

ASISTENTE DIGITAL

EL COPILOTO DE LOS VENDEDORES
EN LA ERA DIGITAL

Roberto Sánchez y Loreli Lozada

Quiénes somos

Roberto Sánchez

Líder de Ciencia de Datos en Arca Continental

Profesor en el Tec de Monterrey. Tiene una maestría en Ciencias Computacionales por esta misma institución. Posee experiencia en el desarrollo e implementación de soluciones basadas en datos para resolver problemas empresariales complejos.



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL

Quiénes somos

Loreli Lozada

Líder de Traducción de Datos en Arca Continental

Graduada de la carrera de Mercadotecnia en el Tec de Monterrey y acumula varios años de experiencia en la embotelladora en roles relacionados con la Gestión Comercial y la Analítica Avanzada. Además, cuenta con certificaciones en análisis y ciencia de datos.



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



**Advanced
Analytics**

INTRODUCCIÓN A ARCA CONTINENTAL



**Primer
Embotellador
de Coca-Cola en**

MÉXICO

Plantas, vendedores, camiones,
estrategia comercial, etc.



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



**Advanced
Analytics**

Presencia en 5 países en América

VOLÚMEN

13.6 mil millones
LITROS

COLABORADORES

66
MIL

VENTAS

\$208 mil millones
MXN

PUNTOS DE VENTA

+1.6
MILLONES

PLATAS DE PRODUCCIÓN

45

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

345

BCU: Miles de millones de cajas unidad.

Información al cierre del 2022.



DEFINIENDO EL JOURNEY PARA EL ÉXITO DE UN EQUIPO DE ANALÍTICA



Advanced Analytics

NUEVAS NECESIDADES DEL ENTORNO



Nuevos
retos

Digitalización

Un negocio tradicional.

Mercado fragmentado

>50% de ventas de abarrotes en tienditas de la esquina.

¿Ser socio de un tendero?

Retos: Proveedores, Gestión, crédito...



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



**Advanced
Analytics**

CONTEXTO DEL ASISTENTE DIGITAL



Contexto del asistente digital

Nuestra organización se encuentra en un movimiento importante hacia la digitalización total por lo que nuestra FdV enfrenta nuevos retos.

Ecosistema digital



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



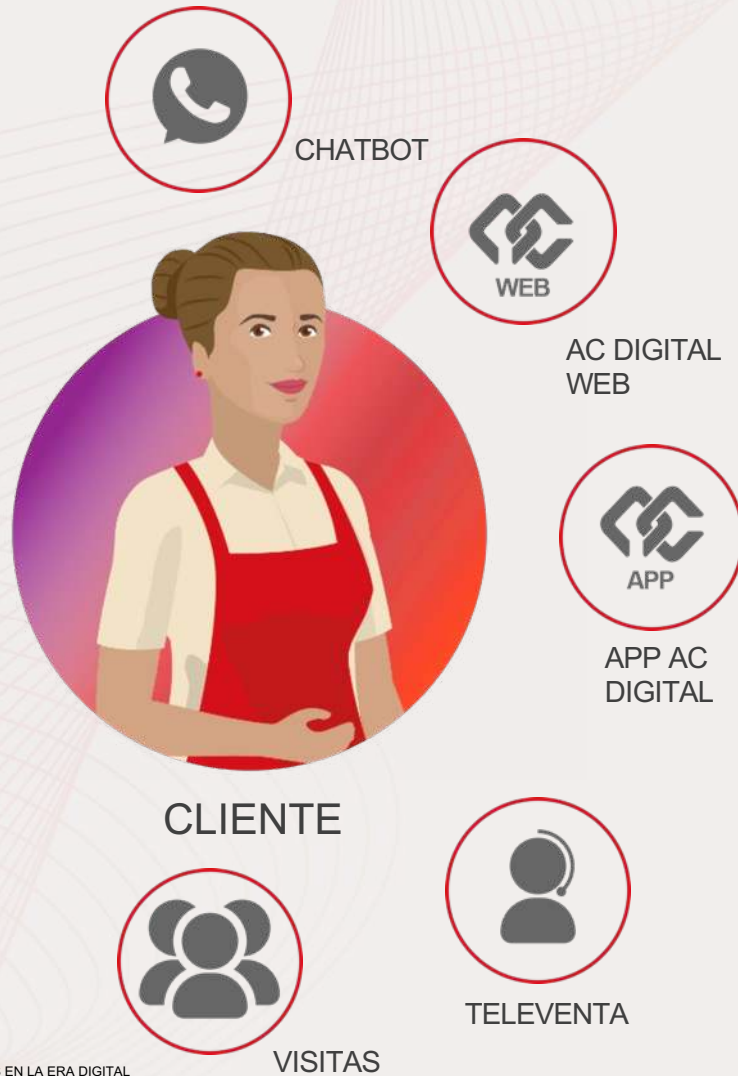
Advanced Analytics

OBJETIVO DEL ASISTENTE DIGITAL



Objetivo del Asistente Digital

En este momento todas las áreas comerciales están trabajando para acelerar la digitalización, crear un omnicanal y fortalecer el canal tradicional.



