

Creamos un futuro centrado en el consumidor, digitalmente optimizado y más sostenible para los comercios minoristas de alimentación

Obtenga la información que necesita para crear experiencias digitales optimizadas, incrementar el gasto en el supermercado y mejorar la optimización y la eficiencia de la cadena de suministro

Los comercios minoristas de alimentación se han centrado en competir por la atención, la fidelidad y la cuota de cartera de los consumidores a través de iniciativas de interacción y servicios digitales. Las expectativas de los consumidores son muy elevadas gracias a empresas como Amazon, Facebook y Google, que ofrecen experiencias extremadamente personalizadas y a medida, incorporando nuevos servicios diferenciadores de manera regular.

La fidelidad de los consumidores está determinada por la sensación de que los minoristas reflejan sus valores, ofrecen un excelente servicio de atención al cliente y alternativas de pago y entrega o recogida cómodas y seguras. En la actualidad, los consumidores exigen más variedad y transparencia en el abastecimiento, constatándose una creciente preferencia por las ofertas locales, saludables y éticas.

Para sobrevivir en este entorno de cambio, los comercios minoristas deben liderar el proceso de digitalización y destacar en la ejecución y provisión de experiencias conectadas y personalizadas.

Esto ha dado lugar a una nueva serie de desafíos para los comercios minoristas de alimentación. Esta hiperpersonalización del servicio y de la oferta requiere un análisis avanzado de datos, cadenas de suministro y de entrega mucho más adaptables, inteligentes y ágiles, y la capacidad de prestar los servicios tanto de forma digital como de forma física en los propios supermercados, gestionando al mismo tiempo la complejidad y los costes operativos. Aquellos comercios minoristas que sean capaces de crear modelos de negocio eficientes y adaptables centrados en el consumidor, y que integren a la perfección las interacciones y las experiencias digitales y físicas, adquirirán una ventaja competitiva considerable.



Trabajamos con nuestros clientes en la creación de experiencias de compra de última generación

Conseguir ofrecer una experiencia de última generación significa satisfacer las demandas de los nativos digitales como Tomás y, al mismo tiempo, dar cabida a clientas como María. Ambos muestran preferencias similares por los productos frescos y sostenibles, pero enfoques y requisitos muy distintos a la hora de comprar.

Aceleramos la transformación digital para obtener la información y la agilidad necesarias y así poder ofrecer una experiencia omnicanal a medida

La inteligencia artificial (IA), el análisis y una estrategia de gestión de datos y elaboración de informes centralizada le permitirá convertir la información compleja en información comercial y de consumo procesable y valiosa. Así, los comercios minoristas sabrán cómo fidelizar a clientes como Tomás y cómo garantizar seguridad a clientas como María.

Atos aporta décadas de experiencia de colaboración con marcas líderes del sector minorista para apoyarle en la alineación de sus necesidades empresariales con sus soluciones tecnológicas. Al hacerlo, le ayudamos a potenciar su estrategia digital y a unificar las diferentes necesidades de toda la organización, para que pueda rentabilizar sus inversiones digitales de forma más rápida y eficaz. Adoptando un enfoque holístico, podemos guiarle a través de un proceso de transformación de toda la organización que mejore sus capacidades competitivas, impulsando la fidelidad de los consumidores, el gasto y mejorando la eficiencia.



En el Reino Unido los comerciantes minoristas calculan pérdidas que ascienden a los 1700 millones por la falta de un análisis de datos debidamente procesados.

MÁS INFORMACIÓN

5,8 millones de pedidos realizados cada año en una plataforma global de comercio electrónico totalmente conectada y habilitada por Atos y sus socios.



Transformamos la experiencia del consumidor en la tienda física para aumentar su fidelidad así como, el consumo

Aunque en muchos sectores los consumidores siguen mostrando una preferencia predominante por las compras en tiendas físicas o por las modalidades de compra en línea y recogida en tienda (BOPIS, Buy Online Pick-up InStore), el número de la demanda de experiencias en tienda física más documentadas y personalizadas va en aumento. Tomás, Laura y María compran en la tienda física, pero por diferentes motivos y de diferentes maneras.

