





Cambios demográficos

+1,250,000

INMIGRANTES
~7% DE LA POBLACION
AUMENTA UN 67% DESDE 2017

Fuente: INE



JENGIBRE

YUCA

PLATANOS VERDES

Sábado 7 Septiembre 2019, Quillota



Cambios demográficos

-30%

TAMAÑO DE LA FAMILIA

3,1 PERSONAS POR HOGAR

+42%

PARTICIPACIÓN LABORAL DE LA MUJER

ALCANZANDO HOY UN 50%

+87,3%

TIEMPOS DE DESPLAZAMIENTO

25 DÍAS AL AÑO

Fuente: INE, CEP

Cambios hábitos de compra

54%

Gasto en Compras de Reposición

nuevos servicios

ENFOCADOS EN DEVOLVERLE EL TIEMPO A LAS PERSONAS



Fuentes: CEP, CASEN, Kantar

Nueva competencia



Uber



NETFLIX



amazon

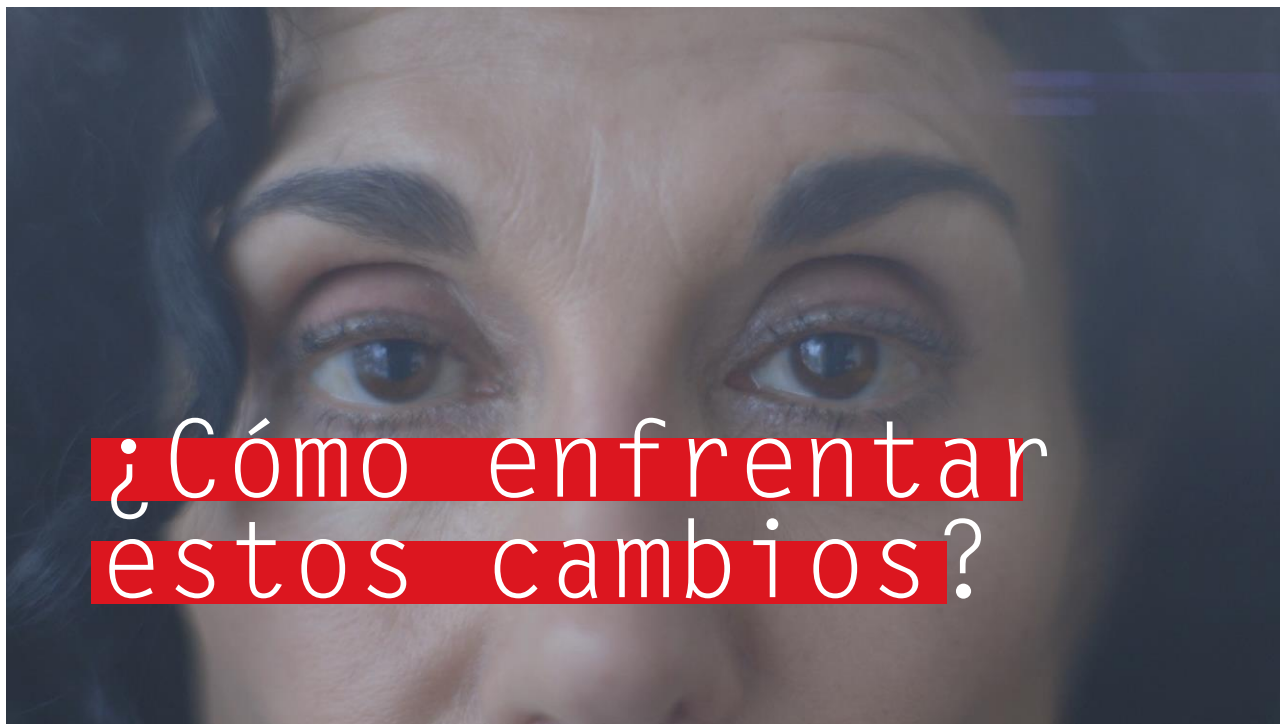
despegar.com

AliExpress



mercado libre

airbnb



¿Cómo enfrentar
estos cambios?