Asistente fuerza de ventas

Unir todas las fuentes de información para crear accionables

Ofrecer experiencias de cliente personalizadas

Apoyar a la toma de decisiones basadas en datos

Desbloquear oportunidades ocultas



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



Advanced Analytics

PROCESO



Proceso

El Asistente Digital se vuelve la mano derecha de nuestro equipo para acompañarlos en esta Transformación Digital.



El Asistente unirá los diferentes procesos y modelos del Ecosistema para apoyar en todos los aspectos de la jornada comercial, desde capacitación, gestión, venta hasta atención al cliente.

FUERZA DE VENTA DEL FUTURO



¿CÓMO SE VERÍA EL ASISTENTE DE FUERZA DE VENTA EN LA REALIDAD?



Promotor **revisa**
su agenda del día



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL

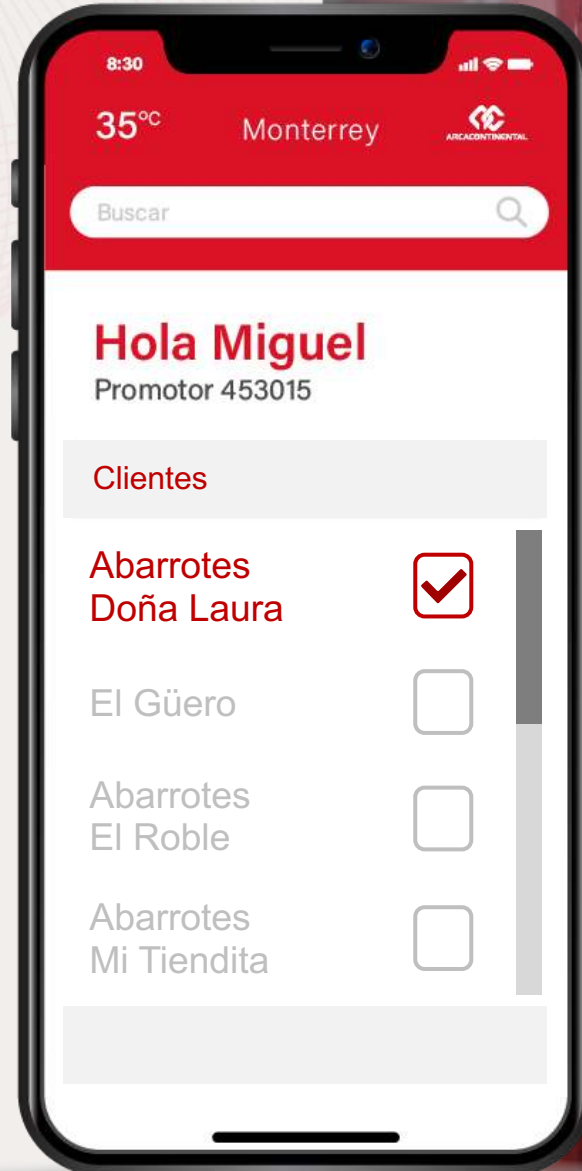


Advanced Analytics

¿CÓMO SE VERÍA EL ASISTENTE DE FUERZA DE VENTA EN LA REALIDAD?



Promotor **llega** con su primer cliente



ABARROTES
"DOÑA LAURA"

