Oportunidades en la Transformación digital del comercio en México

Erick de la Cruz Rojas

Introducción

Continuando con el análisis de las entrevistas a directores de sistemas y tecnología que Select ha realizado en los últimos 3 años, en la cual evaluamos el avance de la Transformación digital en las organizaciones, presentaremos los principales hallazgos del sector comercio, pero les invitamos a revisar los resultados completos[1].

Es importante señalar que, si usted participo en estos estudios, al entrar a la plataforma podrá ver su información comparada con su sector. Con este esfuerzo de evaluación comparativa (benchmarking) identificará sus brechas de oportunidad para seguir avanzando:

https://plataforma-benchmarking.selectestrategia.net/sectores/

Iniciativas estratégicas

Las organizaciones de comercio tienen como prioridad incrementar sus ingresos, principalmente atrayendo a nuevos clientes, pero también mejorando la experiencia de los clientes con los que ya cuentan, y para ello plantean las siguientes iniciativas estratégicas:

- Entender a los clientes que prefieren redes sociales para estimular el crecimiento del negocio con mercadotecnia, portales de e-commerce y la mejora de su experiencia de compra.
- Atender a clientes actuales y nuevos, a través de todos las redes y canales digitales, mejorando la cadena logística (ampliar ventas con omnicanalidad y cadena de suministro).
- Buscar y seleccionar mejores productos y servicios que les ayuden a fortalecer la gobernanza de la empresa.
- Dejar de utilizar distribuidores y hacer venta directa e incrementar la eficiencia y productividad de vendedores con mejores sistemas.

Es importante mencionar que más del 80% de los entrevistados considera muy importante la Transformación digital para ejecutar las anteriores iniciativas estratégicas. En cuanto al avance de la estrategia, 54% opinó que los esfuerzos avanzan bien y los resultados son positivos, ligeramente por encima del porcentaje de otros sectores.

Radar de oportunidades

Para resumir el avance de la transformación digital, elaboramos un radar con 6 ejes que presentan los resultados de las investigaciones normalizados de 1 a 10.

En la calificación general, es visible un rezago cuando comparamos al sector comercio con el 25% de las organizaciones más avanzadas; también, destaca la relevancia de las innovaciones digitales, aunque con pocos recursos para el desarrollo de nuevas cosas e innovación.

---

[1] Para revisar los resultados completos les invitamos a visitar el siguiente enlace: https://selectnet.selectestrategia.net/grabaciones/seminarios/presupuesto-de-los-CIOs-para-innovar/

En este sector destacan la ciberseguridad y la movilidad (aplicaciones y servicios digitales) en un umbral de relevancia alto, es decir, como pilar de operación del negocio. Mientras que, servicios en la nube se encuentra en adopción media con cargas de parciales de trabajo.

En cuanto a la adopción de metodologías para la ejecutar la Transformación digital, comercio al por menor destaca con organizaciones con adopción alta de metodologías para mapear la experiencia del cliente (38%), omnicanalidad (50%) y desarrollo ágil de innovaciones (50%); caso contrario en comercio al por mayor, pues este último no se enfoca en el cliente final, sino en un ecosistema de asociados.

Entre los proyectos más importantes del sector comercio están:

- Desarrollo de e-commerce y omnicanalidad, y homologación de productos y servicios en todos los canales (misma imagen, precio).
- Implementación de CRMs, incluyendo mapa de la experiencia del cliente.
- Remediaciones y seguridad: corrección y reforzamiento de las medidas de seguridad.

Conclusión

El sector comercio, sin duda, fue uno de los de mayor afectación durante los años difíciles de la pandemia. Esto obligó al sector a acelerar su proceso de digitalización para ofrecer al cliente la misma experiencia que tenían físicamente, pero ahora en línea. Hoy el modelo de comercio en línea continúa consolidándose, pero los retos como tener una visión 360° del cliente, reconocerlo indistintamente del canal, diversificar e integrar los puntos de atención y asegurar que el uso de analítica e inteligencia artificial aseguren resultados, se convierten en oportunidades para que la industria TIC se convierta en aliado y apoye al sector a Transformarse digitalmente.