CENTRARSE EN EL
CLIENTE

Ninguna novedad...



Jeff Conaway

CEO

"The company has been and will be focusing on in the future in three strategic imperatives, which are to dramatically improve retail execution, to create a customer-centric culture and go to aggressively pursue its sales and marketing"

Howard Riefs

AACC



"All of our company initiatives support the company's transformation from a traditional retailer to a customer-centric integrated platform leveraging Shop Your Way."



Alex O.

Presidente

"In our company, we focus on making trendsetting apparel accessible to fashion lovers of all ages, sizes and styles, and now we're excited to offer them more perks (...) further strengthening the relationship with our customers."

no es fácil...



Kmart's sales
have fallen off a
gigantic cliff
CNN - 9.05.2015



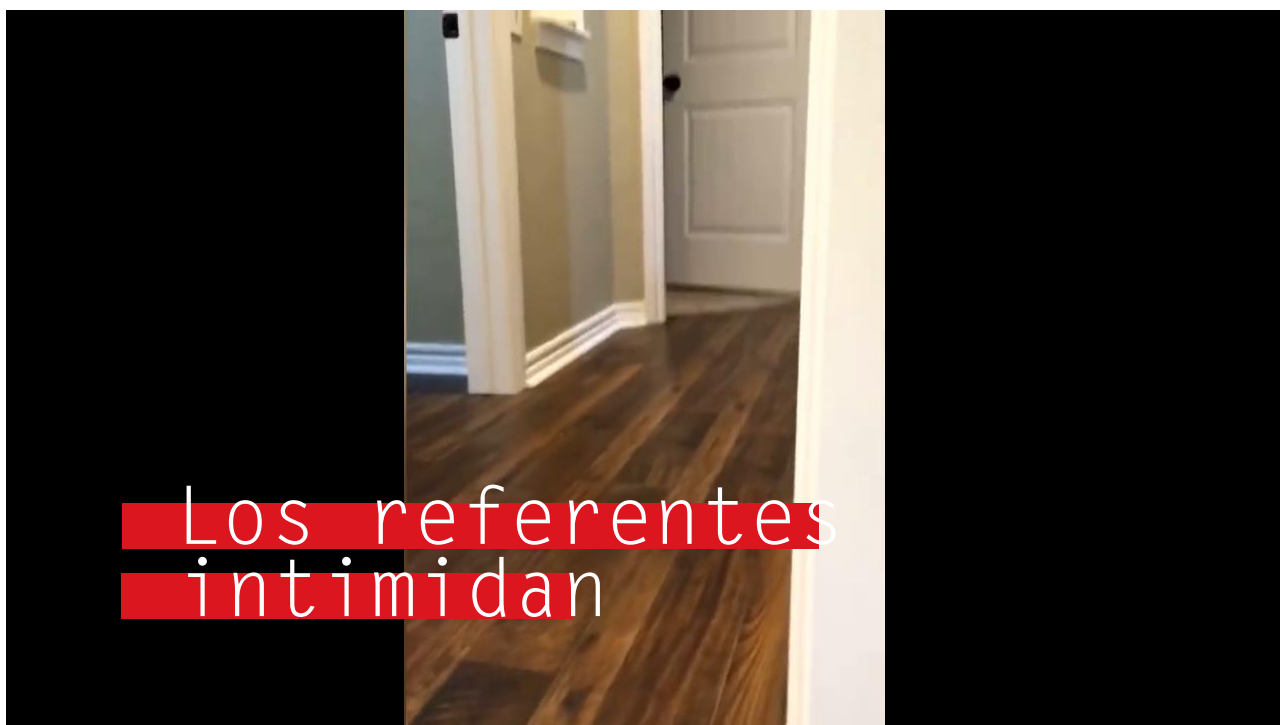
Sears, the
Original
Everything Store,
Files for
Bankruptcy
NYTimes - 14.10.2018



Forever 21
Considers Filing
For Bankruptcy.
Forbes - 29.08.2019



¿Cómo lograr poner
al cliente al centro
de verdad?



