****

**Potenciar Presencia en Plataformas de Google Maps y Yelp para Walgreens**

A blue and white logo

Description automatically generated

**Control Documentación**

Información de Documentos

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Información** |
| Id Documentos | *Walgreens Propuesta Proyecto* |
| Owner Documento | *Grupo 02 Data FT 20* |
| Emisión | *01/04/2024* |
| Fecha de Ultima Modificación | *01/04/2024* |
| Nombre del Documento | *Propuesta.docx* |

Historial

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Version** | **Issue Date** | **Changes** |
| *[1.0]* | *01.04.2024* | *Versión 01* |
| *[2.0]* | *04.04.2024* | *Versión 02* |
|  |  |  |
|  |  |  |

Aprobaciones

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Rol** | **Nombre** | **Firma** | **Fecha** |
| Project Sponsor | Nicolas Angel Lazarte |  |  |
| Grupo Revisor | Ivan Parra  Gabriel Rojas |  |  |
| Project Manager | Florencia Lascurain |  |  |

# Tabla de Contenidos

[Tabla de Contenidos 2](#_Toc163120616)

[1 Resumen Ejecutivo 3](#_Toc163120617)

[2 Contexto 4](#_Toc163120618)

[2.1 Walgreens 4](#_Toc163120619)

[2.2 Requerimientos 4](#_Toc163120620)

[2.3 Solución 5](#_Toc163120621)

[3 Propuesta 6](#_Toc163120622)

[3.1 Visión y Objetivos 6](#_Toc163120623)

[3.2 Entregables 6](#_Toc163120624)

[3.3 Plan de Trabajo 7](#_Toc163120625)

[3.4 Roles y Responsabilidades 7](#_Toc163120626)

[3.5 Alcance 7](#_Toc163120627)

[3.6 Ownership 8](#_Toc163120628)

[4 KPIS 8](#_Toc163120629)

[5 Apéndice 9](#_Toc163120630)

[5.1 Documentación 9](#_Toc163120631)

# Resumen Ejecutivo

La gestión de la reputación en línea se ha vuelto fundamental para las empresas en la era digital actual. Tener una imagen y marca consistentes no solo genera confianza en los consumidores, sino que también es clave para la estrategia comercial de cualquier compañía. En este contexto, Walgreens y Duane Reade, dos marcas líderes en retail, farmacia y salud, se unen para formar una de las cadenas de farmacias más grandes de los Estados Unidos, con una presencia en más de 8,700 ubicaciones en todo el país.

Según la Encuesta de Opinión de Consumidores 2024, se revela que el 77% de los clientes revisan las reseñas de otros usuarios antes de tomar decisiones de consumo. Estos hallazgos subrayan la importancia de las reseñas en la percepción de los consumidores sobre las grandes marcas, ya que el 91% afirma que las reseñas locales impactan significativamente en su percepción general.

Además, se destaca que el 88% de los consumidores prefieren utilizar negocios que responden a todas sus reseñas, en comparación con solo el 47% que optaría por un negocio que no responde a ninguna. En esta línea, las redes sociales, incluyendo plataformas como Instagram y TikTok, continúan siendo parte integral de las investigaciones comerciales diarias de los consumidores, lo que destaca la necesidad de una presencia sólida en estas plataformas.

En 2023, Google, Facebook, Yelp, Tripadvisor y Apple Maps fueron las principales plataformas utilizadas por los usuarios para la toma de decisiones, lo que subraya la importancia de la visibilidad en línea para las empresas.

Conscientes de la relevancia de estos datos, el equipo directivo de Walgreens busca capitalizar estas oportunidades y mejorar su presencia en línea. En este contexto, se propone una colaboración con nuestra consultora para desarrollar herramientas específicas que permitan monitorizar y mejorar la reputación en línea de la marca.