Es fundamental crear un ecosistema omnicanal totalmente conectado que mejore la experiencia en los canales digitales y físicos de una forma fluida, holística y personalizada, además de rentable. También lo es asegurarse de que esto genere la adopción de tecnologías inteligentes para los expositores y los refrigeradores conectados que permitan rentabilizar al máximo cada pasillo. La interacción digital, los sistemas de pago sin contacto, los vales digitales y el comercio electrónico se basan en una perfecta integración de las opciones de entrega y recogida. Se debe progresar en la modernización de las tecnologías y plataformas de pago, para ofrecer soluciones en línea, sin contacto y seguras, sin dejar atrás a clientas como María.

Creamos una experiencia de última generación en la tienda física con la ayuda de información basada en datos, dispositivos conectados de forma inteligente y empleados muy bien capacitados

Los comercios minoristas de alimentación necesitan crear itinerarios y servicios digitales conectados para ofrecer experiencias mejoradas y aumentar la fidelidad y el consumo. A su vez, poseen grandes cantidades de datos con los que podrían documentar sus estrategias y aumentar la hiperpersonalización.

Sin embargo, extraer información valiosa y procesable plantea todo un desafío debido a que los datos de los consumidores provienen de diversas fuentes, en distintos formatos y de manera aislada. La recopilación, el enriquecimiento y el análisis de los datos necesarios podrían no encontrar el respaldo requerido en los complejos sistemas heredados, que en ningún caso fueron diseñados para las operaciones omnicanal y que dependen de una óptima integración de la experiencia digital y la experiencia física.

Atos colabora con nuestros clientes para crear estas interacciones hiperpersonalizadas con los consumidores. Esto permite desarrollar estrategias de negocio eficaces e innovadoras destinadas a fidelizar a consumidores con distintas exigencias. La compra y la demanda están vinculadas a cadenas de suministro y entrega seguras y conectadas, con servicios de visibilidad y seguimiento integrados gracias a tecnologías avanzadas de inteligencia artificial (IA), aprendizaje automático (ML), blockchain e IoT que equiparan los niveles de existencias con las necesidades de los consumidores.



McKinsey prevé que, en 2023, el comercio electrónico representará solo un 21% de todas las ventas minoristas y el 5% de las ventas de alimentación (en todo el mundo).

MÁS INFORMACIÓN

Más de 500.000 refrigeradores conectados para The Coca-Cola Hellenic Bottling Company utilizando el IoT era el objetivo inicial. Actualmente la compañía cuenta con una flota totalmente conectada de **1,6 millones** de refrigeradores en funcionamiento en 28 países. Esto proporciona enormes cantidades de datos de los puntos de venta, como por ejemplo la ubicación de los refrigeradores en el almacén y en la tienda, la disponibilidad de productos, la temperatura, el posicionamiento de los mismos, y los comportamientos y tendencias de los clientes.



Creamos una cadena de suministro resiliente, adaptable y transparente para reducir los costes de operación, el impacto ambiental y la exposición al riesgo

A medida que los consumidores están más informados y que sus necesidades son más diversas, la cadena de suministro se vuelve más compleja y regulada. Las cadenas de suministro están sometidas a la presión de llegar a tiempo en todo momento, y son cada vez más largas e integradas. Esto genera que cuestiones menores puedan dar lugar a problemas de mayor escala y a interrupciones en múltiples niveles de suministro. Es probable que los cambios repentinos en el suministro debidos a factores ambientales, políticos y de otro tipo sean cada vez más frecuentes, y que las actuales cadenas de suministro y entrega en muchos casos no sean capaces de ajustarse a esa velocidad, tal como se observó a principios del 2020.

Y, puesto que los consumidores exigen ofertas más sostenibles, locales y saludables, ofrecer transparencia en cuanto a los proveedores, las fuentes y las credenciales éticas o sostenibles de muchas cadenas de suministro será fundamental para ofrecer los productos que los consumidores desean, independientemente de cómo deciden seleccionarlos, comprarlos o comprarlos. También será fundamental para garantizar que los comercios minoristas de alimentación se mantengan fieles a sus valores de marca y cumplan sus propios objetivos éticos y de sostenibilidad.