Los referentes
intimidan



Lo primero es
conocer al cliente







Trabajar en la experiencia es un buen negocio

Experiencia vs. Ventas



El NPS correlaciona en un 90% con la venta

FUENTE: Unidata, periodo 2017-2018



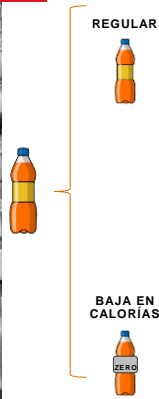
Centrarse en el cliente
derriba mitos



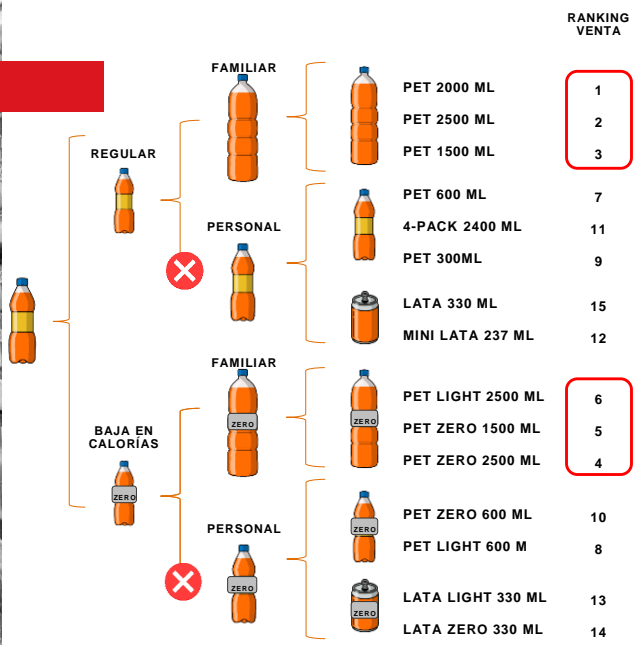
| | | RANKING VENTA | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------|---|
|  | PET 2000 ML | 1 | ✓ |
| | PET 2500 ML | 2 | |
| | PET 1500 ML | 3 | |
|  | PET 600 ML | 7 | |
| | 4-PACK 2400 ML | 11 | |
| | PET 300ML | 9 | |
|  | LATA 330 ML | 15 | |
| | MINI LATA 237 ML | 12 | |
|  | PET LIGHT 2500 ML | 6 | ✓ |
| | PET ZERO 1500 ML | 5 | |
| | PET ZERO 2500 ML | 4 | |
|  | PET ZERO 600 ML | 10 | |
| | PET LIGHT 600 M | 8 | |
|  | LATA LIGHT 330 ML | 13 | |
| | LATA ZERO 330 ML | 14 | |



