

Alpina



El futuro es conversacional

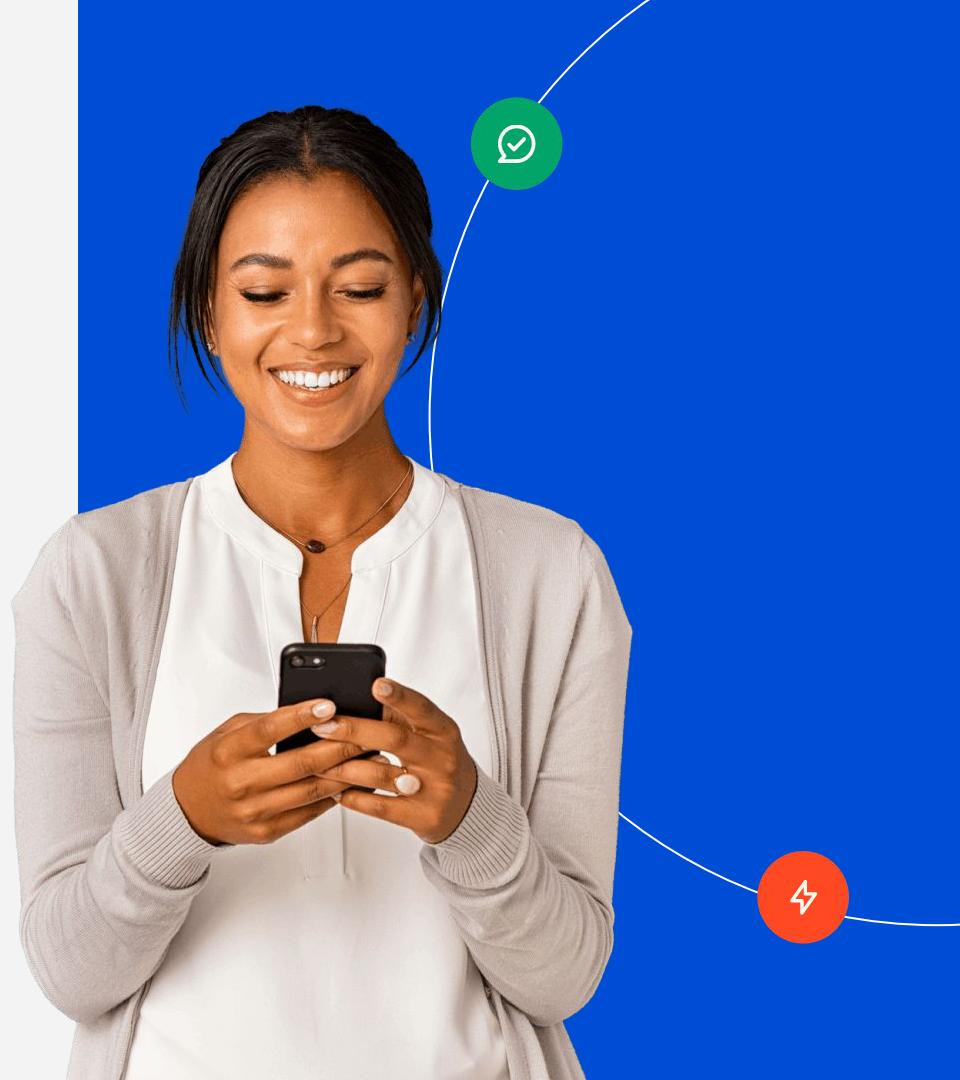


El Comercio conversacional
consiste en entregar
conveniencia, personalización,
y sugerencias, mientras las
personas están en movimiento,
prestando poca atención.”



