



# Data driven en el canal tradicional

Carlos García - Director de Ventas de Nestlé Perú



R I P L E Y

R I P L E Y







# Aplicación de conceptos de gestión de data



# Actores claves



# Propuestas de valor



# Evolución de la cadena de Valor: **Etapa 1**



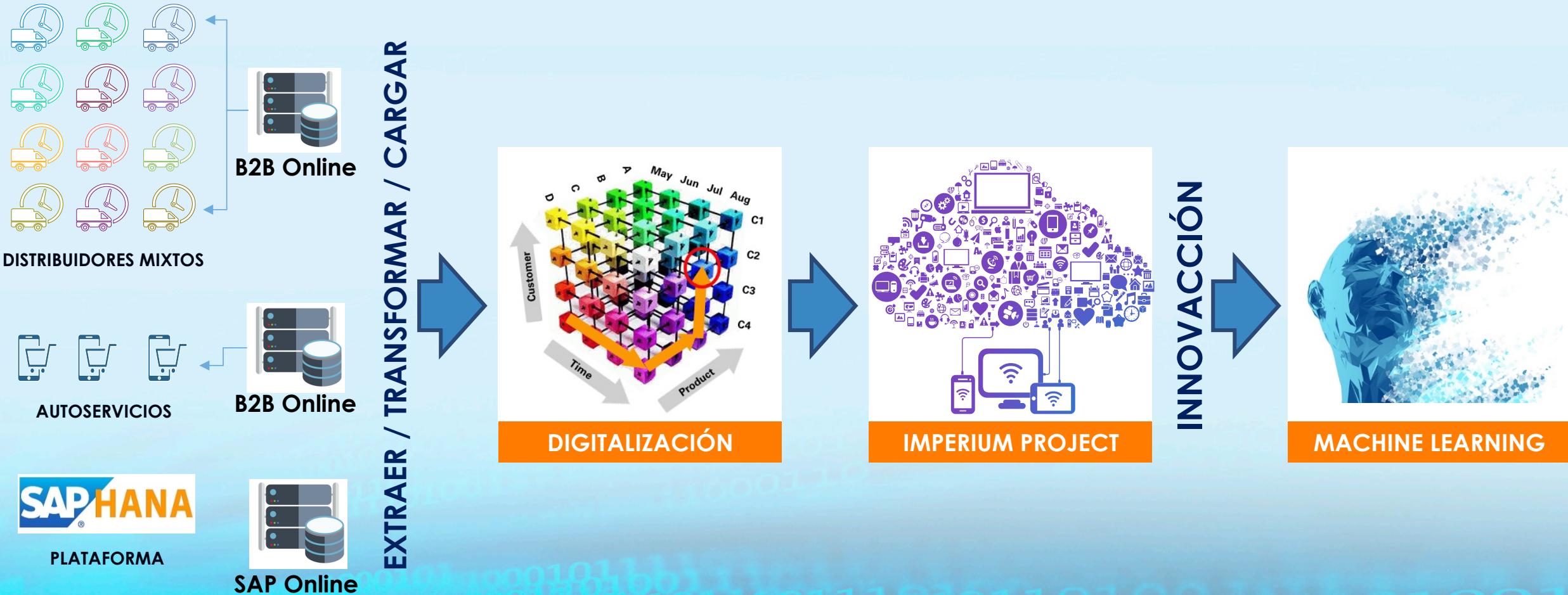
# Evolución de la cadena de Valor: **Etapa 2**



# Evolución de la cadena de Valor: **Etapa 3**



# El proceso tecnológico da soporte a este **cambio cultural**



DATA DRIVEN TRANSFORMATION

# Gestión diaria de la data



REVISIÓN OPERACIONAL NESTLE (LBCC)								
Técnico	SO TOTAL DT	SO TOTAL LB	SO TOTAL CC	Número de Pedidos	Objetivo Mes	Objetivo Dia	Avance Real	(%)
Vendedor	20%	Objetivo Mes	Objetivo Dia	Objetivo Mes	Objetivo Dia	Objetivo Mes	Avance Real	(%)
Luis	S/ 60.000	S/ 2.450	S/ 40.000	S/ 20.000	625	25	25	25
Romíez	S/ 8.000	18%	S/ 2.220	S/ 5.000	13%	S/ 6.000	50%	150
Leonardo	S/ 62.000	S/ 2.100	S/ 41.000	S/ 21.000	625	24%	25	26
	S/ 20.000	32%	S/ 2.450	S/ 10.000	24%	S/ 10.000	48%	160



Administración de data

Medición de KPI's

Proceso de mejora continua enfocado en el alineamiento de objetivos basado en la data:

- ◆ Análisis de la data histórica, identificando tendencias y estableciendo objetivos claros.