Coca-Cola

Coca-Cola



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENDEDORES EN LA ERA DIGITAL

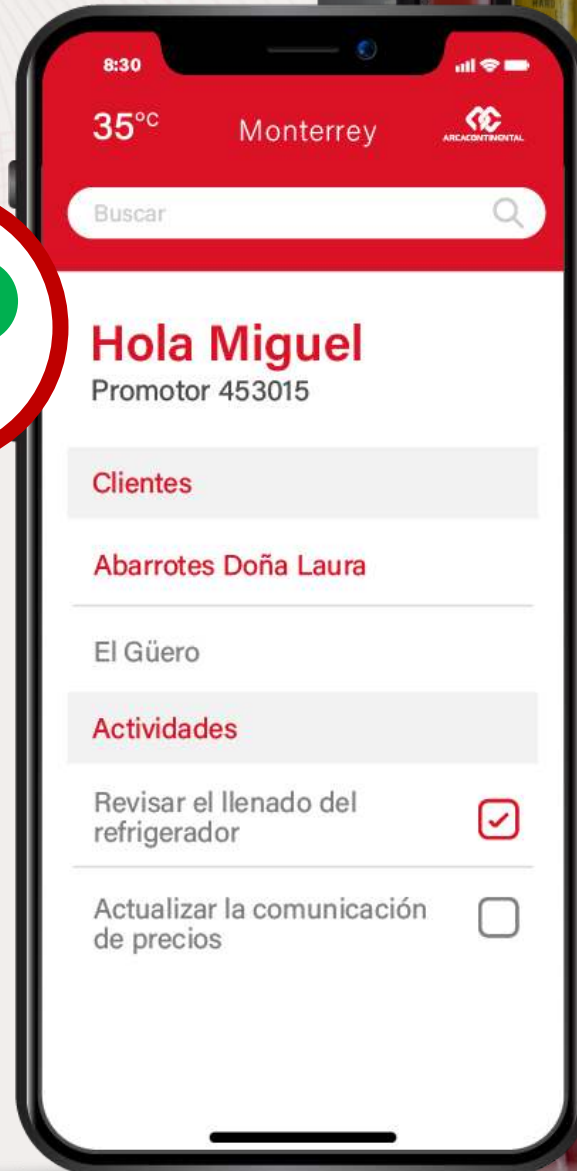


Advanced Analytics

¿CÓMO SE VERÍA EL ASISTENTE DE FUERZA DE VENTA EN LA REALIDAD?



Miguel, en este Cliente; Abarrotes Doña Laura tienes que **asegurar el llenado del refrigerador**

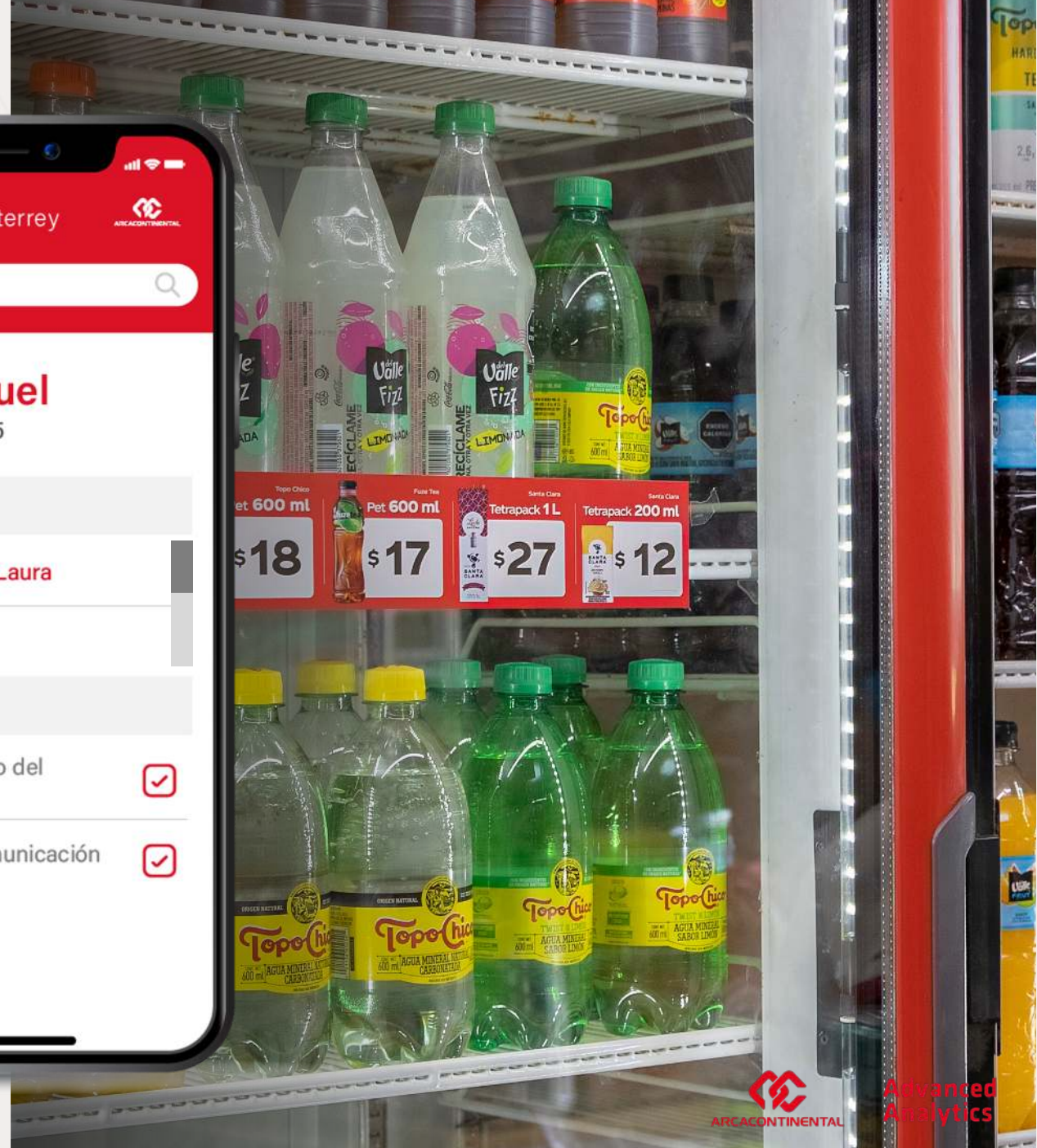
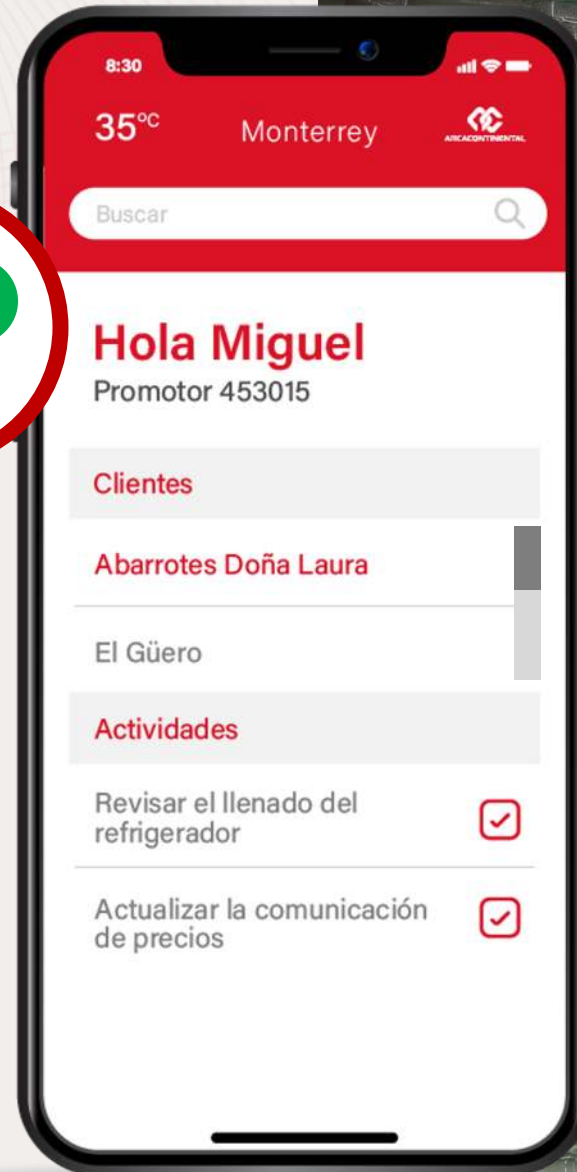


ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL

¿CÓMO SE VERÍA EL ASISTENTE DE FUERZA DE VENTA EN LA REALIDAD?



También recuerda **actualizar la comunicación de precios**



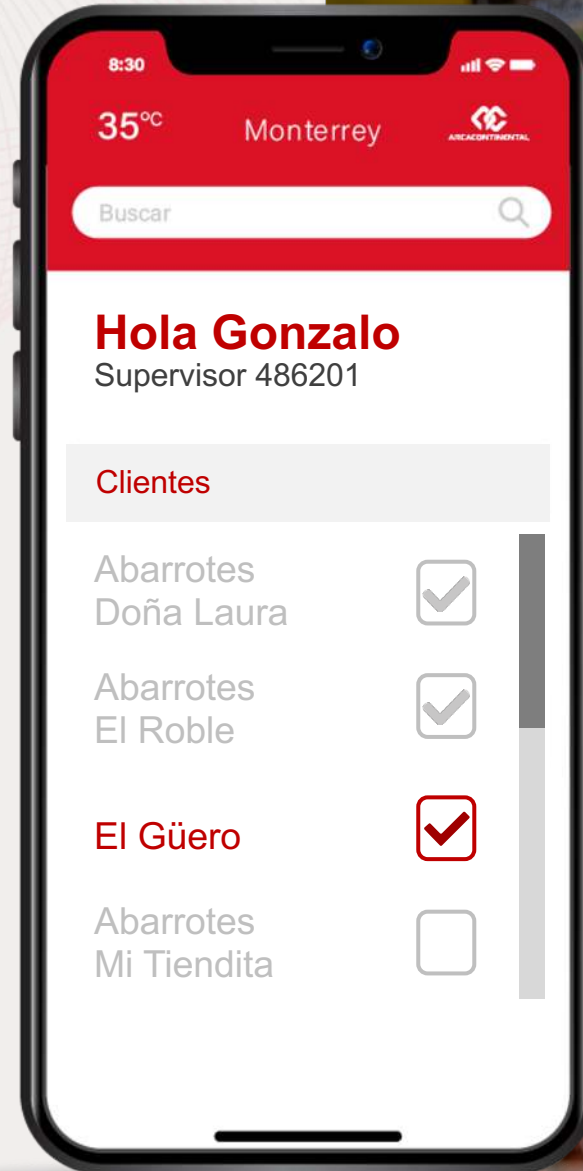
ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



