

*Alpina*



# El futuro es conversacional

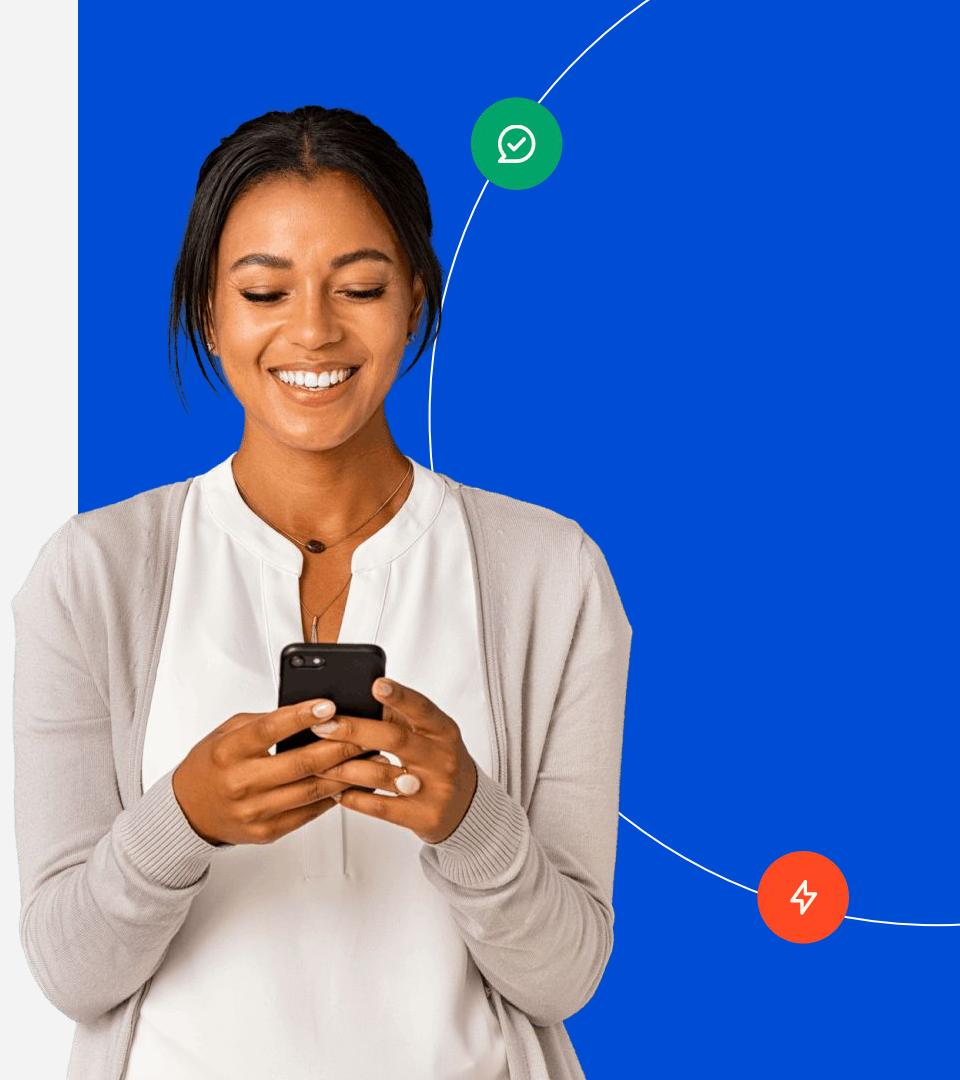


El Comercio conversacional  
consiste en entregar  
**conveniencia, personalización,**  
**y sugerencias**, mientras las  
personas están en movimiento,  
**prestando poca atención.”**



# Agenda →

1. Bienvenida
2. Casos de éxito
3. Deep Commerce
4. Demo Live
5. Taller notificaciones
6. Capacidades de la Plataforma
7. Customer Success



# Casos de éxito

yalo | *alpina*





SUCCESS CASE

# Coca-Cola FEMSA digitaliza más de 1 millón de tienditas en América Latina

a través de Comercio Conversacional con Yalo

**USD 1B**

nuevo negocio vía  
c-commerce

**+60%**

de sus tienditas envían  
frecuentemente  
pedidos a través de  
WhatsApp

**80%**

tasa de conversión  
promedio a través de  
WhatsApp



Testimonio Bruno Juanes



SUCCESS CASE

# Unilever creó un ecosistema digital multicanal que ayuda a los pequeños minoristas a prosperar en el nuevo mundo digital

a través de Comercio Conversacional con Yalo

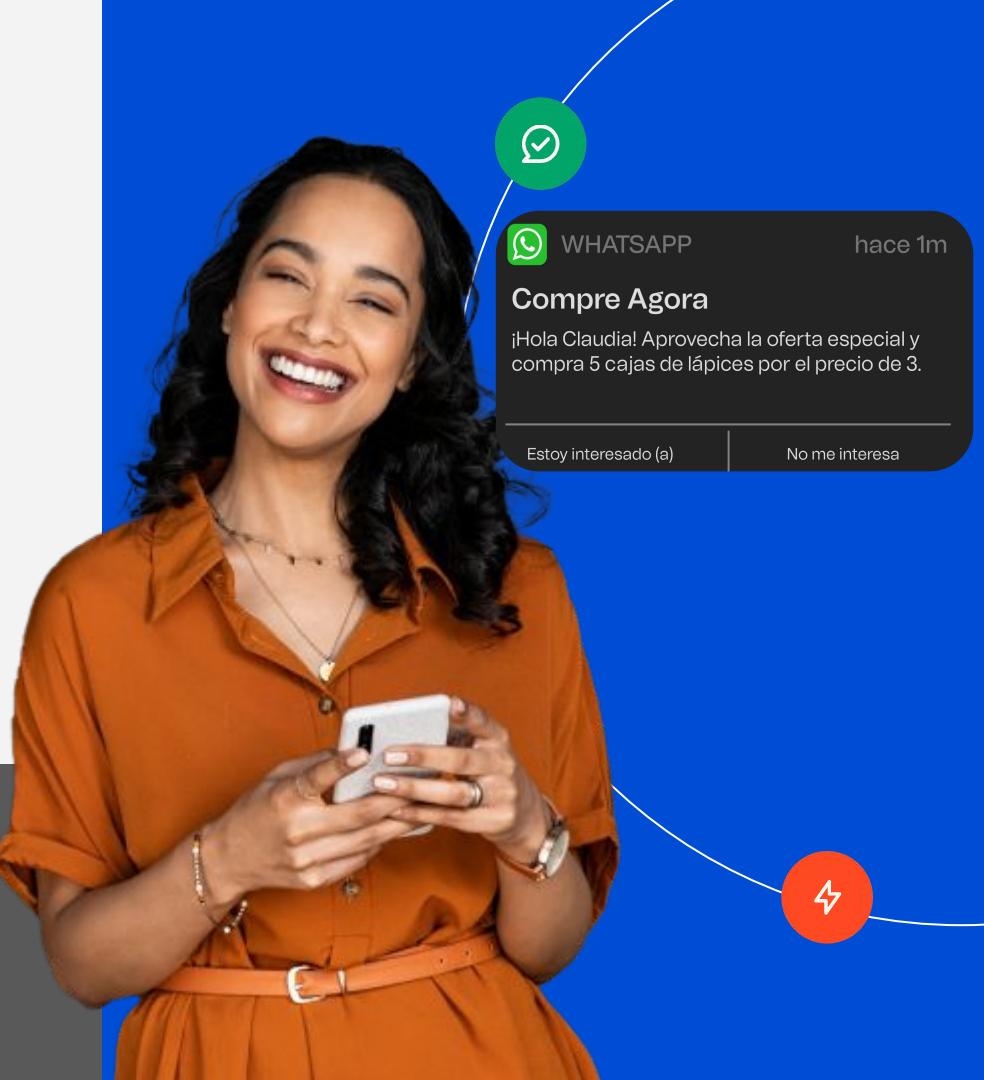
+10M

+400K +7.5K%

reales en ventas a través  
de WhatsApp

tiendas habilitadas en el canal de  
WhatsApp para recibir  
notificaciones con promociones

