



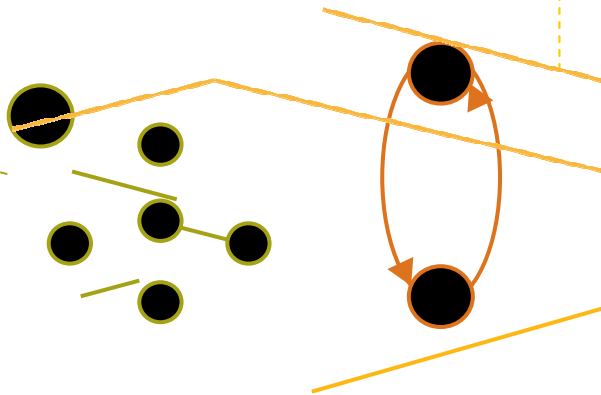
La Evolución de un Modelo de Negocio Transaccional a Relacional

Salvador Peñalver
Consultor Soluciones Smarter Commerce
#START013, 6 Noviembre 2012

Estamos presenciando un cambio en el **Comportamiento del Cliente**

Instrumentalizados

La **mitad** de los consumidores normalmente utilizan 2 o mas tecnologias: (PC, laptop, smart-phone, tablet)



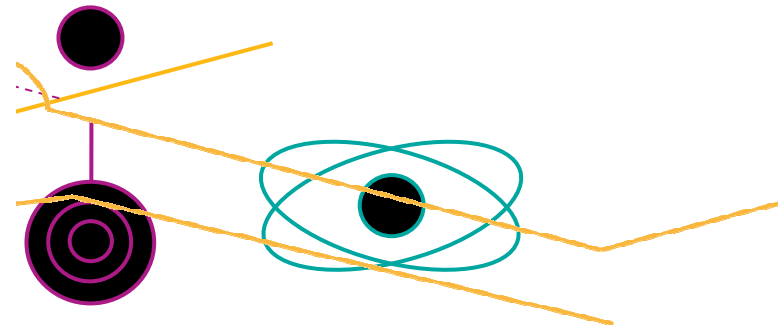
Interconectados

España es **2º** país de Europa con mas internautas (**85%**) conectados a una Red Social: **Facebook (78%), Tuenti (35%) y Twitter (14%)**
45% de los consumidores pregunta a algún amigo antes de comprar



Inteligentes

Solo 18% de la gente confia en la información de los fabricantes y comerciantes
El **principal** deseo durante el proceso de compra es tener un trato personalizado y una buena experiencia





Dimensión de las Redes Sociales en España

Facebook: 15-16M usuarios

- El uso de Facebook por Edades:
 - 13-18: 2M
 - 18-25: 3M
 - 25-35: 5M 18-45 Representa aprox. el 75%
 - 35-45: 3M
 - 45-55: 1,5M
 - 55-65: 0,5M
- El uso de Facebook por Regiones: Madrid (6,5M), Barcelona (2,5M), Valencia (0,5M), Bilbao (0,25M), Sevilla (0,2M)

Twitter: 3-4M usuarios

El usuario mayoritario es hombre de 25-45 años con formación de grado superior y trabajador por cuenta ajena

...como podemos atraer a estos consumidores hacia nuestra tienda online?? Y ademas conseguir fidelizarlos hacia la marca...

Concursos

Por ejemplo de Recetas de comidas hechas con productos de la marca. Son el resto de los usuarios los que votan. Varios tipos de categorias (recetas express, para invitados, etc)

Encuestas

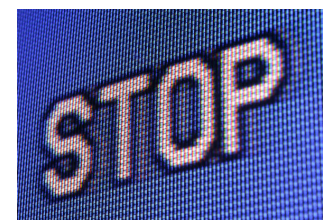
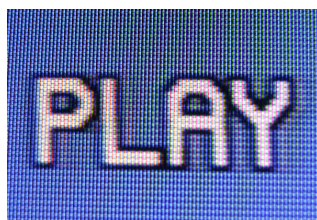
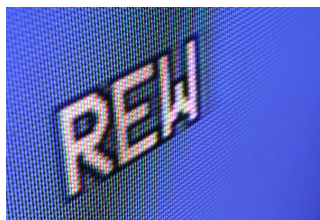
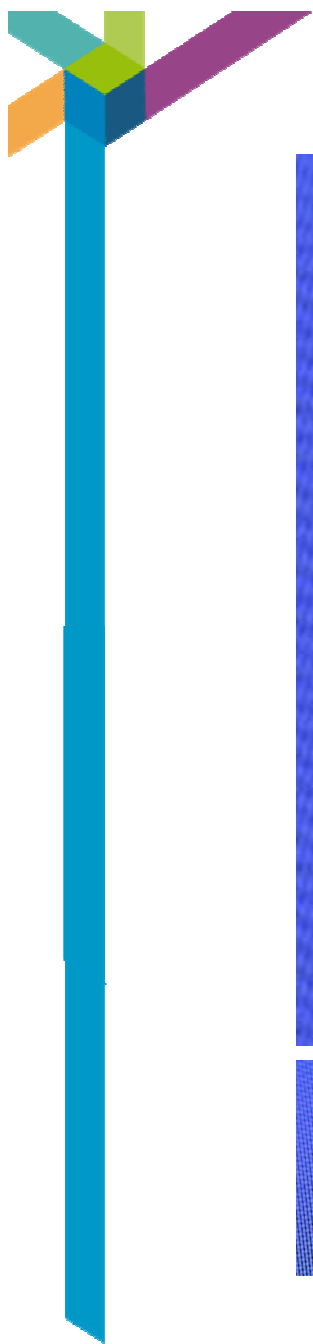
La marca antes de lanzar nuevos productos pregunta a la comunidad de usuarios su opinión. Tambien de aquellos productos que no tienen buenas ventas, porque? Como serian mejor?

