



## Caso Práctico Marketing Insights Analyts

Jesús siempre tuvo un espíritu emprendedor, sin embargo, fue hasta 1998 que decidió actuar por su cuenta cuando se le presentó la oportunidad de iniciar una consultoría centrada en ¿cómo el Internet iba a cambiar la forma de hacer negocios?. Se dijo:

“¡Sí, quiero emprender y tiene que ser un negocio por Internet!”.

La historia comenzó a tomar forma cuando en 1999, al querer enviarle unas flores a su novia y deseando vivir la experiencia de la compra en línea, buscó en Internet una manera para hacerlo pero no encontró ni una sola opción disponible. A partir de este incidente comenzó a poner atención en lo que la industria de flores y otros negocios de e-commerce estaban haciendo para desarrollar el concepto de lo que quería hacer. Como resultado de esto, en 2001 lanzó el primer sitio de envío de flores en línea en México. Al principio sólo ofrecía el servicio en la ciudad de Monterrey, Nuevo León,

Para 2001, Jesús ya tenía claro el concepto que quería comercializar, estaba empezando el periodo de gestación de su idea. Ese mismo año fue la crisis de las puntocom (o explosión de la burbuja puntocom). Este fenómeno de colapso económico generalizado de ciertas empresas de Internet fue consecuencia de la rápida valorización que alcanzaron y que provocó que cientos de empresas digitales llegarán a la quiebra total entre 2000 y 2002. Jesús solía recordar que muchas empresas digitales que admiraba y eran su modelo a seguir habían sido creadas tan sólo unos años antes: Amazon el 5 de julio de 1994 y Google el 4 de septiembre de 1998. Sin embargo, durante el crash del dotcom nadie se imaginaba el alcance que tendrían en el futuro. Lo que todo el mundo veía era la crisis y la quiebra de empresas.

### Modelo de negocio y portafolio de productos

Enviaflores.com se fundó como un portal de comercio electrónico que facilita el envío de flores a toda la República Mexicana. La estrategia de producto estaba regionalizada para poder ofrecer productos locales a precios locales.

El modelo de afiliación con florerías le permitía realizar entregas el mismo día de 3 a 5 horas en todo México. Al cierre de 2010 contaba con poco más de 200 florerías afiliadas. Sólo en la ciudad de Monterrey estaba experimentando con un modelo de Flower Factory, es decir, un centro de distribución no abierto al público que permitía enfocar los esfuerzos en las entregas a domicilio.

La empresa también contaba con un call center ubicado en Monterrey que operaba de lunes a domingo de 8:00 am a 8:00 pm. El propósito de este centro era apoyar a los clientes en la realización de su pedido y responder las dudas que pudieran tener sobre el servicio.

El portafolio de productos que manejaban en 2010 consistía en arreglos florales para toda ocasión: cumpleaños, aniversarios, coronas para funerales, canastas de regalo, etc.

Una vez realizada la venta, una de las áreas críticas era la comunicación con el cliente para supervisar la entrega correcta del arreglo, monitorear su historial de pedidos y fortalecer la experiencia de compra en todas las etapas del purchase journey. La satisfacción del cliente era un requisito para mejorar el índice de recompra y el proceso de recomendación que permitía captar nuevos clientes. Enviaflores almacenaba toda esta información del cliente para posteriormente utilizarla en el servicio posventa (encuestas de servicio), en sus campañas de marketing directo y recomendaciones.

## **Retos que conlleva el crecimiento**

Era diciembre de 2010 mientras Jesús pensaba en sentido figurativo en todos los retos y problemas que tendría que enfrentar y resolver en los siguientes cinco años si quería llevar a su empresa a la cima de la gran montaña en 2015.

Estos retos se podían dividir en dos categorías principales:

### **1) Marketing digital y estructura organizacional**

Los retos asociados al Marketing Digital consistían en aprovechar los beneficios que ofrecía este nuevo canal de comercialización virtual. La estructura organizacional tenía que crecer, en esa época sólo se contaba con un gerente de operaciones. Se necesitaba descentralizar esta área estratégica de la empresa para poder generar más tráfico. En 2010 la empresa contaba con sólo 18 empleados. Ahora en el 2024 la empresa tiene un head count de más de 750 empleados.

El problema al que se enfrentaba era que no había suficiente talento capaz de manejar las herramientas digitales y parecía que nadie estaba preocupado en ese momento por desarrollar dicho talento en el país. Por lo tanto, esto le iba a costar tiempo y dinero.

### **2) Desarrollo de la plataforma web**

Antes de 2008, Envíaflores había tenido que cambiar dos veces de proveedor de sistemas, los cuales administraban la página y sus desarrollos. Llegó un punto en el que la empresa quería ir a un ritmo más acelerado y esas empresas no estaban preparadas. Esto se debía a que estaban más enfocadas en explotar su modelo de páginas web informativas que les demandaba menos tiempo y donde el potencial para ellos era enorme ya que en esa época hasta los doctores buscaban tener su página web.