La propuesta incluye un análisis exhaustivo del mercado y la competencia, la creación de un dashboard para monitorizar la performance del negocio, y el desarrollo de una herramienta de gestión para detectar oportunidades de negocio por locaciones. Estas herramientas, basadas en las reseñas de clientes propias y de la competencia, permitirán a Walgreens garantizar una representación consistente en plataformas clave como Google Maps y Yelp, así como identificar oportunidades de mejora de manera proactiva.

Con esta iniciativa, Walgreens no solo fortalecerá su presencia en línea, sino que también mejorará la interacción con sus clientes y podrá tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos concretos.

# Contexto

## Walgreens

El negocio de Walgreens se centra en el segmento de Farmacia Minorista de EE. UU., respaldado por dos marcas confiables en venta al por menor, farmacia y atención médica: Walgreens y Duane Reade. Juntas, forman una de las cadenas de farmacias más grandes de los EE. UU.

Aquí hay algunos aspectos clave que destacan el alcance y la influencia de Walgreens en el mercado:

* Operan 8.701 farmacias en 50 estados, el Distrito de Columbia, Puerto Rico y las Islas Vírgenes de los EE. UU.
* Aproximadamente el 78% de la población de EE. UU. vive a menos de cinco millas de una farmacia de Walgreens o Duane Reade.
* Ofrecen una amplia gama de productos, que incluyen medicamentos con y sin receta, así como artículos de salud, belleza, cuidado personal y productos de consumo.
* Rellenan aproximadamente 800 millones de recetas al año, demostrando su papel crítico en la salud y el bienestar de la comunidad.
* Cuentan con diversas líneas de productos de Marca propia, como NICE!, Free & Pure, No7 y Soap & Glory.
* Su programa de fidelidad, myWalgreens, cuenta con aproximadamente 113 millones de miembros activos (hasta agosto de 2023), lo que demuestra su compromiso con la satisfacción del cliente y la lealtad.
* Con más de 85.000 proveedores de servicios de salud, incluidos farmacéuticos, técnicos de farmacia y enfermeras practicantes, Walgreens brinda una atención integral y personalizada a casi 9 millones de clientes y pacientes por día.
* Su experiencia omnicanal integra plataformas físicas y digitales para ofrecer productos de alta calidad y servicios de atención médica de manera conveniente y accesible.

Estos aspectos resaltan la importancia y el impacto significativo que Walgreens tiene en la comunidad, tanto en la salud como en el ámbito minorista.

## Requerimientos

El objetivo principal es monitorear y garantizar la consistencia de la imagen de marca en múltiples plataformas de reseñas, como Google y Yelp. Para lograr esto, es esencial administrar y gestionar de manera efectiva las reseñas de los clientes, que son una valiosa fuente de información en constante crecimiento.

Se ha identificado que el 91% de los consumidores considera que las reseñas de locales impactan en la percepción general de las grandes marcas, y el 88% preferiría utilizar un negocio que responda a todas sus reseñas. Además, las redes sociales, como Instagram y TikTok, juegan un papel significativo en los viajes de investigación comercial de los consumidores, con el 34% y el 23% respectivamente utilizándolas como plataformas de reseñas de negocios locales.

La compañía reconoce la importancia de gestionar esta información de manera eficaz y accesible para todas las posiciones relevantes dentro de la organización. Esto incluye proporcionar a los gerentes de tienda la capacidad de monitorear y aprovechar el feedback de los clientes, así como de la competencia, para tomar decisiones informadas.

Además, se destaca la utilidad de la inteligencia artificial generativa como una herramienta para responder a las reseñas de manera eficiente. El 58% de los consumidores prefieren respuestas generadas por inteligencia artificial cuando se les da la opción entre una escrita por un humano y otra por inteligencia artificial.

Antes de iniciar el desarrollo de un proyecto de este tipo, la compañía desea comprender el potencial de estas plataformas y su contribución al negocio. Esto implica evaluar cómo estas plataformas pueden ser gestionadas de manera efectiva y cómo su información puede integrarse en la toma de decisiones en todos los niveles de la organización.