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

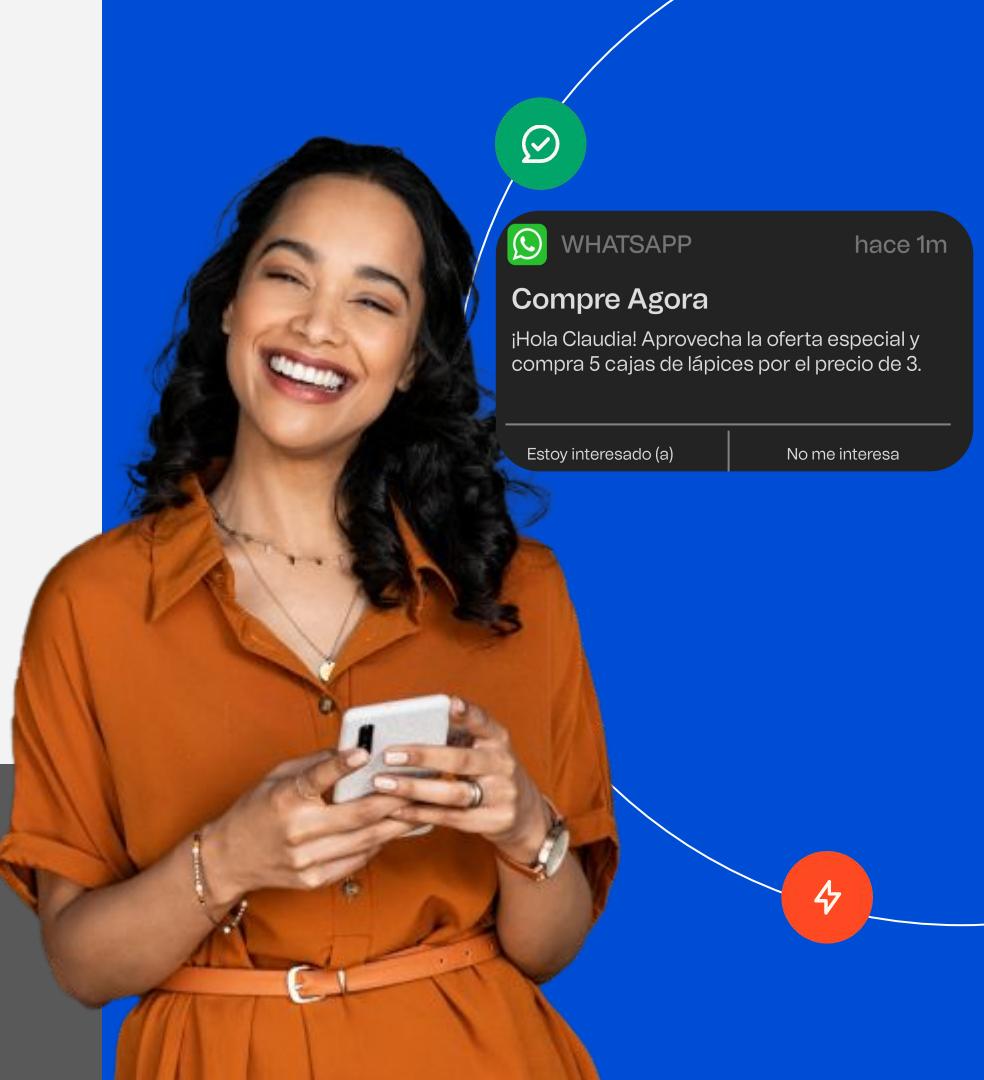
+10M

+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*

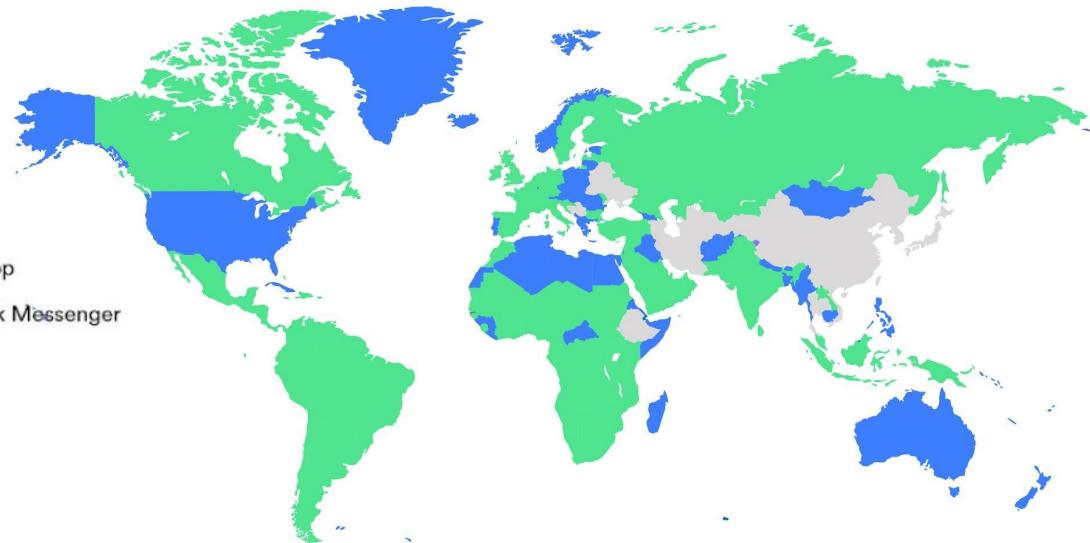


84%

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





Así es como se ve...