ROI





SUCCESS CASE

## CBC democratiza la tecnología para más de 50 mil tienditas en América Latina

a través de Comercio Conversacional con Yalo

**4%**

incremento de ventas en tan solo 4 meses

**80%**

tasa de conversión promedio a través de WhatsApp con la experiencia de compra de “un Click”



# Deep Commerce: Nuestra propuesta de valor



# Quiénes somos

Plataforma líder en comercio conversacional en mercados emergentes (LatAm, India, SE Asia)

+500 clientes corporativos

Foco en compañías de consumo masivo (CPG)

Contamos con el respaldo de:



# Vivimos en aplicaciones de mensajería



yalo | *alpina*

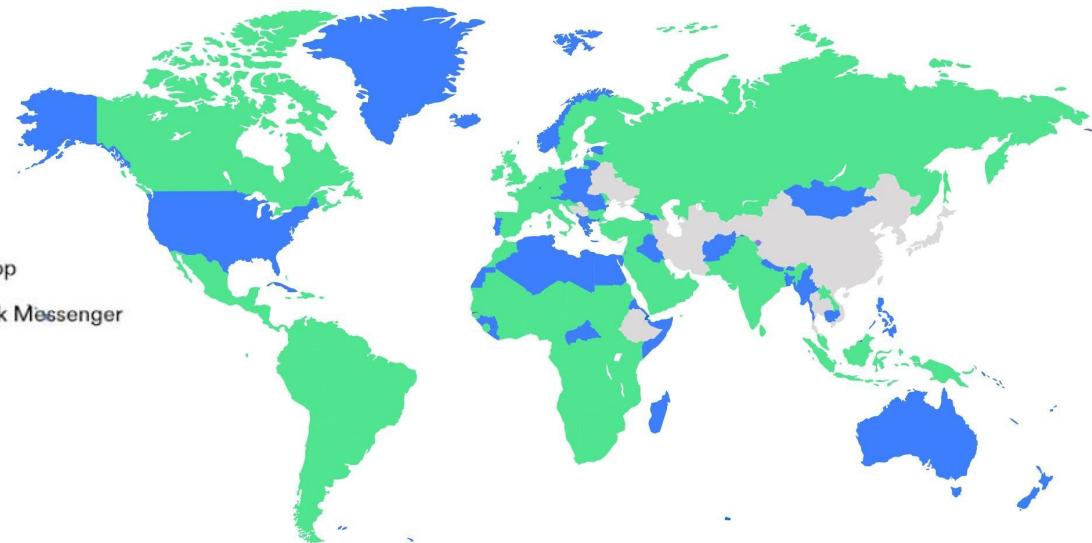


# 84%

Del tiempo que los usuarios  
pasan en su teléfono es  
dentro de las aplicaciones  
de mensajería.



WhatsApp  
Facebook Messenger



# La digitalización del RTM y EB2B constituye un profundo cambio generacional



The background of the slide is the iconic Windows XP desktop wallpaper, featuring a green hillside under a blue sky with white clouds.

# Así es como se ve...

yalo | *alpina*





# Resultando en una falsa disrupción

Los dueños de las tiendas de la esquina no están dispuestos a *cambiar la relación cercana que tienen con los representantes de ventas*, para empezar a utilizar portales web B2B o una aplicación móvil, como sí lo hicieron los consumidores B2C





- **20%** tasa de apertura en las notificaciones de la aplicación
- **26%** abandonó la app después de 1 sesión
- "Más del **70%** de las órdenes puestas en el portal B2B Mondelez, fueron hechas por mi propio representante de ventas, no por el minorista".  
Distribuidor Propietario Mondelez



yaló

alpina



Testimonio Bruno Juanes

**Sin embargo, esta "disrupción"  
pone en riesgo el elemento que  
hizo que los grandes CPG  
dominaran el canal tradicional en  
primer lugar...**





# Buscamos relaciones profundas





Cercano, cálido y cariñoso

Apalancado en la confianza

Familiar y amigable

Términos y necesidades  
del cliente

Centrado en el cliente

Útil y consultivo

Alto grado de personalización

Entendimiento profundo



**Deep Commerce es el antídoto  
contra la "falsa interrupción" que  
permite mantener las relaciones y  
a la vez apalancar la escala del  
internet**

# Deep Commerce

## Conversacional

- Atractivo
- Vernáculo
- Íntimo
- De consulta
- Confiado



## Datos inteligentes

- Contextual
- Relevante
- Predictivo
- Personalizado
- Accionable

CENTRADO EN EL CLIENTE



RELACIONES PROFUNDAS

**yalo**

# Esto es Deep Commerce

El desafío es **aceptar por completo el cambio generacional** del comercio EB2B sin dejar las relaciones profundas. Deep Commerce es la síntesis de ambos mundos.



# Esto es Deep Commerce

El resurgimiento de la relación tradicional entre la CPG y la Tiendita, pero mejorada y profundizada a través de la proximidad de **Conversaciones Reales** apalancadas en el poder de las **Plataformas Inteligentes de Datos.**



**Deep Commerce** es la disruptión y evolución 'real', que mejora las relaciones a través de plataformas inteligentes de datos y conversacionales.



## Comercio Tradicional

Transaccional + consultivo  
El representante de ventas toma pedidos y asesora

Relacional  
El representante de ventas genera confianza y relaciones próximas

Limitado  
Menos eficiente, menos escalable, esporádico, descontinuado



## Comercio Transaccional

Transaccional y eficiente (para la industria)  
Enfocado en tomas de órdenes digitales  
No escucha.

Impersonal  
Estandarizado, distante, desconocido, relaciones menos próximas

Escalable  
Eficiente, siempre en tiempo real, rentable.



## Deep Commerce

Fortalece vínculo y es conducido por el valor Relevante, de consulta, predictivo y concentrado en valor.

Altamente personalizado y centrado en el cliente  
Íntimo, vernáculo, espontáneo, relacional y centrado en la conveniencia de los minoristas

Sin Límites  
Eficiente, siempre activo, escalable, pero personalizado, y extremadamente accionable.

REPRESENTANTES DE VENTAS  
+ SISTEMAS DE REGISTROS

PORTALES WEB / APPS  
+ PLATAFORMAS DE DATOS DE CLIENTES

CONVERSACIONAL  
+ PLATAFORMAS DE DATOS INTELIGENTES

## Quiénes ya han implementado una estrategia de Deep Commerce están teniendo grandes resultados

**22%**

Aumento en la venta promedio  
(ticket \* frecuencia)

**+2.3M**

Tiendas activas utilizando la  
tecnología de Yalo

**+300%**

ROI promedio de nuestros  
clientes

# Demo Live



yalo | *alpina*



# Sonia →

Sonia es una joven preventista de Alpina.

Diariamente visita entre 25 y 30 negocios en Bogotá.

Le agrada mucho su trabajo, pero frecuentemente siente que le falta tiempo para apoyar como ella quisiera a sus clientes.



# Rosa →

Doña Rosa tiene una tienda en Bogotá.

Su negocio ha sido el sustento principal de su familia por más de 20 años.

Para ella, la gente que visita su negocio son mucho más que clientes.