Advanced Analytics

¿CÓMO SE VERÍA EL ASISTENTE DE FUERZA DE VENTA EN LA REALIDAD?

Mientras tanto, **el supervisor visita su tercer cliente.**



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



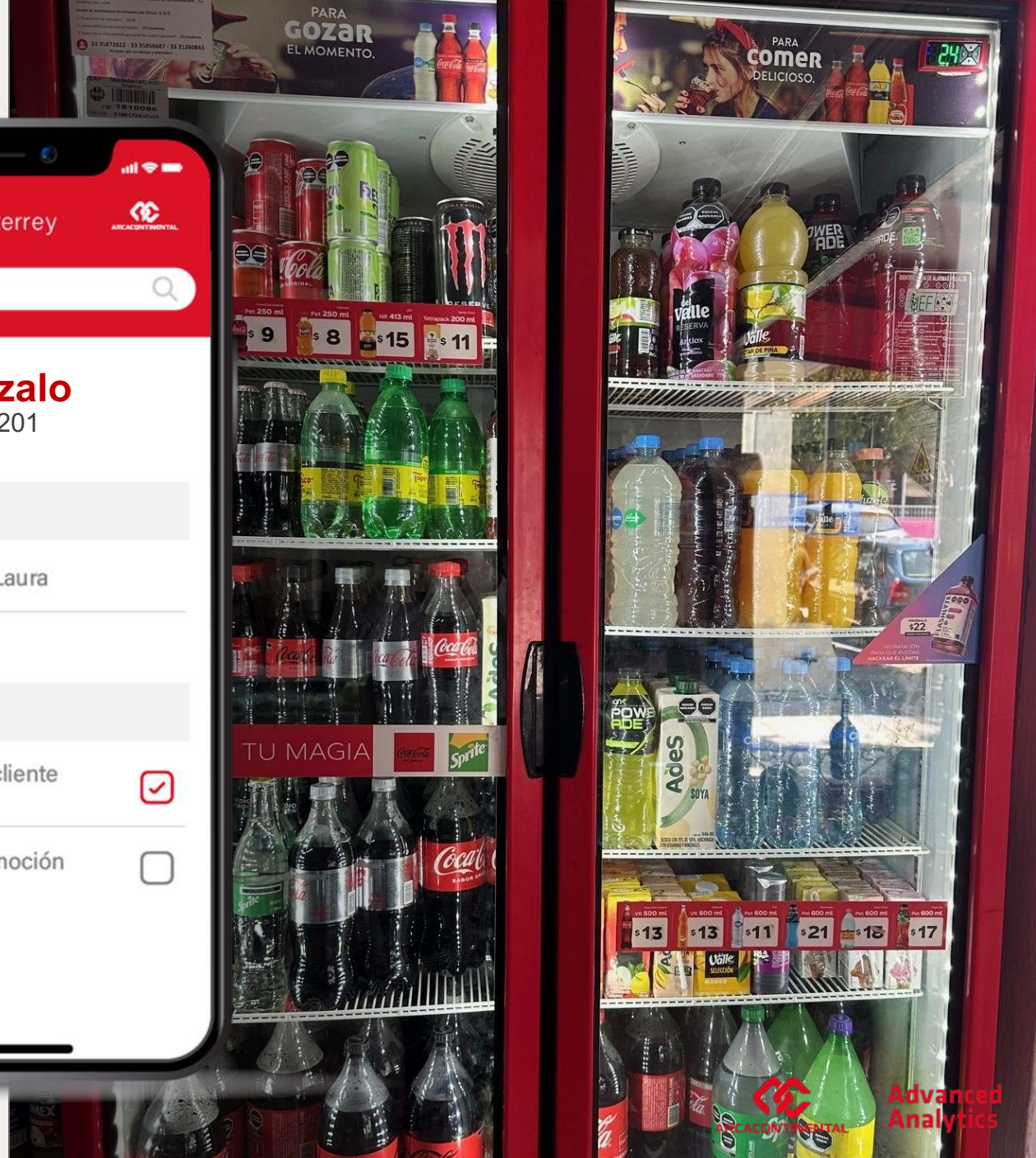
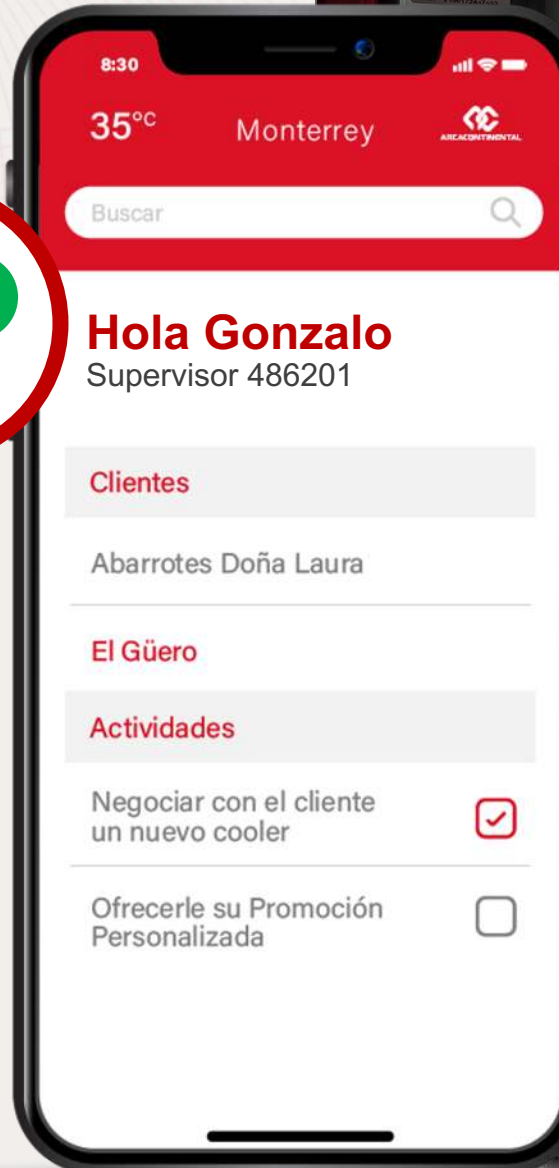
Advanced Analytics