# Gestión diaria de la data



Proceso de mejora continua enfocado en el alineamiento de objetivos basado en la data:

- ◆ Análisis de la data histórica, identificando tendencias y estableciendo objetivos claros.
- ◆ Reuniones operacionales buscando la causa raíz en las desviaciones y estableciendo planes de acción.

# Gestión diaria de la data



Proceso de mejora continua enfocado en el alineamiento de objetivos basado en la data:

- ◆ Análisis de la data histórica, identificando tendencias y estableciendo objetivos claros.
- ◆ Reuniones operacionales buscando la causa raíz en las desviaciones y estableciendo planes de acción.
- ◆ Monitoreo diario a los avances de los KPI'S con información actualizada al momento.

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).
- ◆ Surtido básico

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).
- ◆ Surtido básico.



## Modelo actual



- ◆ Gestión de indicadores.

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).
- ◆ Surtido básico.



## Modelo actual



- ◆ Gestión de indicadores.
- ◆ Tracking diario de los indicadores de venta.

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).
- ◆ Surtido básico.



## Modelo actual



- ◆ Gestión de indicadores.
- ◆ Tracking diario de los indicadores de venta.
- ◆ Manejo de data histórica y tendencias.

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).
- ◆ Surtido básico.



## Modelo actual



- ◆ Gestión de indicadores.
- ◆ Tracking diario de los indicadores de venta.
- ◆ Manejo de data histórica y tendencias.
- ◆ Mayor visibilidad de la gestión en ruta.

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).
- ◆ Surtido básico.



## Modelo actual



- ◆ Gestión de indicadores.
- ◆ Tracking diario de los indicadores de venta.
- ◆ Manejo de data histórica y tendencias.
- ◆ Mayor visibilidad de la gestión en ruta.
- ◆ Elaboración de planes de acción SMART.

# Capturando diariamente oportunidades

## Modelo anterior



- ◆ Informalidad en los procesos.
- ◆ Falta de planificación (día a día).
- ◆ Surtido básico.



## Modelo actual



- ◆ Gestión de indicadores.
- ◆ Tracking diario de los indicadores de venta.
- ◆ Manejo de data histórica y tendencias.
- ◆ Mayor visibilidad de la gestión en ruta.
- ◆ Elaboración de planes de acción SMART.
- ◆ Modelo participativo donde el vendedor es el responsable del número.

# Y la evolución continúa...

## Flujo de información



Fabricante



Distribuidor



Punto de venta

## Flujo de información



Fabricante



Distribuidor



Punto de venta



Tecnología

# La gestión de la data es un tema de **transformación** de la **cultura** en la **organización**



# La gestión de la data rompe silos en la **organización**



# La gestión de la data alinea la organización **a un sólo objetivo**





# Data driven en el canal tradicional

# ¡GRACIAS!

Carlos García - Director de Ventas de Nestlé Perú

# Mensajes claves



- La toma de decisiones basadas en información te permite repotenciar el modelo de negocio.
- La repotenciación es de la cadena de valor: alinea a la empresa.
- Las acciones al Shopper son repotenciadas.
- La gestión de la información te permite eficiencias operacionales.
- Se proclama una mejora continua basada en la información.
- La fuerza de ventas se convierten en fuerzas de negocios.
- Se crean competencias en la cadena de valor.
- La información se democratiza, lo que exige un empoderamiento en la organización.

# Mensajes claves



- La toma de decisiones basadas en información te permite repotenciar el modelo de negocio.
- La gestión de la data rompe silos en la organización
- La gestión de la data alinea a la organización.
- La gestión de la información te permite eficiencias operacionales.
- Se proclama una mejora continua basada en la información.
- La fuerza de ventas se convierten en fuerzas de negocios.
- Se crean competencias en la cadena de valor.
- La información se democratiza, lo que exige un empoderamiento en la organización.

# La gestión de la data es un tema de **transformación** de la **cultura** en la **organización**



# La gestión de la data es un tema de **transformación** de la **cultura** en la **organización**



# Actores claves para llegar al canal

Pusimos la intuición **en orden**