# José →

Don José tiene una fonda en la Zona T de Bogotá. [Restaurante Don José](#)

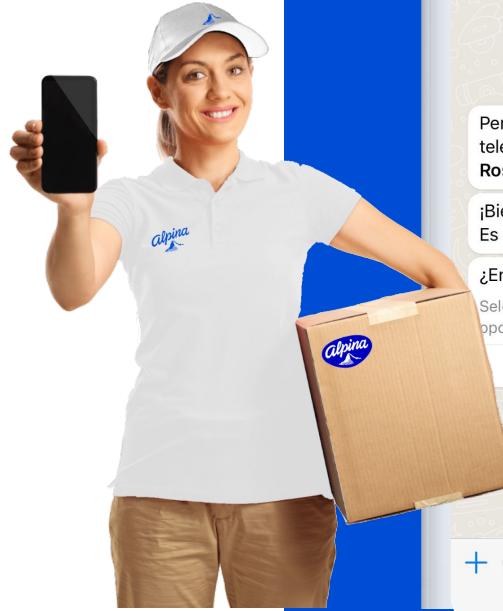
Trabajando duro durante 10 años, su negocio ha ido creciendo poco a poco.

Actualmente tiene 5 empleados y siente mucho orgullo de poder generar empleos en su barrio.



# Activación →

A lo largo de su ruta, Sonia visitó los negocios de doña Rosa y don José. A ambos les agradó la idea de recibir ofertas y hacer sus pedidos por WhatsApp. Sonia se aseguró de que ambos guardaran el contacto de WhatsApp de Alpinet, la asistente virtual de Alpina y de que hicieran una interacción básica.



yalo | alpina



**Juntos, entregamos  
mensajes de valor  
para nuestros  
usuarios →**



Combinando la estrategia para el canal tradicional de **Alpina** con el análisis de información que hace el equipo de **Yalo**, doña Rosa y don José reciben recomendaciones personalizadas.

Veamos algunos ejemplos!

## Tienda Doña Rosa



**# de WhatsApp**  
+52 55 3238 8792

**Código:** Alpina1



## Restaurante Don José



**# de WhatsApp**  
+52 55 3238 8792

**Código:** Apina2





# Notificaciones

yalo | *alpina*



# ¿Qué es una notificación? →

Es un iniciador de conversaciones dentro del canal. Abre una ventana de atención que hay que aprovechar para concretar nuestro objetivo.



# Lineamientos →

Para escribir una notificación atractiva recomendamos tener claridad de:

- **¿Qué mensaje** queremos transmitir? (objetivo)
- **¿Qué esperamos que haga** el tendero?
- **¿Qué va a necesitar** el tendero para hacerlo?



# Lineamientos →

## Ejemplo

- **Objetivo:** Queremos que los usuarios usen el canal y compren por ahí.
- **Análisis Usuario + Acción:** Analizando las métricas del flujo, notamos que muchos usuarios se quedan en el primer paso de la toma de órdenes. Tenemos la hipótesis de que no conocen su número de cliente.
- **Solución:** Incorporamos el número de cliente de cada tienda en las notificaciones que le enviamos.



# Información necesaria →

- ¿Cómo **beneficiará** la notificación al tendero?
- ¿Cómo vamos a **medir el éxito** de la campaña? (KPIs)



# Información necesaria →

## Ejemplo

- **Objetivo:** Dar al usuario una nueva forma de realizar sus pedidos y tips para incrementar sus ventas.
- **KPIs:** a) Notificaciones recibidas y respondidas, b) Conversión a venta, c) Aumento del ticket de compra.





# Componentes de una notificación

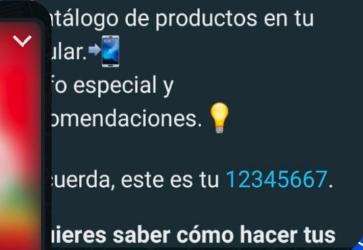
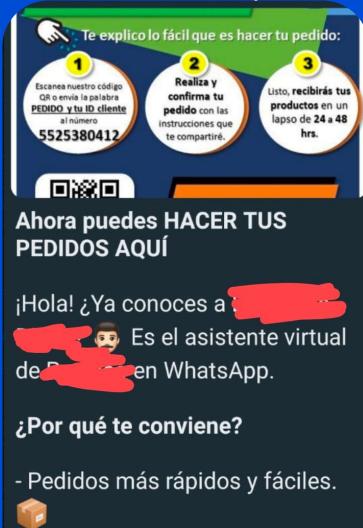
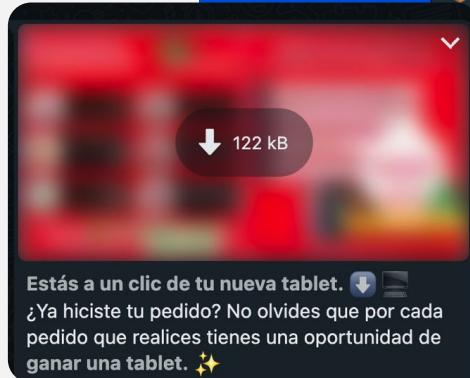
yalo | *alpina*



# Imágenes →

"Una imagen dice más que mil palabras"

- Atractiva y limpia
- Formato: 800px x 800px, menos de 500kb
- No poner la información solamente en la imagen
- La notificación completa no debe exceder el tamaño de la pantalla\*



# Parámetros →

Agregan un factor de **personalización** y re-uso a las plantillas:

- **Ejemplos:** nombres de usuarios/vendedores, fechas de promos, productos, precios, zona, etc.

**Palabras prohibidas:** *promoción, rebaja, descuento, crédito, oferta*



Parámetros para información variable



# Encabezados →

Es el principal contenedor de impacto

- Resume el **beneficio**.
- Es lo primero qué lee el usuario.
- Aparece en la notificación del teléfono.
- Define si el usuario se engancha o no.



# Llamada (CTA) →

Incita a la acción

- Una indicación simple
- No abrumar al usuario con instrucciones



# Opt out Soft Block →

Forma de salir

- Dan la opción al usuario de dejar de recibir notificaciones
- Ayudan a mantener la calidad del canal al prevenir bloqueos duros en WA
- Toma en cuenta las preferencias del usuario



# Botones →

Opciones específicas para el usuario

- Breves pero descriptivos. Evitar **Sí/No**
- Botón positivo a la derecha (última posición)
- Hasta tres opciones: Negativo, Neutro, Positivo
- Escritos en primera persona





# La regla de oro

yalo | *alpina*





La interacción con el canal debe  
ser **simple** y **conveniente** para el  
usuario



# Instrucciones

1. Elige tu producto favorito
2. Diseña tu notificación con las mejores prácticas que te mostramos
3. Usa todos los materiales que quieras