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

**Términos y necesidades
del cliente**

Centrado en el cliente

Familiar y amigable

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

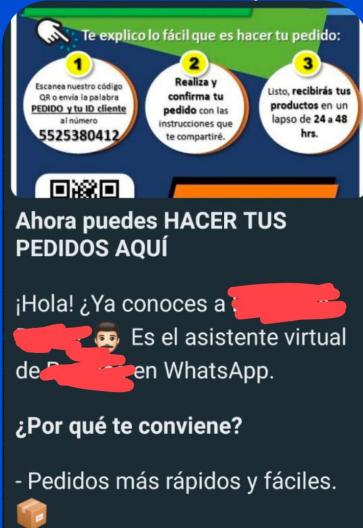
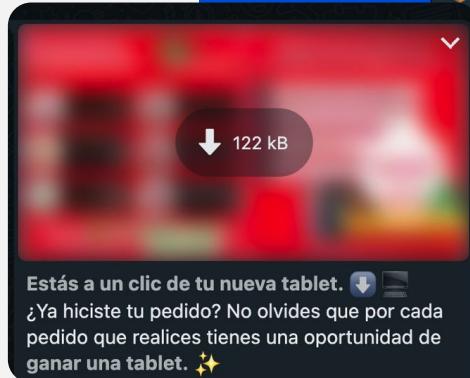
yalo | *alpina*