¿CÓMO SE VERÍA EL ASISTENTE DE FUERZA DE VENTA EN LA REALIDAD?

Hola Gonzalo, **Miguel pidió tu apoyo negociando** con el cliente un nuevo cooler.



El Cliente “El Güero”, **si mejora sus ventas en un 5% este mes, sería candidato para un cooler de hidratación.** Ya que tiene una cancha de futbol a 2 cuadras y los clientes prefieren su Ciel y Powerade frio.



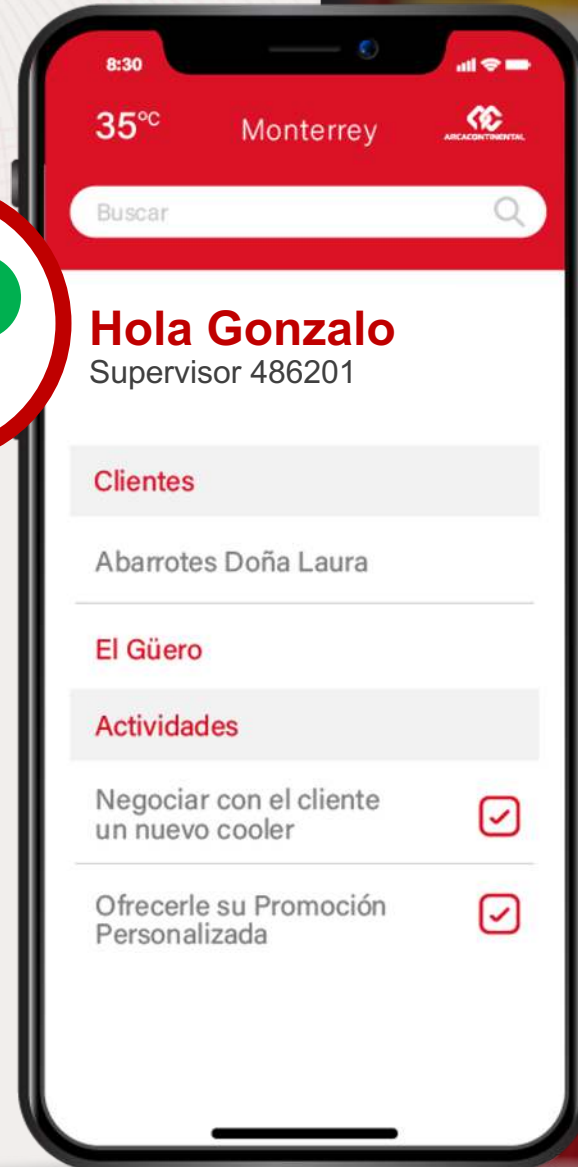
ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENDEDORES EN LA ERA DIGITAL

Advanced Analytics

¿CÓMO SE VERÍA EL ASISTENTE DE FUERZA DE VENTA EN LA REALIDAD?