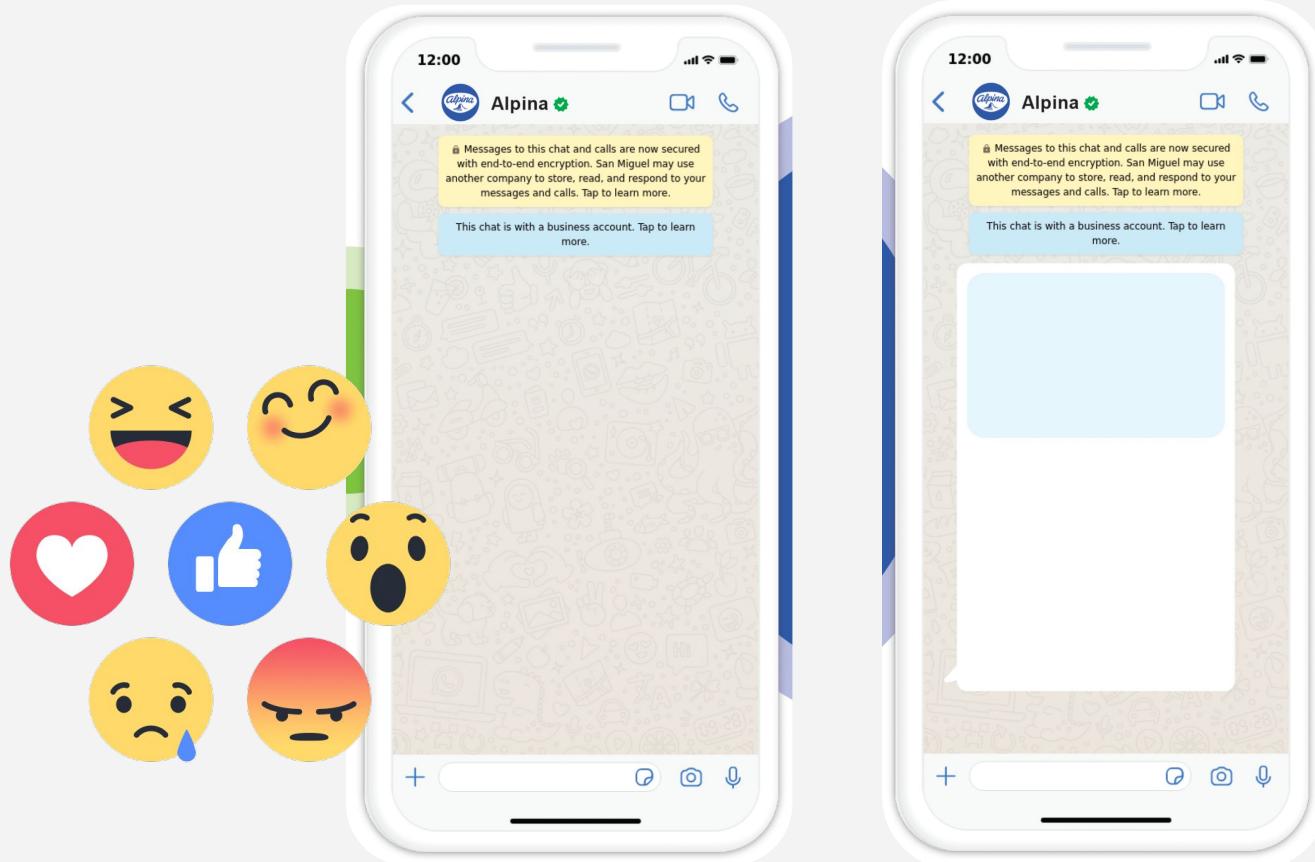




# Crea tu notificación

yalo | *alpina*





yalo

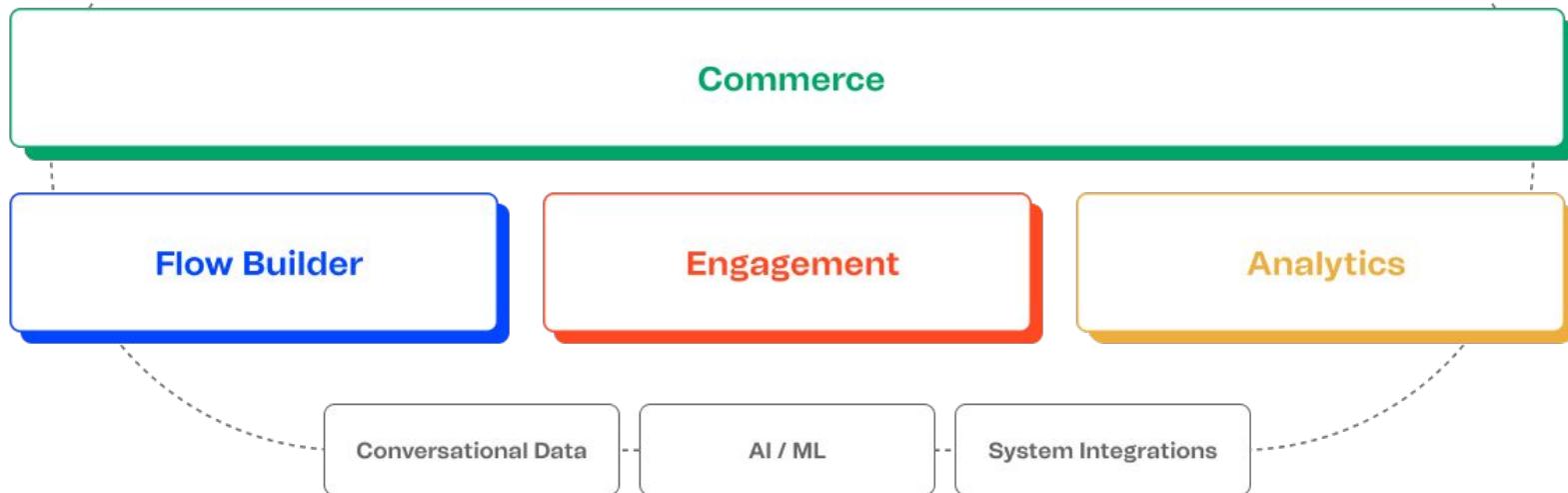


# Capacidades de nuestra plataforma

yalo | *alpina*



# yalo | Studio



# Commerce

## Cree experiencias de compra personalizadas para dispositivos móviles →

Con Commerce, nuestros clientes pueden crear y administrar su tienda optimizada para dispositivos móviles con una solución especialmente diseñada por Yalo para el comercio conversacional B2B

### Motor de comercio propietario

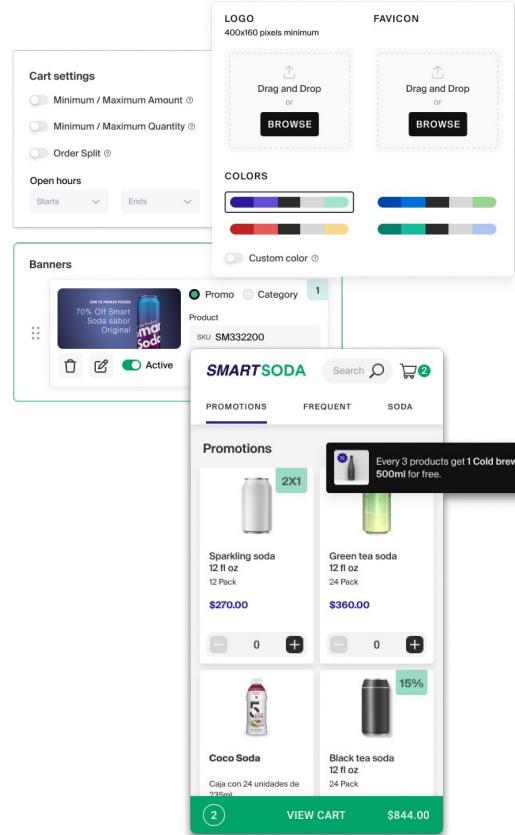
Un back-end integrado que contiene todas las capacidades para configurar rápidamente una tienda y lanzarla.

### Commerce - Storefront

Una interfaz de tienda de comercio visual simple que permite una experiencia de compra amigable.

### Commerce Manager

Una plataforma de autoservicio intuitiva para crear y definir la experiencia de compra del usuario final.

