comunidad de Madrid

Hospital Ramón y Cajal en Madrid utiliza un asset (GPT) para la gestión de los turnos de trabajo de las enfermeras maximizando la capacidad de servicio.

* iLOG utiliza tecnologías de optimización basadas en ciencias matemáticas aplicadas a distintas áreas del negocio con soluciones verticales para la optimización en la toma de decisiones en el área de la logística y el SCM.



¿Microtiendas online? No, gracias

☆☆☆☆☆  Rate This

Artículo publicado en el suplemento "Empresas y Emprendedores" de La Vanguardia (24.10.2011)



Algunos casos de éxito durante los últimos años han creado la falsa percepción de que en internet todo es fácil. Barrabés, Privalia, eDreams, Lets Bonus, entre otros, han levantado imperios de la nada. El éxito cosechado por estos y la aparente simplicidad con el que ha sido analizado, ha llevado a muchos "emprendedores" a lanzarse al e-commerce, lo que ha conducido a la