Publicar Ideas y Sugerencias

Sugerencias de dietas equilibradas, carros de la compra semanales según el perfil del usuario o tendencias de moda de maquillaje (colores, etc)



...incrementar el valor que la marca genera a sus clientes en un mundo digital que evoluciona vertiginosamente





¿Que aportan las Redes Sociales a mi negocio?

- Segmentación de cliente



- Mejores Promociones

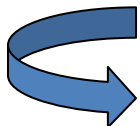


Incremento de Ventas

- Relación mas directa y fluida con nuestros clientes



- Mejor Atención al cliente

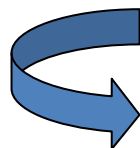


Fidelización de Clientes

- Colaboración con nuestros clientes en la definición del nuevo “valor” de negocio



- Mejores Productos y Servicios



Fidelización de Clientes

Ejemplo practico: “¡Mi Receta es la Mejor !”

Pagina Facebook

- Concurso de recetas con productos de la marca
- Hay diferentes categorias (recetas express hechas en 10 minutos, para invitados, etc) -> Aumenta las posibilidades de exito y anima a participar.
- Se mide el numero de recetas aportadas, el numero de votos y su progresion, la marca puede actuar aportar recetas hechas por algun famoso para ser votadas también.

Twitter

- Anuncio del concurso en Twitter
- Publicar que receta esta siendo mas votada y si algún famoso ha aportado alguna

1 Social

Facebook Store



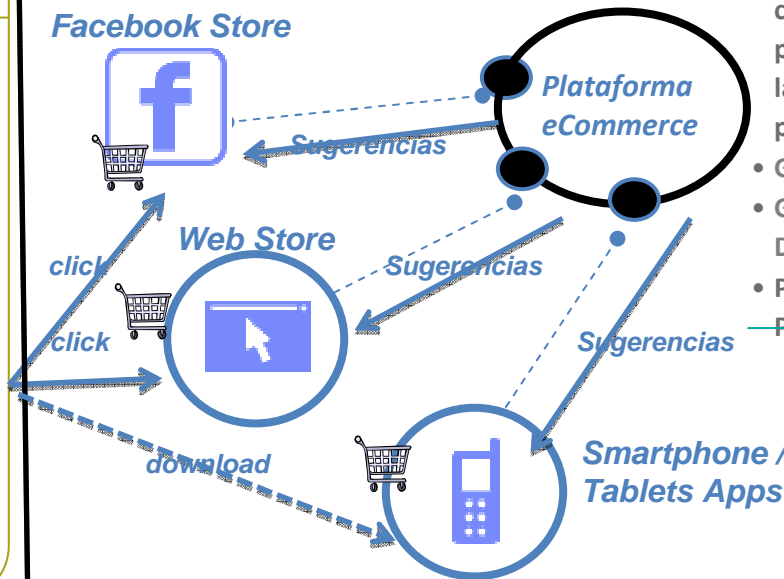
Web Store



Smartphone / Tablets Apps



Plataforma eCommerce



- Gestion del Carro de la compra (desglose de productos que componen la receta-> bundle con posibilidad de cambiar)
- Gestion del pago
- Gestion del pedido (Home Delivery / Click&Collect)
- Promociones/Sugerencias Personales

(* Sugerencias

- Otras recetas del mismo autor del que me declarado “fan”
- Carros de la compra semanales por tipo de perfil de usuario

2 Comercio Online



- Preparación de los pedidos
- Gestión de la logistica de entrega
- Explorar Modelos de apartados de envios

3 Servicio





La Nueva Empresa “Extendida”

Creación de ecosistema

- Incrementa el Valor al Cliente
- Refuerza el Modelo de Negocio Actual
- Facilita la Innovación de Nuevos Modelos de Negocio
(Ejemplo: Marketing Transpromocional)

¿¿Porqué IBM??

Interacción con el Cliente

Compras y Aprovisionamiento

Gestión de la Cadena Logística

Conocimiento del Cliente y Analítica

Marketing Multi-Canal

Servicio al Cliente

Gestión de Casos

Venta Multi-Canal

Gestión de Pedidos

Base

Analítica

Gestión de Datos

Instrumentación

Conectividad



!GRACIAS !

Para Contactarnos:

Salvador Peñalver

Consultor Soluciones Smarter Commere

spenalver@es.ibm.com

Móvil: 616.42.83.13