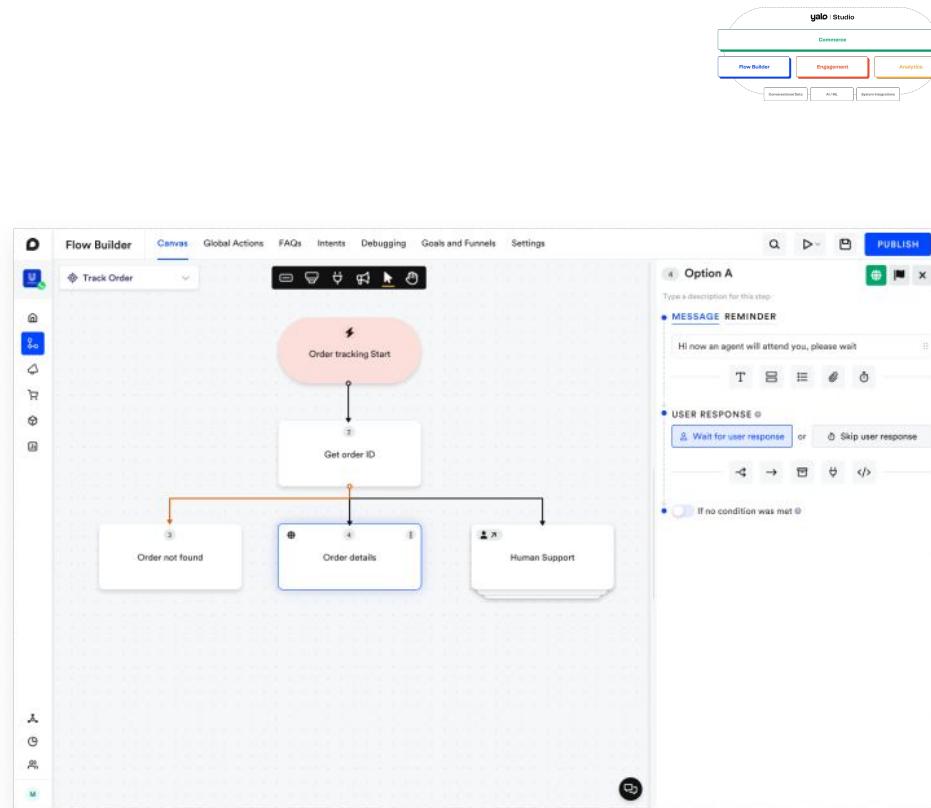


# Flow builder

Crea y automatiza los flujos que recorren tus clientes →

Con Flow Builder, nuestros clientes pueden crear y administrar fácilmente flujos de comercio conversacional en WhatsApp y diseñar las mejores experiencias para sus clientes.

- Auto-creación de flujos
- Plantillas



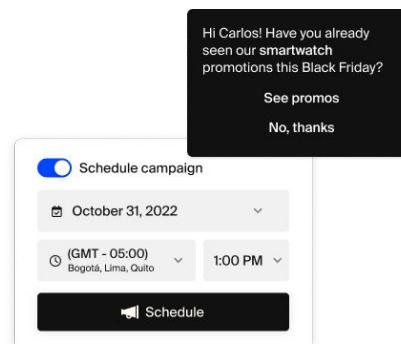
# Engagement Suite

## Llegar y conectar con tus clientes en WhatsApp→

Gracias a Engagement, los clientes de Yalo pueden enviar mensajes personalizados basados en datos que los clientes realmente quieren, en el canal en el que ya están y aumentar las ventas.

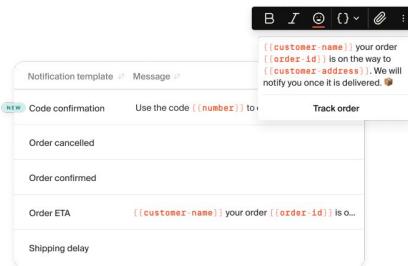
### Campaign Manager

Fácil automatización de campañas para ejecutar campañas de marketing organizadas y planificadas para audiencias específicas.



### Messaging templates

Conversational best practices packaged that maximize customer open rates and engagement



# Analytics

**Aumenta las ventas,  
toma decisiones con  
datos al momento. →**

Gracias a Analytics, la analítica  
conversacional de Yalo.

## Yalo Dashboards

A self service easy to use platform to build and define end user buying experience.



## Conversational Analytics

Summarizes overall channel performance and measures customers' engagement.

## B2B Specific Analytics

Leverage on Yalo's proven practices and analyzes store adoption, ticket size, topline insurance, among others.





# Notificaciones Deep Commerce

Notificaciones personalizadas para fortalecer la relación con los detallistas en cada etapa de su digitalización.

- Garantiza la relevancia del canal
- Independiente del medio de toma de órdenes
- Mucho más que *order taking*



## Notificaciones Deep Commerce

- Ofertas y promociones segmentadas
- Información y educación para mejorar las ventas del negocio
- Mayor adherencia a sugerencias y mayor fidelidad

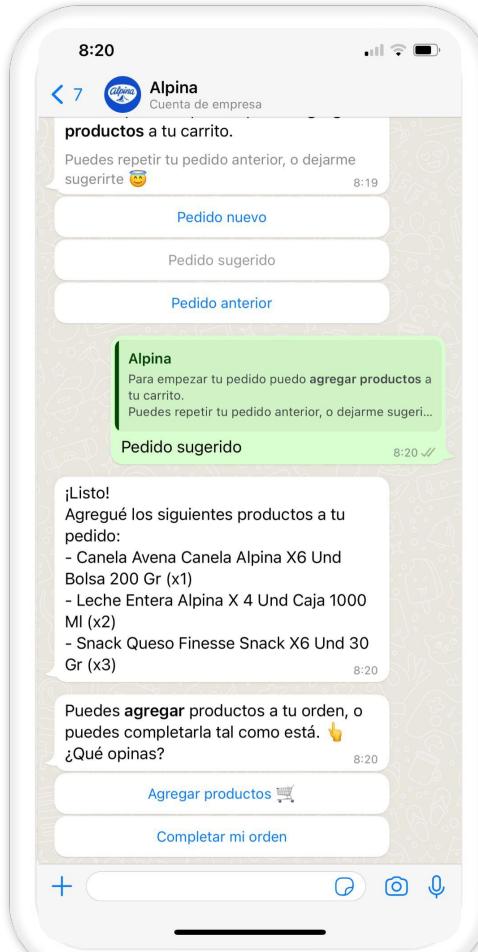
yaló



# Notificaciones Deep Commerce

El camino hacia un comercio centrado en el cliente, predictivo, contextual y relevante

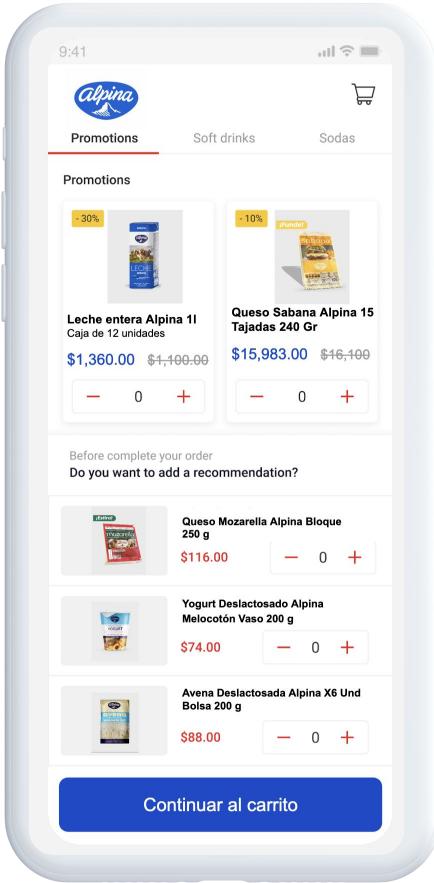
yaló



## Pedido sugerido

Permite determinar una mezcla de productos que será sugerida a los tenderos. El negocio puede decidir aceptar la sugerencia, modificarla, o hacer una orden distinta.

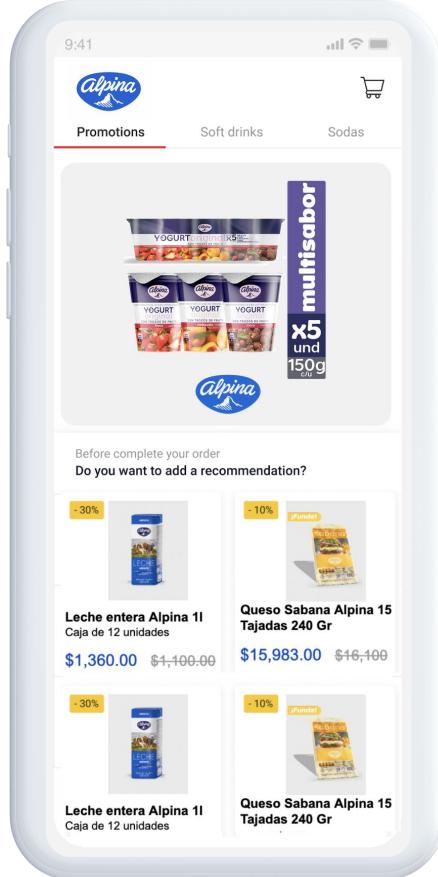
En general, las opciones que pre-llenan el carrito de compras contribuyen a mejorar el tamaño/frecuencia de los pedidos.