Gonzalo, antes de irte **recuerda ofrecerle su Promoción Personalizada para cumplir su Pedido Sugerido.** Puede encontrarla en AC Digital



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENDEDORES EN LA ERA DIGITAL



Advanced Analytics

FUNCIONALIDAD: PROMOCIONES POR CLIENTE



Promociones por cliente

¿Qué promoción debo sugerirle HOY al cliente dadas las oportunidades que tiene?

1

IDENTIFICAR OPORTUNIDADES

Analizar el comportamiento de los últimos días por cada cliente.

- Pronóstico de venta
- Reducción de secos
- Potencial de venta
- Cercanía
- Competencia
- Estrategia

2

PRIORIZAR Y FORMAR COMBOS

Combinar oportunidades para atacar los propósitos promocionales.

PRODUCTO	OPORTUNIDAD
● Coca Cola	12 botellas
● Fanta	6 botellas
● Jugo del Valle	4 botellas
● Flashlyte	1 caja

VOLÚMEN	Alcanzar obj. Vol, impulsar venta en sitios con contracción y proteger PDM*.
----------------	--

COBERTURA	Incrementar cobertura, buscar primera posición, ampliar espacio.
------------------	--

3

DESPLEGAR

Crear comunicación personalizada por cliente, cada día.



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENDEDORES EN LA ERA DIGITAL



Advanced Analytics

Pronóstico de venta



Las oportunidades se obtienen analizando el histórico de compras, entorno, clientes similares, competencia y la estrategia comercial actual.

Predecir la cantidad de cajas que comprará cada cliente, para cada producto.

La estrategia general es encontrar el mejor *fit* entre el tipo de línea y el modelo.

VENTAS ANTERIORES	TIPO DE MODELO
10 – 11 – 10 – 9 – 7 – 10	Series de tiempo
0 – 10 – 0 – 10 – 0 – 10	Reposición
0 – 0 – 0 – 100 – 0 – 0	Clasificación

Variables	Características del cliente Capacidad fría	Estacionalidad Puntos de interés	Ventas Clima
Modelos	XGBoost SGD Regression	LightGBM MLFlow	AutoML TS Otros
Métricas	wMAPE Over/Under prediction	Precision Recall	



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



Advanced Analytics

Reducción de secos



Las oportunidades se obtienen analizando el histórico de compras, entorno, clientes similares, competencia y la estrategia comercial actual.

Predecir la probabilidad de que se agote el producto en tienda antes de la siguiente visita del camión.

PRODUCTO		ML Model	PROB. DE SECO
4 Coca Colas Reg	>	>	30%
2 Coca Colas Light	>	>	18%
1 Sprite	>	>	60%

Si la probabilidad pasa un threshold, se evalúa el volumen que el cliente debería comprar para satisfacer el límite.