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

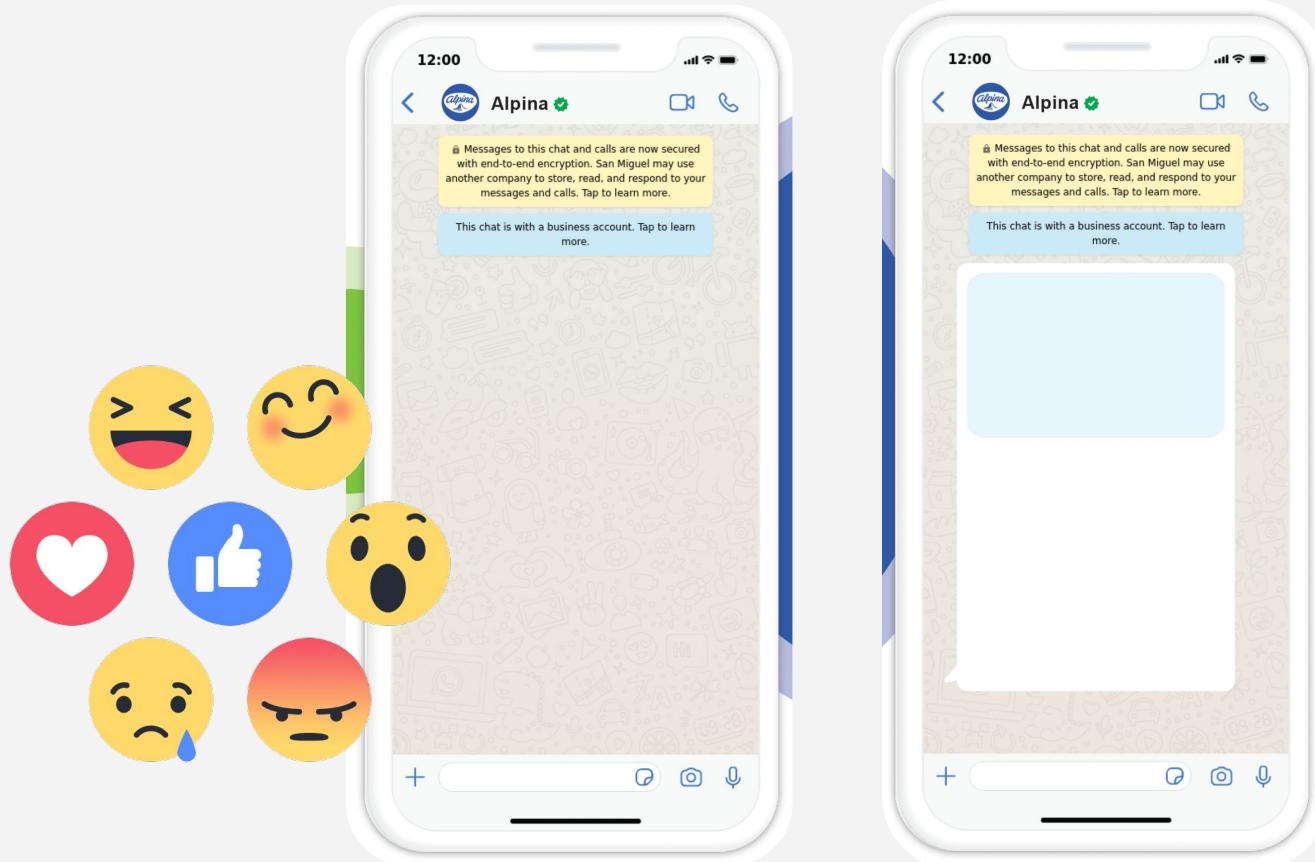




Crea tu notificación

yalo | *alpina*





yalo

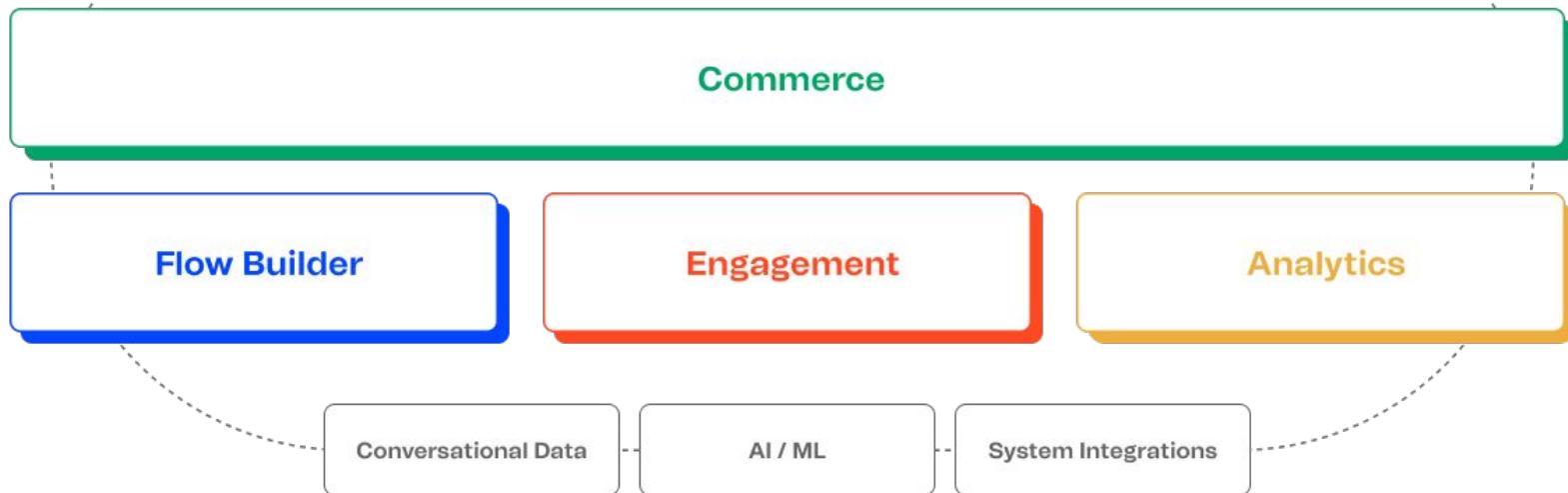


Capacidades de nuestra plataforma

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

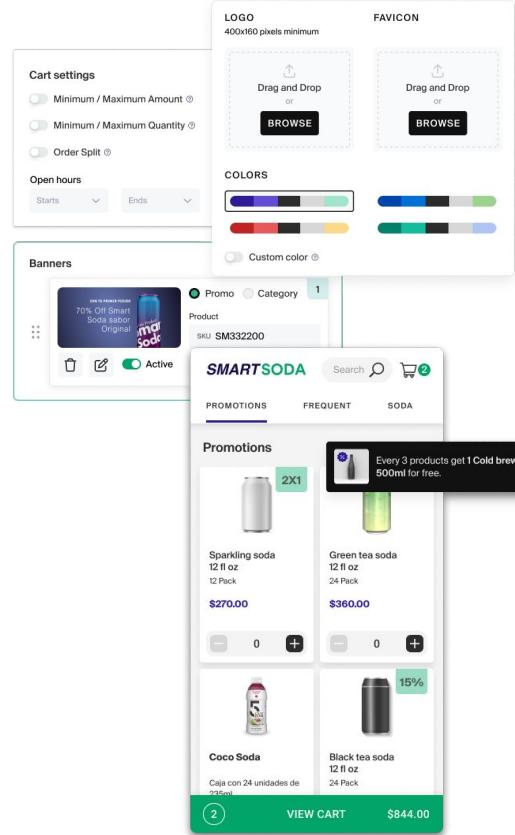
Un back-end integrado que contiene todas las capacidades para configurar rápidamente una tienda y lanzarla.

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.