Aumentamos la transparencia y el cumplimiento, la eficiencia y la sostenibilidad de las cadenas de suministro y de entrega con la logística inteligente e integrada 4.0

Para abordar rápidamente los cambios en la demanda o los problemas en sus cadenas de suministro, los comercios minoristas de alimentación necesitan más cadena de suministro, perspectiva y agilidad en sus procesos de cadena de suministro, de inventario y de almacenamiento y entrega. Atos colabora con nuestros clientes minoristas para crear soluciones que combinen tecnologías como la IA, el aprendizaje automático (ML), el blockchain y el IoT para crear cadenas de suministro y de entrega seguras y conectadas, con una visibilidad y un seguimiento integrados.



Solo un 6% de las empresas tiene actualmente una visibilidad plena de su cadena de suministro.

MÁS INFORMACIÓN



Trabajamos con los comercios minoristas para ofrecer soluciones globales que se adapten a las necesidades locales de sus consumidores

Atos cuenta con más de 35 años de experiencia en la colaboración con clientes del sector minorista y de la alimentación, y más de 25 años de experiencia en la provisión de soluciones de cadena de suministro innovadoras y completas.

Servicios de consultoría

Tras trabajar con más de 350 clientes minoristas –de los cuales más de 40 pertenecen al mercado más de la alimentación y los comestibles– hemos llegado a comprender muy bien los desafíos a los que se enfrentan nuestros clientes. Gracias a nuestra experiencia, podemos ayudar a nuestros clientes a entender cómo la innovación digital puede ayudarles a mejorar su competitividad y a obtener valor más rápidamente a partir de una mayor eficiencia, de una explotación de cliente mejorada, de la rentabilización de los datos y del replanteamiento de los modelos de negocio. Combinamos este amplio conocimiento del sector con una experiencia técnica inigualable y con alianzas tecnológicas para colaborar con los clientes y desarrollar las soluciones estratégicas que satisfagan sus necesidades únicas y sus objetivos concretos.

Atos cuenta con 6000 especialistas en tecnología empresarial y 3000 expertos sectoriales, además nuestra comunidad científica contribuye en gran medida a nuestro vanguardismo en el sector minorista, aplicando los conocimientos sobre mejores prácticas adquiridos de otros sectores. Atos es también el socio digital de AEOLIX, el proyecto europeo para la transformación digital de la logística. AEOLIX mejorará la visibilidad de los datos en toda la cadena de suministro, para así hacer que el transporte de mercancías en toda Europa sea más eficiente y sostenible, y para reducir el consumo de energía en más de un 30%.

Ofrecemos plataformas de comercio minorista adaptables y escalables

Al colaborar con nuestros clientes líderes del sector, ayudamos a los clientes a migrar sus sistemas heredados a plataformas en la nube inteligentes y adaptables para aumentar la agilidad, la escala y la capacidad de innovación. Ayudamos a nuestros clientes a analizar cómo pueden obtener valor comercial de las nuevas tecnologías como la IA y el análisis predictivo, que permiten mejorar las experiencias de los clientes y convertirlas en auténticas experiencias omnicanal totalmente conectadas. Además, ofrecemos experiencia, servicio y soluciones de ciberseguridad para proteger a los comercios minoristas y a los consumidores del robo de datos y del fraude, así como reducir los riesgos y los riesgos derivados de la cadena de suministro.

Optimizamos la experiencia del consumidor en la tienda física y en la cadena de suministro

Nuestros consultores y socios tecnológicos comparten una profunda experiencia en el diseño y la provisión de dispositivos conectados de venta al por menor tales como refrigeradores, frigoríficos, etiquetas y carros para ofrecer esa experiencia mejorada en la tienda física y esa disponibilidad de los productos que los consumidores demandan. También aportamos nuestra experiencia en edge computing e IoT para optimizar la eficiencia y la transparencia de la cadena de suministro, así como soluciones de blockchain que permiten rastrear la autenticidad de los productos y la seguridad en los pagos.

Para mayor información contacte con nuestros expertos en el sector de la alimentación en: ritmarketing@atos.net