Foco en el Cliente

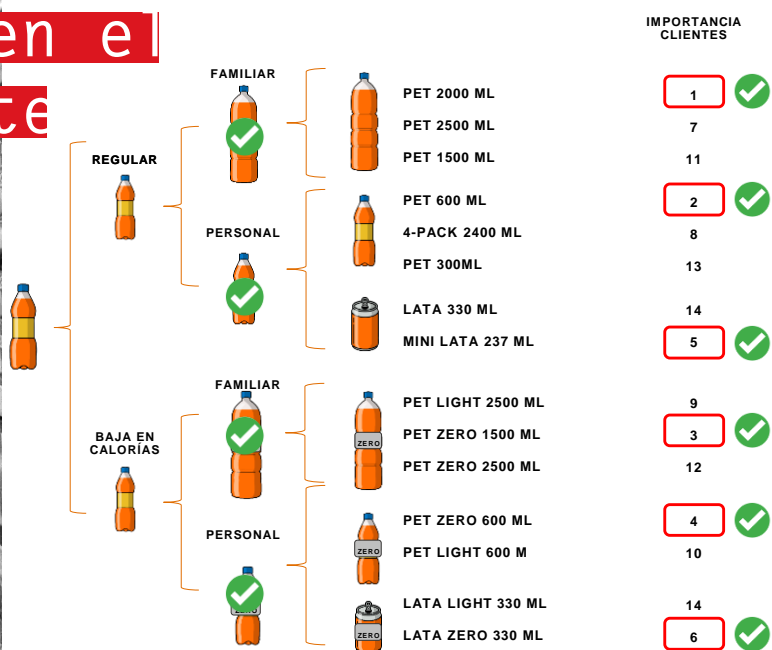


Foco en el 80% de la venta





Foco en el Cliente



Acción

- # Hicimos este proceso en 18 categorías
- # Se optimizó el surtido en base a las necesidades del cliente
- # Cambió el flujo de navegación para facilitar la experiencia de compra





Alto Hospicio

Población: 32.858 hab.

GSE D/E: 49,2 %



Fuentes: INE

Centrarse en el cliente

Significa olvidarse de los prejuicios, de "dónde vive" y a que grupo socioeconómico "debería" pertenecer...

CLIENTES QUE COMPRAN
PRODUCTOS DE **MENOR PRECIO**



CLIENTES QUE COMPRAN
PRODUCTOS DE **MAYOR PRECIO**





Acción

Cambio de Clusterización de tienda

Elimina surtido (-3,452 SKUs)

Incorpora nuevo surtido (+2,412 SKUs)