## Productos Recomendados

Presenta a los usuarios una selección de productos relacionados a un producto en particular o a su carrito de compra. El cliente puede añadir a su carrito esos productos antes de completar su pedido.

- Incrementa el tamaño de los pedidos
- Mejora el balance de productos manejados por las tiendas



## Promociones, combos y descuentos

Presenta a los usuarios promociones y descuentos tanto en una categoría propia como en un *banner* en el *storefront*.

Los descuentos pueden ser:

- Combos (SKUs virtuales)
- Productos con descuento

Incrementa las ventas y el volumen promedio de los pedidos.



## Carrito abandonado

Permite crear y enviar notificaciones a los tenderos que iniciaron una orden, pero que no la han completado.

- Incrementa la tasa de conversión
- Mantiene la cadencia de los pedidos esperados



## Quiero ser cliente

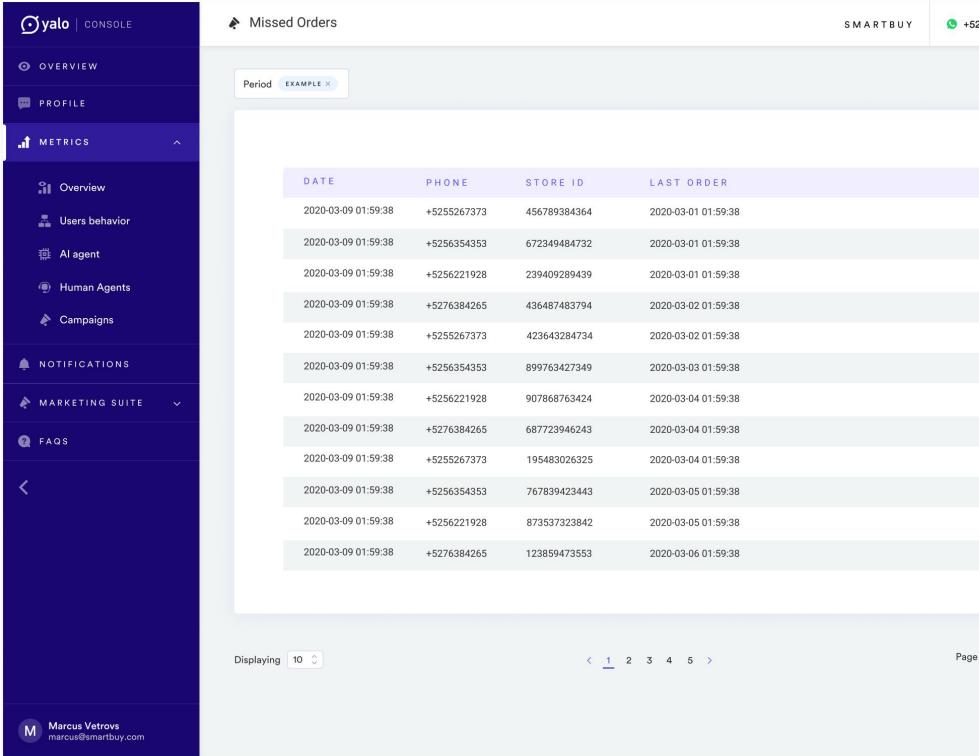
Permite que nuevos clientes se registren por medio de WhatsApp y puedan luego ser contactados por Alpina para terminar su proceso y puedan comenzar a usar el canal.

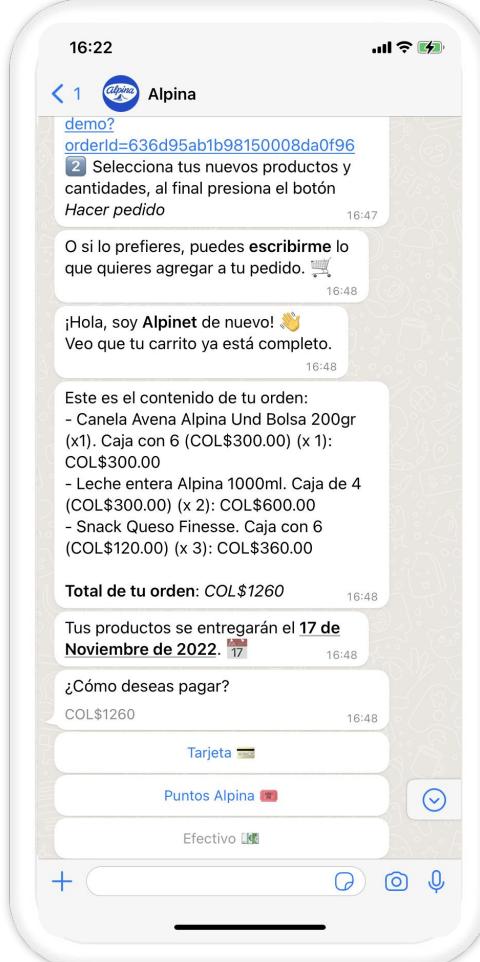
- Incrementa la venta de productos al aumentar el universo de clientes
- Disminuye costos al optimizar la productividad del equipo que registra nuevos negocios

# Alerta de órdenes faltantes

Notifica cuando una orden esperada no fue realizada por un detallista el día habitual, permitiendo contactar al cliente y asegurar que su orden se realice.

\*Disponible en el primer semestre de 2023





## Opciones de pago

Permite a los tenderos pagar sus pedidos utilizando su opción de pago preferida. Por ejemplo, tarjeta, puntos de lealtad o crédito.

- Incrementa la tasa de conversión/ticket promedio
- Reduce la ocurrencia de pedidos pequeños por falta de liquidez inmediata

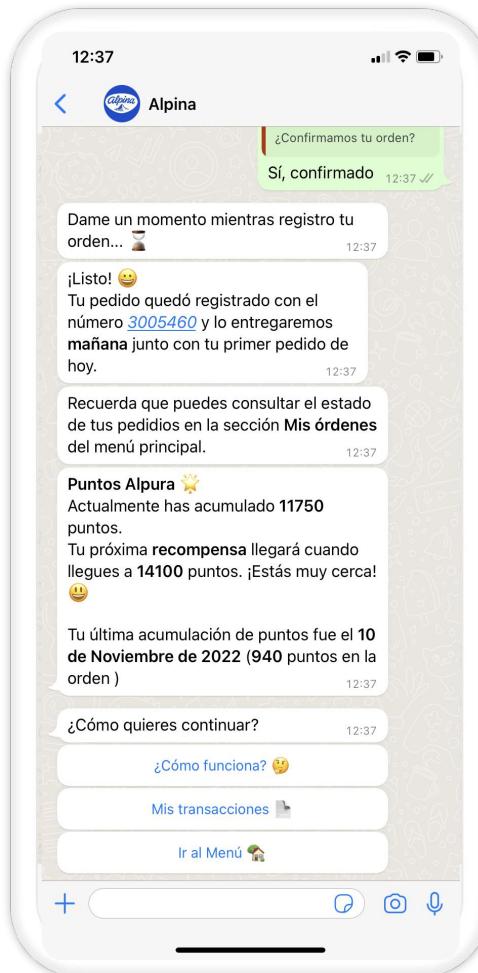


## Recordatorio de pedidos

Permitirá a Alpina crear y enviar notificaciones automatizadas para recordarle a los tenderos hacer sus pedidos.