MODELO DE ML

$$P = \beta * \text{volumen}$$

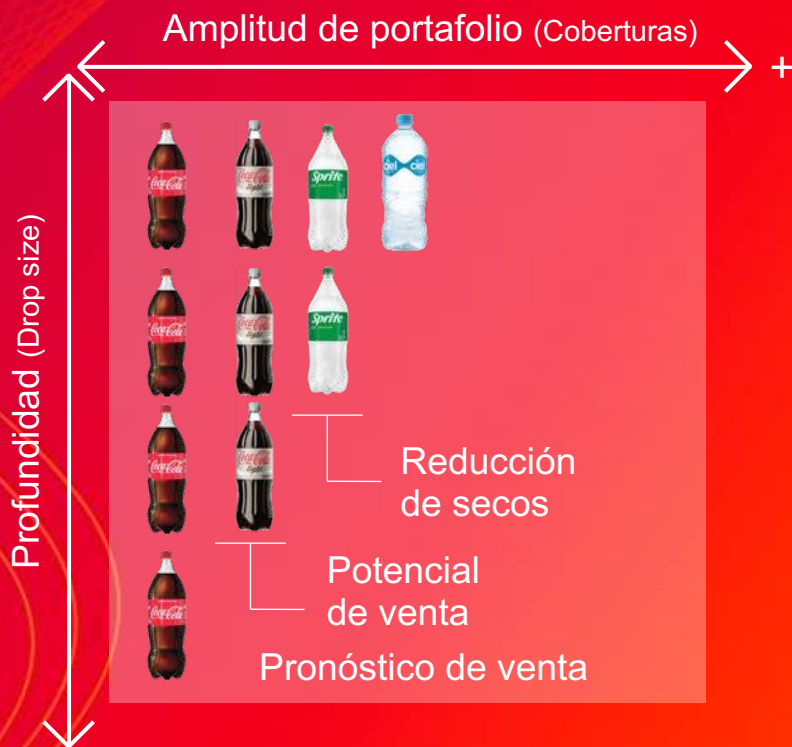
INTEGRACIÓN

$$\text{volumen} = \frac{P}{\beta} > 2 \text{ Sprites} = 48\% \text{ prob seco}$$



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL

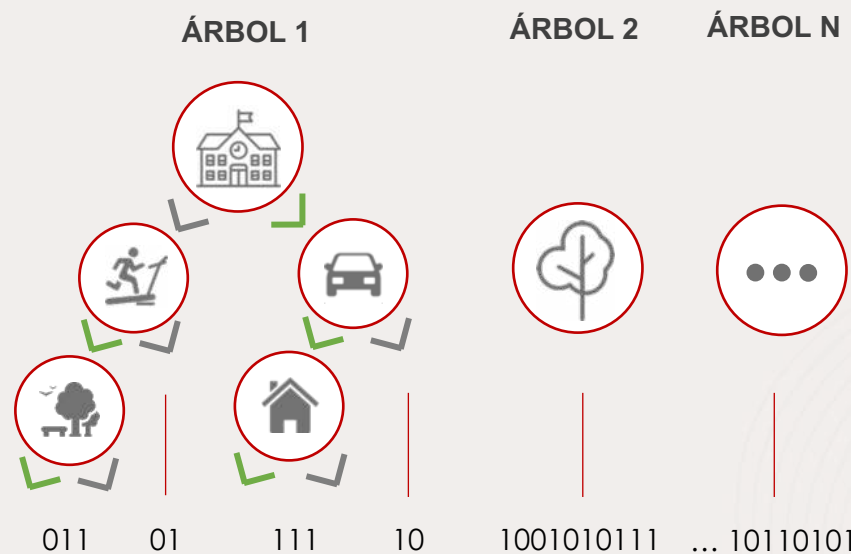
Potencial de venta



Las oportunidades se obtienen analizando el histórico de compras, entorno, clientes similares, competencia y la estrategia comercial actual.

¿Cuánto puede llegar a vender un cliente para Arca + la competencia, dadas sus características de entorno?

CREACIÓN DEL ADN POR CLIENTE



Ventas
Doña Mary

- 2 Entorno
- 3 Competencia
- 5 Venta interna

**10 CAJAS
POTENCIAL TOTAL**



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL

Amplitud de portafolio



Las oportunidades se obtienen analizando el histórico de compras, entorno, clientes similares, competencia y la estrategia comercial actual.

Sugerir productos que el cliente no maneja actualmente y tienen alta probabilidad de ser exitosos.



VECINOS



ESTRATÉGICOS



COMPETENCIA



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL

Promociones por cliente

¿Qué promoción debo sugerirle HOY al cliente dadas las oportunidades que tiene?

1

IDENTIFICAR OPORTUNIDADES

Analizar el comportamiento de los últimos días por cada cliente.

- Pronóstico de venta
- Reducción de secos
- Potencial de venta
- Cercanía
- Competencia
- Estrategia

2

PRIORIZAR Y FORMAR COMBOS

Combinar oportunidades para atacar los propósitos promocionales.

PRODUCTO	OPORTUNIDAD
● Coca Cola	12 botellas
● Fanta	6 botellas
● Jugo del Valle	4 botellas
● Flashlyte	1 caja

VOLÚMEN Alcanzar obj. Vol, impulsar venta en sitios con contracción y proteger PDM*.

COBERTURA Incrementar cobertura, buscar primera posición, ampliar espacio.

3

DESPLEGAR

Crear comunicación personalizada por cliente, cada día.



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL



Advanced Analytics

IMPLEMENTACIÓN



El camino hacia el asistente

Una manera de asegurar el éxito del proyecto es utilizando el método ágil para trabajar, experimentar con diferentes soluciones y utilizar a / b testing para las funcionalidades del proyecto.



Estrategia ágil



Experimentación



A/B testing





ROBERTO
Sánchez



LORELI
Lozada



ASISTENTE DIGITAL, EL COPILOTO DE LOS VENEDORES EN LA ERA DIGITAL

GRACIAS