Resultados

-1,042 PLUs

ELIMINACIÓN DE SURTIDO
EFICIENCIA OPERACIONAL

+42%

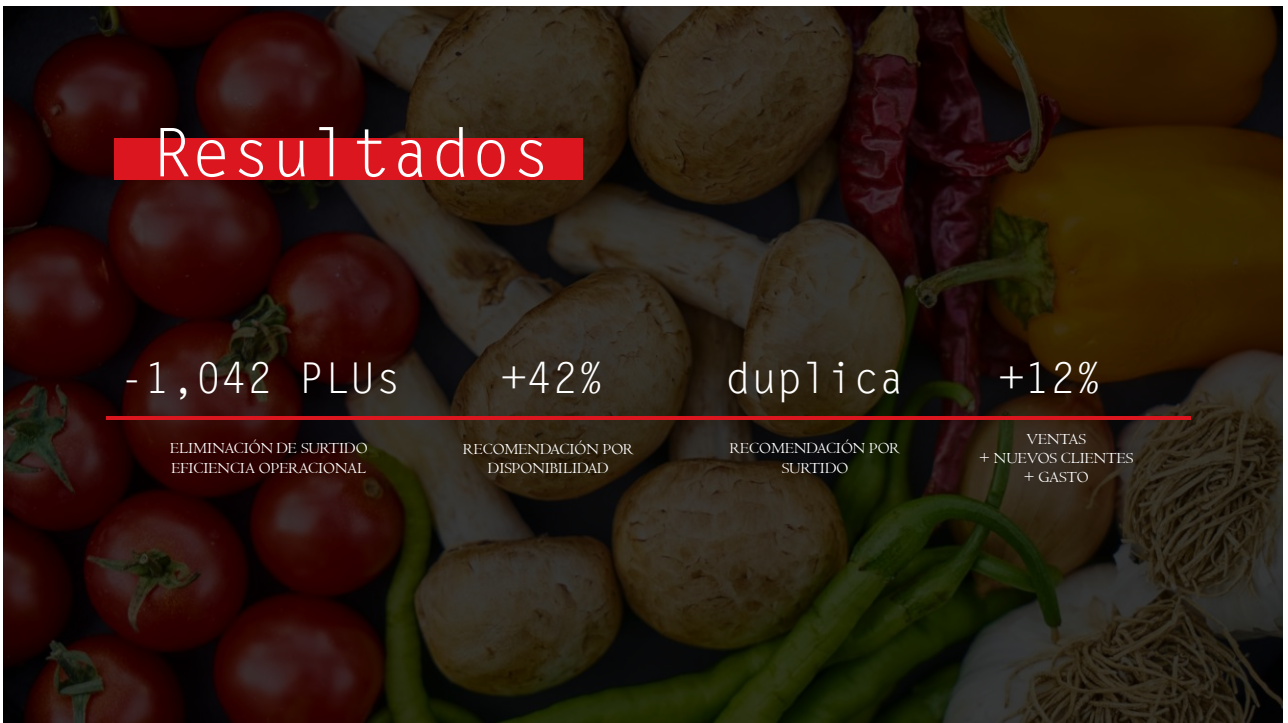
RECOMENDACIÓN POR
DISPONIBILIDAD

duplica

RECOMENDACIÓN POR
SURTIDO

+12%

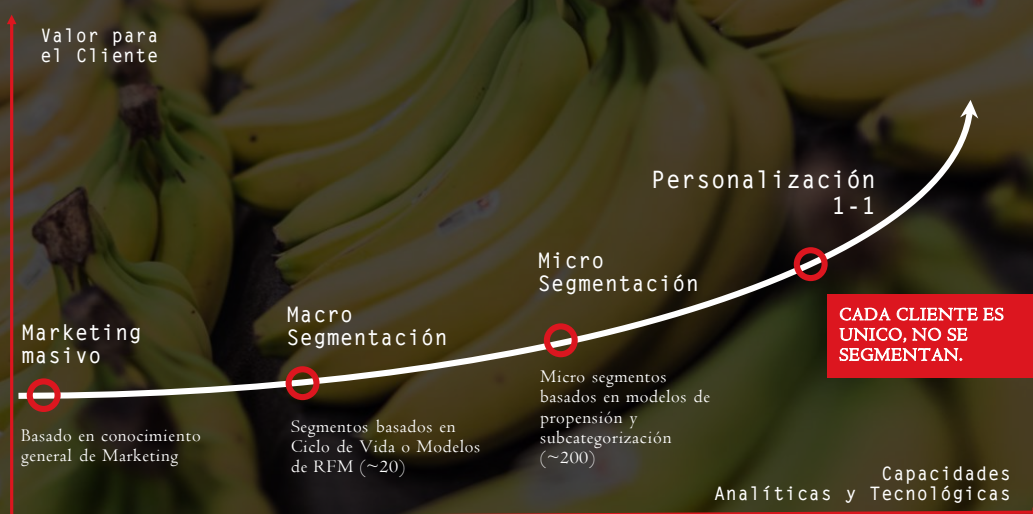
VENTAS
+ NUEVOS CLIENTES
+ GASTO



Mito #37

“Nosotros no somos e-commerce, es imposible personalizar”

A mayor personalización mayor valor



FUENTE: BOXEVER, THE HISTORY OF PERSONALIZATION

¿Cómo ser relevante para mi cliente?

LO QUE LE OFRECEMOS



“Soy fanático de las promociones porque ahorro hartoo... pero muchas veces las ofertas que veo no son las que necesito”

¿Cómo ser SIEMPRE relevante?

LO QUE REALMENTE COMPRA



Cerveza Long Neck
Budweiser 355 CC BOT



Papas lisas Lays
230g



Espumante Brut
Valdimeso 750 cc BOT



Lomo Vetado



Trutro pollo
Super Pollo KG



Pisco
Alto del Carmen

“Soy fanático de las promociones porque ahorro hartoo... pero muchas veces las ofertas que veo no son las que necesito”

Acción

Se analiza el comportamiento de compra de CADA cliente

Se ofrecen promociones a CADA cliente según lo que compra.

Se habilitan canales digitales donde CADA cliente puede acceder a sus **ofertas personalizadas**.





Resultados

+25%

TASA DE CANJE

transversal

CSE TRANSVERSAL
75,3% REGIONES
61% SOBRE 35 AÑOS

+40%

MEJOR EXPERIENCIA
VS. PROM. UNIMARC

+14,5%

GASTO DE LOS CLIENTES VS.
AA



#masdatamenosguata