- Incrementa las tasas de conversión y retención.

\*Disponible en el primer semestre de 2023



## Lealtad, acumula puntos

Ofrece una opción en el menú conversacional para que los usuarios finales consulten su saldo en el programa de lealtad en términos de:

- Puntos
- Cashback



## Flujos de servicio

Permite a los clientes crear solicitudes de servicio (facturas, enfriadores, mobiliario, etc.) y darles seguimiento por medio de WhatsApp.

- Incrementa la satisfacción y lealtad de los clientes
- Disminuye el costo de servir
- Se obtiene retroalimentación en tiempo real de los clientes



## One Touch Buy

Permite complementar un pedido ya realizado, o bien, introducir un nuevo día de visita para los negocios.

- Ayuda a realizar el potencial de los clientes
- Mejora universo de productos manejados por las tiendas
- Se presta para introducir innovaciones

# Roadmap y priorización

Construyendo el futuro juntos →←

Taller de ideación 01

# Customer Success

# Camino al éxito del comercio conversacional

---

Para lograr un **lanzamiento y una ejecución exitosa** del canal de comercio conversacional, trabajamos juntos para

1. Asegurar una implementación exitosa y un Go-To-Market estratégico que **aumente la adopción y uso** del canal
2. Desarrollar **mejoras continuas** que maximicen los resultados



# ¿Cómo lo lograremos?

---

Con un **equipo dedicado y especializado** que brinda la atención y orientación estratégica necesaria a lo largo de todo el camino del comercio conversacional.



# Equipo asignado

---

## Customer Success

Tus asesores estratégicos que te apoyaran a que alcances tus objetivos.

## Growth

Aseguran la implementación de deep commerce.

## Ventas

Contacto comercial.



# Programa de Customer Success

Tu CSM acompañará a tu equipo a través de un programa estratégico y un proceso continuo de crecimiento.

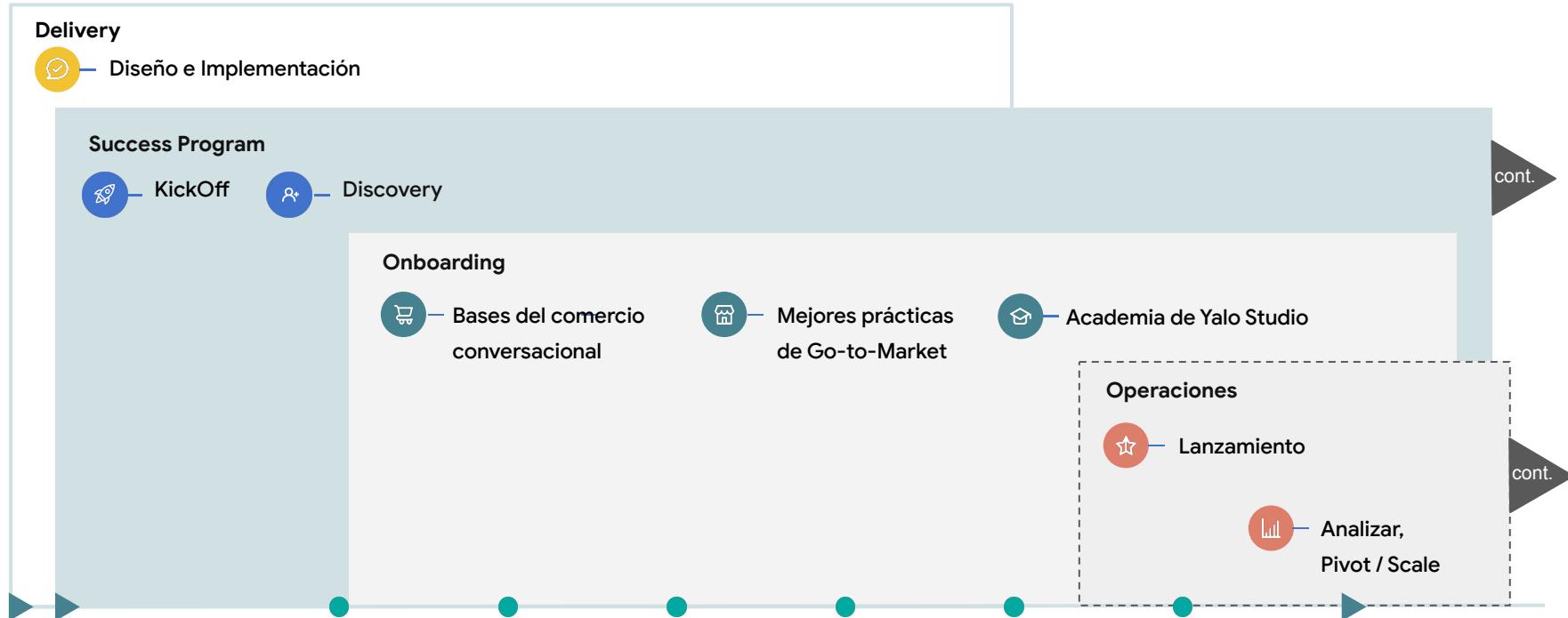


## ONGOING

Llamadas quincenales, Check-ins, Seguimiento al Success plan, Actualizaciones de producto, Seguimiento a KPI tracking

# El camino al éxito

Una vez se alcance el 80% de la implementación, inicia el Onboarding y el proceso de Operaciones.



# Nuestra fórmula de éxito



# Pilares de éxito

Digitaliza, conecta y positiva



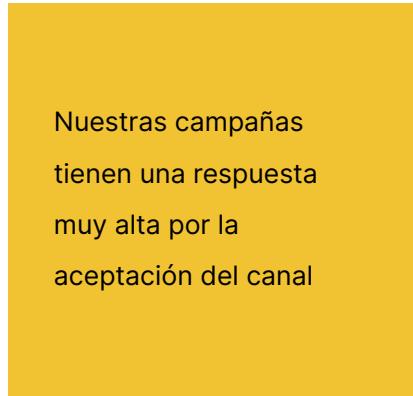
**Digitaliza**  
tus clientes



**Conecta**  
con ellos



**Positiva**  
tus productos



\* The increase in your customers impacted by a campaign

# Conversational Commerce Go To Market

Primero caminamos, luego corremos; primero te digitalizas tú y tus clientes, luego incrementamos ventas.



Digitaliza tu negocio



Onboarding



Construye confianza



Transformación Digital



Incrementa tus ventas

Focus

- Desarrollo de canal conversacional

- Educación de las mejores prácticas para el éxito del canal

- Entrenamiento FDV
- Registro de tiendas
- Trade Marketing Digital

- Digitalización tendero
- Frecuencia digital

- Recomendaciones personalizadas y predictivas

KPIs

- Entrega de flujos
- Web view

- Conocimiento del equipo
- Desarrollo de estrategias

- Registros
- Engagement
- Positivación

- Órdenes digitales
- Recompra
- Engagement

- Uplift en ventas

Teams Yalo

Sales Delivery

Customer Success  
Customer Accelerator

Customer Success  
Customer Accelerator Operations

Customer Success  
Operations

Customer Success  
Operations

# Qué necesitas...

Para alcanzar el éxito



**Escoge tiendas** con altas ventas y abiertas al cambio (mayor fit) y de segmentos diversos.



Entrena a **tu fuerza de ventas**; dales un beneficio y visibilidad; y prioriza el change management.



Transforma tus **estrategias de trade marketing** para que sean omnicanal y alinea tus operaciones.