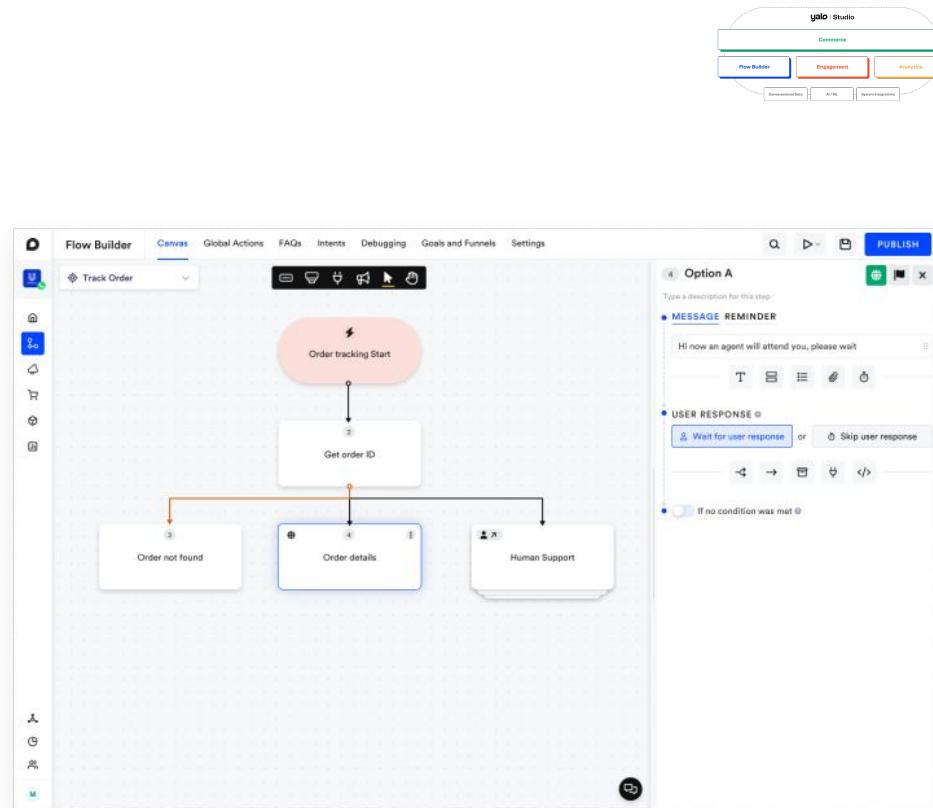


Flow builder

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



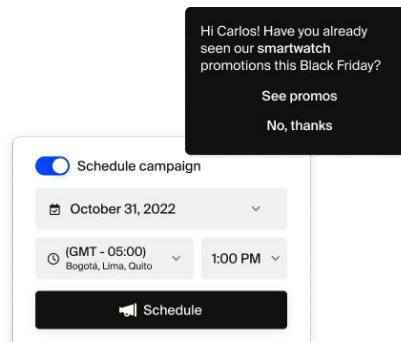
Engagement Suite

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.

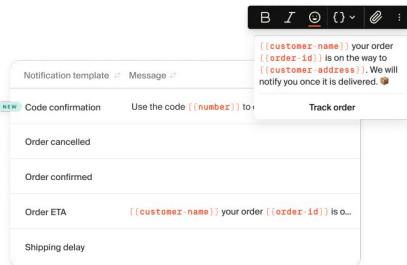
Campaign Manager

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

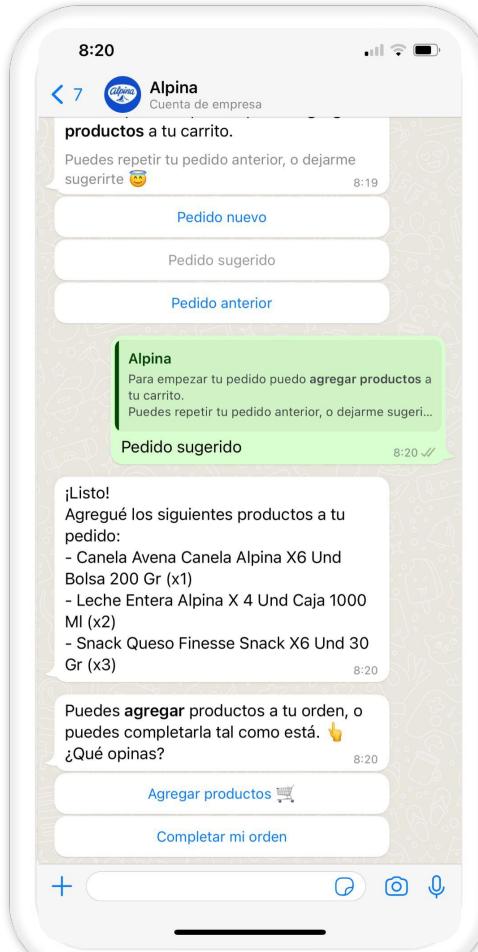
- Ofertas y promociones segmentadas
- Información y educación para mejorar las ventas del negocio
- Mayor adherencia a sugerencias y mayor fidelidad