## Solución

En el pasado, la información generada a partir de las reseñas de los clientes se limitaba al equipo de Marketing, con un enfoque específico en las acciones de marketing y el impacto de las campañas. Sin embargo, se ha identificado que esta información es relevante para diferentes áreas y niveles de la organización.

Con el objetivo de mejorar la disponibilidad, frecuencia de revisión y accesibilidad de esta información en toda la organización, se propone el desarrollo de una herramienta que permita gestionar y administrar de manera útil y práctica las opiniones de los clientes. Esta herramienta servirá como punto central para detectar oportunidades de negocio y mejorar procesos en todos los niveles, desde las tiendas locales hasta los directivos a nivel global.

Para lograr este objetivo, nos proponemos analizar la información disponible en las plataformas principales, Google Maps y Yelp, que son ampliamente utilizadas por los usuarios.

Como resultado, se entregarán los siguientes entregables al cliente:

1. **Análisis del Mercado** desde la perspectiva de las reseñas: Este análisis proporcionará una visión detallada de la percepción del cliente sobre el negocio en cada ubicación, identificando tendencias y áreas de mejora.
2. **Dashboard** integral: Este tablero de control permitirá una visualización completa del negocio tanto a nivel global como local. Será una herramienta de análisis que facilitará el monitoreo del negocio desde todos los niveles de la organización.
3. **Sistema de Recomendaciones por ubicaciones**: Este sistema proporcionará recomendaciones personalizadas para entender el posicionamiento del negocio a nivel local, territorial y estatal, según las necesidades de cada usuario dentro de la organización.

Con estas soluciones, Walgreens podrá aprovechar de manera efectiva la información disponible, facilitando su acceso frecuente y utilizándola como una herramienta para monitorear e implementar nuevas innovaciones o estrategias.

# Propuesta

## Visión y Objetivos

Visión del Proyecto:

*En nuestro día a día, nos relacionamos con más de 9 millones de clientes, y nuestro principal objetivo es que nos elijan y continúen eligiéndonos. Por esta razón, colocamos al cliente en el centro de todas nuestras acciones. Conocer su opinión y responder a sus necesidades es nuestra máxima prioridad.*

*Nuestra visión es potenciar la relación con nuestros clientes en las plataformas de reseñas, incrementando nuestras respuestas en un 50% para finales de 2024.*

**Objetivos**:

1. **Detectar 3 Oportunidades de Negocio y Mejoras** requeridas por nuestros clientes y los clientes de la competencia a partir del análisis de las reseñas en estas plataformas.
2. Disponibilizar un **Dashboard como herramienta de gestión y difusión**, accesible para todos los niveles de la compañía para finales del primer semestre de 2024, que permita a los actores de la compañía visibilizar, dimensionar y calificar la presencia de Walgreens en estas plataformas.
3. Potenciar la presencia en las plataformas de Google Maps y Yelp. Este objetivo estará cumplido, si para cada ubicación disponible, las tiendas de Walgreens son la primera o segunda recomendación.

Para ello, proponemos implementar **un Sistema de Recomendación por Ubicaciones** que permita segmentar el análisis de las opiniones y reseñas de nuestros clientes y competencia, para comprender cómo estamos posicionados por ubicación, zona, ciudad o estado dentro de estas Plataformas.

## Entregables

Nuestro objetivo es desarrollar herramientas de gestión que posteriormente se mantendrán automáticamente actualizadas por el equipo de Data de Walgreens. Esto garantizará que la compañía tenga acceso a información actualizada de manera constante y precisa.

|  |  |
| --- | --- |
| **Entregables** | |
| **Título** | **Descripción** |
| Análisis de Mercado | Clientes, Competidores, Zonas y Ciudades, presencia, mercado, Interacción con los clientes |
| DashBoard interactivo | Herramienta para visibilizar, dimensionar y calificar la presencia de Walgreens en estas plataformas |
| Sistema de Recomendación por Ubicaciones | Herramienta para la evaluar el posicionamiento por locación del cliente y la competencia. |