# Yalo engagement engine

Traducimos tus focos comerciales en audiencias y mensajes inteligentes, personalizados y relevantes

1. Compartes con Yalo tus objetivos de venta y prioridades del canal



4. Medimos resultados y alimentamos el engine



2. Nuestro engine prepara audiencias y mensajes



3. Enviamos campañas el día de visita

# Métricas y Seguimiento

Facilitamos la visibilidad y seguimiento online de tu activación y tus campañas (engagement y positivación)



## Registro

Seguimiento de sus objetivos de registro. Ten el detalle por centro de distribución, supervisor y vendedor.



## Engagement

Determina qué tácticas obtienen mejores resultados con tus campañas.



## Uplift

Mide el impacto que generan tus campañas en awareness y/o incremento en ventas.

# Backup charts

# Digitalizar al RTM de traditional trade paso a paso

## Proceso de Deep Commerce

### Activación



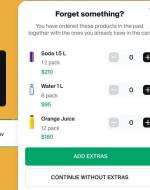
- ✓ Activación de PdV
- ✓ Trade Marketing Digital y servicios

### Transformación



- Flujos de compra asistida
- Pedido digital

### Predictive commerce



- ◆ Deep predictive commerce

#### Nota importante:

Establecer la relación digital con el tendero debe de ser el primer paso para ganar la confianza y empujar una mejor ejecución y un incremento en ventas.

**En resumen, el proceso permite revolucionar la relación con el trade de forma progresiva y mensurable, en tanto se construye el data lake que nos habilita al deep commerce.**

Perfil de Clientes

N1

Activación

N2

Transformación

N3

Predictive Commerce

Objetivo

Digitalizar el PDV para incrementar lealtad y ejecución (mejor servicio / mejor compra)



Digitalizar el pedido para que compre más fácil (por el canal que quiera). Entender mejor sus hábitos de compra, garantizando su preferencia y construyendo un poderoso data lake.



Utilizando data intelligent platforms, digitalizar completamente la relación para maximizar la venta, crecer la confianza y fidelizar completamente al cliente.

Un comercio totalmente customer centric, personalizado, predictivo; contextual y relevante.

**yalo**

## El proceso de digitalización y relación digital con el tendero genera mejores resultados si se realiza en etapas de complejidad incrementalas



## Cómo lo mediremos?

Objetivo: 100% de las tiendas con contacto digital e incremento en venta media de + 5% a 8%

KPI's	<ol style="list-style-type: none"><li>1. % de Afiliación</li><li>2. Open rate y Response rate</li><li>3. Δ de conversión (in vs. out)</li><li>4. Δ de venta (in vs. out)</li><li>5. Curva progresiva de ramp up de pedidos digitales.</li></ol>	<p>KPI's están alineados al:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) % de afiliación y adopción.</li><li>b) al impacto mensurable de las notificaciones y su conversión hacia la venta incremental de las promociones y productos comunicados.</li><li>c) % de early adoption de proporción de pedidos digitales y GMV.</li></ul>
 Equipo	<ul style="list-style-type: none"><li>● Apoyo del cliente (champion, agenda e incentivos)</li><li>● Célula de operación Yalo</li><li>● Customer Success Yalo</li><li>● Trade marketing cliente.</li></ul>	Para esta fase no se requieren sistemas del lado del cliente. Solo el envío de los archivos planos. La clave está en el apoyo de trade marketing, la definición de la oferta comercial y los sistemas de Yalo para brindar información y data de medición y control. El equipo de Yalo Operations ejecuta con el cliente la programación, ejecución y recolección de datos de las campañas generadas.
 Actividades	<ul style="list-style-type: none"><li>● Registro de tiendas.</li><li>● CRM, ofertas y notificaciones promocionales</li><li>● Servicio al cliente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Que se necesita?<ul style="list-style-type: none"><li>○ Roll out de activacion</li><li>○ Contenido promocional y oferta comercial</li><li>○ Area de servicio y asistencia al cliente</li></ul></li></ul>

## Cómo lo medimos? → Fase 2 Transformación

Objetivo: 20% de las ventas en digital y 80% influenciadas por digital

KPI's	<ol style="list-style-type: none"><li>1. N1 +</li><li>2. Conversión de pedido</li><li>3. Volumen/pedido/mes</li><li>4. Ticket/pedido/mes + GMV</li><li>5. NPS</li></ol>	<p>El enfoque de los KPI's esta en la adopción del pedido digital y el feedback de los tenderos. ¿Cómo podemos facilitar el pedido? Es importante identificar la influencia del pedido digital en el volumen y recurrencia de pedidos del tendero, aplicando de forma constante la estrategia de afiliación de forma integral.</p>
Equipo	<ul style="list-style-type: none"><li>● N1 +</li></ul> <p>Para el Scale Up:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● TI Cliente/Distribuidores</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Equipo de TI para la construcción de la integración progresiva de sistemas a la hora del scale up.</li><li>● Equipo de data analytics para entender el comportamiento de los tenderos y anticipar las necesidades</li></ul>
Actividades	<ul style="list-style-type: none"><li>● Visibilidad de oferta comercial</li><li>● Tracking de servicios</li><li>● Soporte y educación de la herramienta</li><li>● Análisis de data sobre comportamiento de compra</li></ul>	<p>Para el scale up:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Desarrollar e integrar el motor de precios.</li><li>● Integrar CRM y sistemas de solicitudes y servicio</li><li>● Integrar a SAC de forma omnicanal</li><li>● Estructurar las fuentes de información que alimentan el data lake para el Deep Commerce.</li></ul>

## Cómo lo Medimos → Fase 3 Deep Commerce

Objetivo: 90% de las ventas de las tiendas en esta fase pasan en digital

KPI's	<ol style="list-style-type: none"><li>1. N2 +</li><li>2. Mejora positivación y cobertura</li><li>3. Mejora de Mix + MSL</li><li>4. Lines x Ticket &amp; Lines x Client</li><li>5. Incremento % asertividad de pedido sugerido</li></ol>	Los KPI's enfocan al equipo en el sellout, incrementando las actividades Pull. ¿Cómo le facilitamos la vida al tendero para saber qué comprar? Las medición de las iniciativas comerciales sobre cross-sell y up-sell se enfocan en incrementar la rentabilidad por punto de venta.
Equipo	<ul style="list-style-type: none"><li>● N2 +</li><li>● SDR a BDR 75%</li><li>● Ingenieros de datos</li><li>● SAC a Topline Protection 100%</li><li>● Células Blue Ocean</li></ul>	El equipo buscará capturar las oportunidades abiertas que genera la relación digital con el tendero. La data y el entendimiento del tendero debe de facilitar la velocidad de penetración de las iniciativas comerciales y de los negocios estratégicos (Blue Oceans)
Actividades	<ul style="list-style-type: none"><li>● Pedido Sugerido</li><li>● P&amp;L x tienda.</li><li>● Up-selling / cross-selling</li><li>● Sell-out</li><li>● Pagos</li><li>● Planes de Lealtad integrados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Data lake con información limpia.</li><li>● Mecanismo de atribución de costos x store para ROI x tienda.</li><li>● Pagos y Creditos</li><li>● Procesos de conciliación con planes de Loyalty para canje de puntos por productos o cash</li><li>● Análisis de aceptación de pedido sugerido</li></ul>

# Playbook para acelerar el registro y la digitalización

→ hacia el +65% de tiendas digitalizadas



EV QR Code WA

## Plan de incentivo a fuerza de Ventas

Rem. variable asociado a registros + ventas digitales a cuota del rep.

## Incentivo de inscripción a la tienda

Combo - descuento asociado

## Materiales y kits de lanzamiento

Ayudaventas, ppt, demo de simulación, listados de tiendas

## Onboarding supervisores de Cedis

Asegurar entendimiento y buy in de los jefes en los Cedis

## Lanzamiento a equipo c/ Cedis en reuniones matinales

Presentación, comunicación de incentivos, simulación y role plays

## Seguimiento y comunicación diario a supervisores y reps

Reporte de Avance, top registrators, wall of shame, soporte



# Thank You