Notificaciones Deep Commerce

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

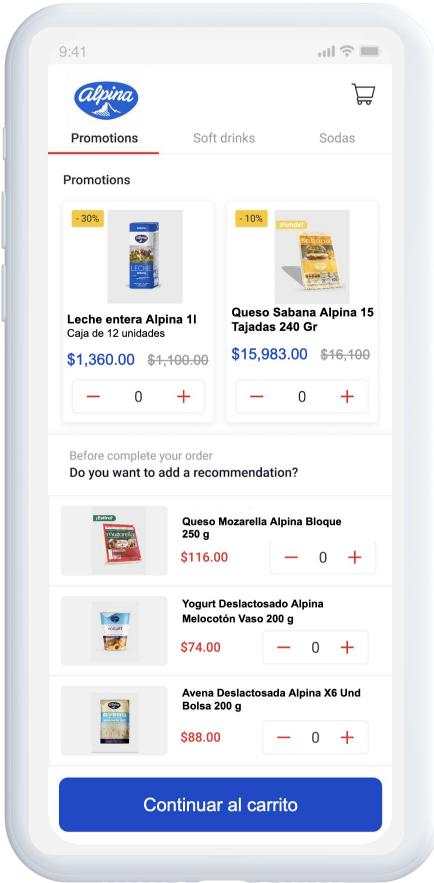
yaló



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.

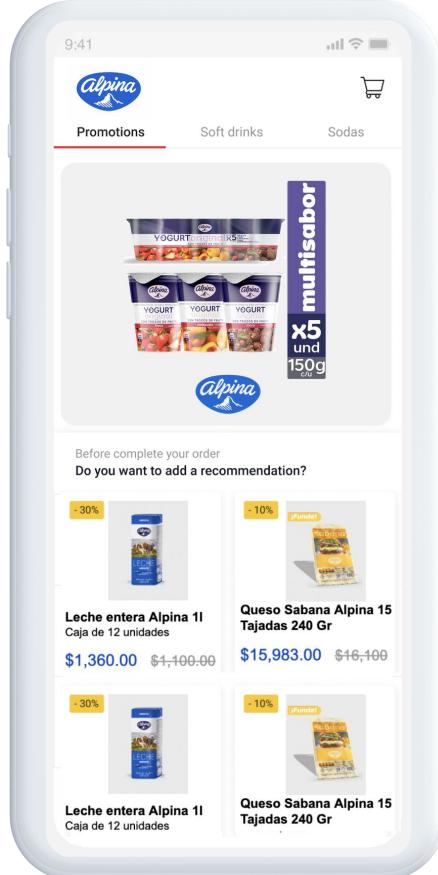
En general, las opciones que pre-llenan el carrito de compras contribuyen a mejorar el tamaño/frecuencia de los pedidos.



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

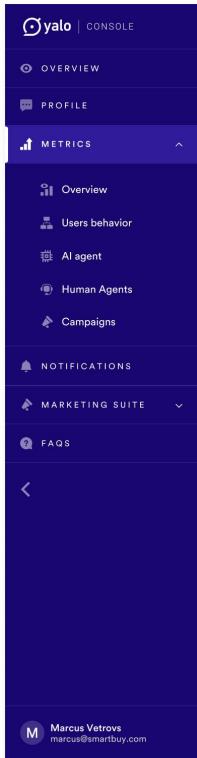
Permite que nuevos clientes se registren por medio de WhatsApp y puedan luego ser contactados por Alpina para terminar su proceso y puedan comenzar a usar el canal.

- 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

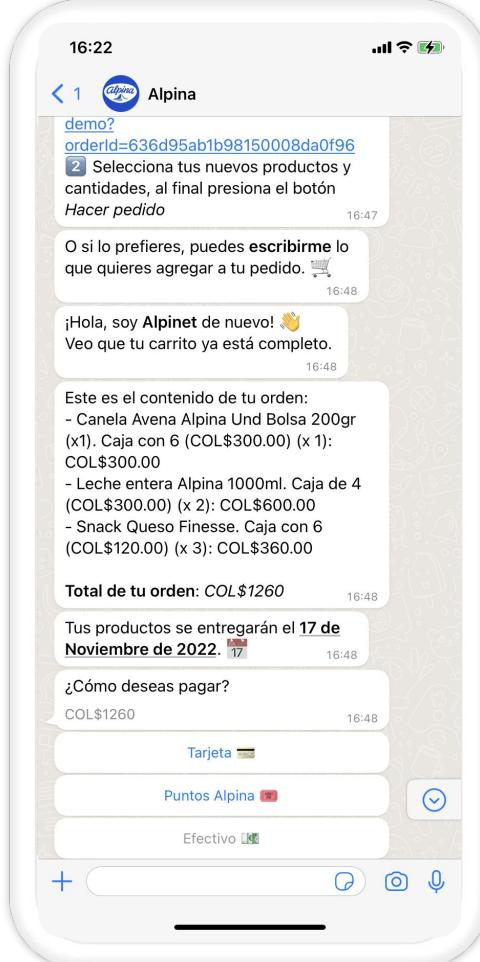


The screenshot shows a report titled "Missed Orders" with a "Period" dropdown set to "EXAMPLE". Below the header, there are four columns: DATE, PHONE, STORE ID, and LAST ORDER. The data is presented in a table with 15 rows, each representing a missed order. The last row shows a total count of 10 orders.