## Plan de Trabajo

A screenshot of a computer

Description automatically generated

## Roles y Responsabilidades

Para el Desarrollo del Proyecto en nuestro equipo:

|  |  |
| --- | --- |
| **Roles y Responsabilidades** | |
| **Nombre y Apellido** | **Roles** |
| Cristian Ivan Parra | Data Engineer |
| Facundo Denis | Data Engineer |
| Gabriel Rojas | Data Analyst |
| Cristhian Huanqui | Data Scientist |
| Florencia Lascurain | Project Manager/Data Analyst |

## Alcance

Para desarrollar el Proyecto estaremos trabajando con las reseñas e información disponible de las Plataformas de Google Maps y Yelp, abarcando la información disponible desde el año 2017 al 2021, para todo el territorio de los Estados Unidos.

Esta información será generada y gestionada por nuestro equipo de G1 Data.

## Ownership

* ***Project Owner:*** *Ariel Vera*
* ***Henry Mentor:*** Nicolás Angel Lazarte
* ***Customer:*** Director de Marketing de Walgreens
* ***Project Manager:*** Florencia Lascurain

# KPIS

Alineados con los Objetivos del Proyecto, los KPIS propuestos son:

1. **Interacción con el Cliente**

El 77% de los clientes prefieren marcas que responden a las reseñas de sus clientes, incluso cuando esas respuestas puedan ser generadas por una IA.

|  |  |
| --- | --- |
| **Respuesta al Cliente** = | Cant. De reseñas respondidas del período |
| Cant. De reseñas totales del período |

1. **Satisfacción del Cliente**

El 88% de los clientes se basan en las reseñas dos o más usuarios para su toma de decisión, utilizando las plataformas de Google Maps y Yelp.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Satisfacción del Cliente** = | Promedio de ratings usuarios del período | X 100 |
| Cant. De reseñas totales del período |

1. **Presencia en Plataformas**
   1. **Crecimiento Presencia**

Una imagen y marca consistentes genera confianza en los consumidores. Esta marca e imagen se perciben en estas plataformas a través de las reseñas de los usuarios. Para ser la primera opción en las recomendaciones de estas plataformas, es clave no solo que las reseñas y calificaciones sean buenas, sino también la cantidad y calidad de la presencia, presencia en línea.

|  |  |
| --- | --- |
| Crecimiento Presencia = | Cant. De reseñas tot. mes – Cant. Reseñas tot. mes ant |
| Cant. De reseñas totales del mes |

* 1. **Cobertura del Negocio**

Hoy día no se está gestionando la presencia de la marca en estas plataformas, una medida de la evolución del resultado del proyecto será el crecimiento de la cobertura de reseñas en la cantidad total de Tiendas del Negocio

|  |  |
| --- | --- |
| Cobertura del Negocio = | Cant. De Tiendas con Reseñas |
| Cant. Total de Tiendas |

1. **Posicionamiento vs. Competencia**
   1. **Participación Mercado**

Un análisis del posicionamiento del Cliente en referencia a la Competencia es muy valioso para la toma de decisiones e implementación de estrategias.

|  |  |
| --- | --- |
| Participación del Mercado = | Cant. De reseñas tot. Walgreens + Duane Reade |
| Cant. De reseñas totales Convenience Store |

* 1. **Percepción de Servicio vs. Competencia**

Un análisis del posicionamiento del Cliente en referencia a la Competencia es muy valioso para la toma de decisiones e implementación de estrategias.

|  |  |
| --- | --- |
| **Percepción de Servicio** = | Cant. De reseñas Positivas Walgreens + Duane Reade |
| Cant. De reseñas totales Positivas Convenience Store |

# Apéndice

## Documentación

* [Información de la Compañía](https://www.walgreensbootsalliance.com/)
* [Encuesta de Reseñas de Consumidores 2024](https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/)
* (Cristhian GDP Analisis)