## **Evaluación de las alternativas de crecimiento**

Una vez resuelta la situación de cómo afrontaría los retos a nivel de marketing y de la plataforma web, Jesús sabía que tendría que decidir cuál era el mejor camino para seguir creciendo. En sus reflexiones sobre el futuro de Envíaflores había identificado tres posibles caminos que implicaban aún más retos y decisiones estratégicas. Envíaflores ya había demostrado ser una solución confiable para la compra en línea de flores. La oportunidad de incluir nuevas categorías de regalos se hacía más evidente. Jesús pensaba que los arreglos con globos y dulces eran un buen ejemplo para empezar.

## **Actualidad**

En el transcurso de su historia, enviaflores ha atravesado varios desafíos y etapas de crecimiento significativo, buscamos mejorar su visibilidad orgánica en motores de búsqueda, especialmente para términos relacionados con "flores a domicilio", "regalos para ocasiones especiales" y "envío de flores en México". La compañía tiene presencia en todas las ciudades de la república y desea aumentar el tráfico orgánico en todas sus principales ciudades de operación.

El equipo de Insights trabaja de manera constante con el equipo comercial y de marketing tanto de manera reactiva como proactiva. Para esto es común extraer información de nuestras bases de datos para generar análisis y visualizaciones. Asimismo colaboramos con las distintas áreas para proponer cambios o ayudar en la toma de decisiones.

## Sección A) Extracción de información

Como miembros del equipo de Insights en Enviaflores usamos SQL para acceder a la información. Contamos con una cantidad significativa de tablas que incluyen información de todas las áreas. En algunos casos nos enfrentamos con el reto de explorar la información que almacenamos para la generación de nuevos insights.

En la [siguiente liga](#) podrás acceder a una base de datos prueba en MySQL.

Utiliza las tablas que se incluyen en la página para explorar la información y resolver las siguientes preguntas. Para cada una de las preguntas favor de anexar el Query SQL así como las imágenes del resultado. Cada pregunta es independiente.

Ejemplo Query: (puede ser imagen o texto)

```
SELECT * FROM Customers;
```

O

```
SELECT * FROM Customers;
```

Ejemplo de resultado:

Result:						
Number of Records: 91						
CustomerID	CustomerName	ContactName	Address	City	PostalCode	Country
1	Alfreds Futterkiste	Maria Anders	Obere Str. 57	Berlin	12209	Germany
2	Ana Trujillo Emparedados y helados	Ana Trujillo	Avda. de la Constitución 2222	México D.F.	05021	Mexico
3	Antonio Moreno Taquería	Antonio Moreno	Mataderos 2312	México D.F.	05023	Mexico
4	Around the Horn	Thomas Hardy	120 Hanover Sq.	London	WA1 1DP	UK
5	Berglunds snabbköp	Christina Berglund	Berguvsvägen 8	Luleå	S-958 22	Sweden

En una presentación plasma la siguiente información:

A1) Cada año se ofrece un reconocimiento a los clientes que compran más de 500 productos. En esta ocasión, buscamos identificar cuáles son los clientes que han recibido más reconocimientos en toda la historia.

- Elabora un query que despliegue solamente los 4 clientes más reconocidos.

A2) Debido a una negociación con el gobierno mexicano, nos ofrecieron un incentivo para exentar ciertos impuestos de algunos artículos. Este incentivo aplica para las ventas entregadas en México que fueron realizadas en Agosto de 1996. Las algas marinas y los pescados tienen un 16% de incentivo, mientras que las bebidas solo tienen un 5% de incentivo.

- Elabora un query que despliegue tanto el total del incentivo, como el detalle de cada categoría de productos.

A3) Con el cambio en un sistema de ventas, algunos colaboradores tuvieron problemas y no vendieron como antes. Queremos identificar si los empleados que se encontraban dentro de los tres primeros lugares de venta (\$) al finalizar el primer semestre de 1997 terminaron dentro de los últimos 3 lugares de venta en el segundo semestre de 1997.

- Elabora un query que muestre los tres empleados con más venta en el primer semestre del 97 y una columna que muestre “Sí” en caso que se encontraran en los últimos 3 lugares de venta del segundo semestre y “No” en caso contrario.

### **Sección B) Catálogo de Productos**

El equipo comercial necesita definir la posición y los productos que deben estar en nuestra página web. Para ello, solicitó al equipo de Insights una propuesta analítica que facilite la toma de decisiones sobre qué productos agregar, mantener, rotar o retirar del catálogo.

- Describe qué variables necesitarías para medir la salud del layout de nuestro catálogo y qué proceso utilizarías.

### **Sección C) Clasificación de Pedidos**

Cada pedido tiene un porqué, poderlo identificar adecuadamente nos permitirá entender mejor las ocasiones de consumo de nuestros clientes. Con tantos mensajes diarios, existe una gran oportunidad de extraer insights. Anexo al correo encontrarás una lista de mensajes generados.

- Genera un clasificador de mensajes de acuerdo a grupos que puedan ser interesantes para el equipo de comercial y marketing.

\*En caso de dudas sobre la redacción de alguna pregunta es válido generar las propias suposiciones, siempre y cuando se detallen.