| DATE | PHONE | STORE ID | LAST ORDER |
|---------------------|-------------|--------------|---------------------|
| 2020-03-09 01:59:38 | +5255267373 | 456789384364 | 2020-03-01 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5256354353 | 672349484732 | 2020-03-01 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5256221928 | 239409289439 | 2020-03-01 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5276384265 | 436487483794 | 2020-03-02 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5255267373 | 423643284734 | 2020-03-02 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5256354353 | 899763427349 | 2020-03-03 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5256221928 | 907868763424 | 2020-03-04 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5276384265 | 687723946243 | 2020-03-04 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5255267373 | 195483026325 | 2020-03-04 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5256354353 | 767839423443 | 2020-03-05 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5256221928 | 873537323842 | 2020-03-05 01:59:38 |
| 2020-03-09 01:59:38 | +5276384265 | 123859473553 | 2020-03-06 01:59:38 |

Displaying 10 of 15

< 1 2 3 4 5 >



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

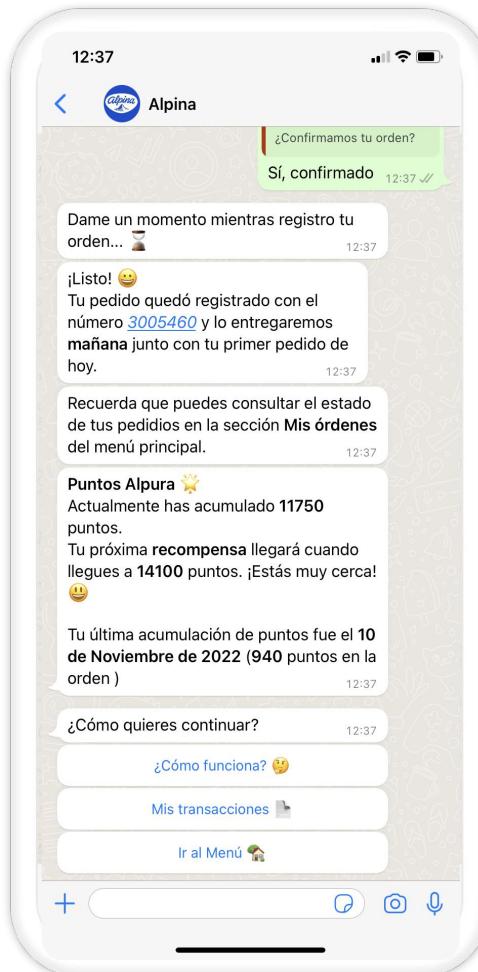


Recordatorio de pedidos

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:

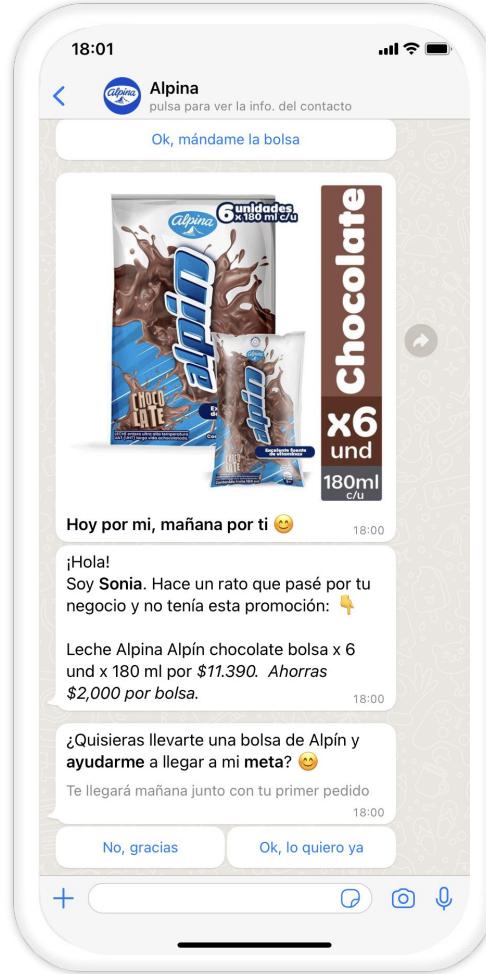
- Puntos
- Cashback



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.

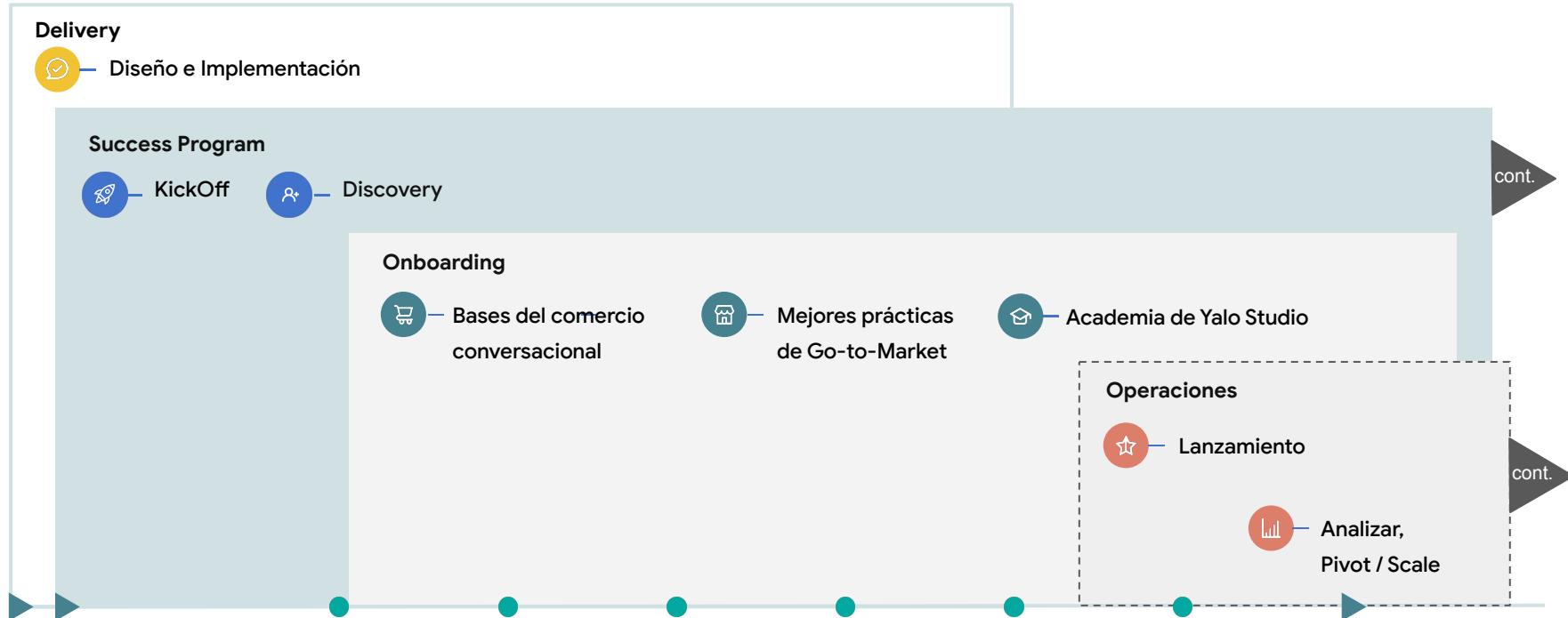


ONGOING

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



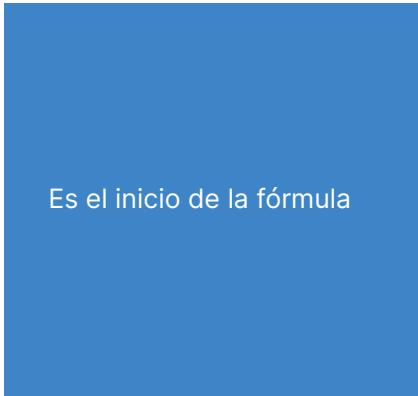
Digitaliza
tus clientes



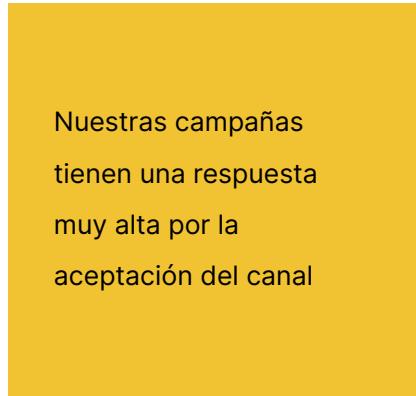
Conecta
con ellos



Positiva
tus productos



Es el inicio de la fórmula



Nuestras campañas
tienen una respuesta
muy alta por la
aceptación del canal



Trade marketing digital
con un buen volumen de
positivación*

* 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.

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.

Thank You