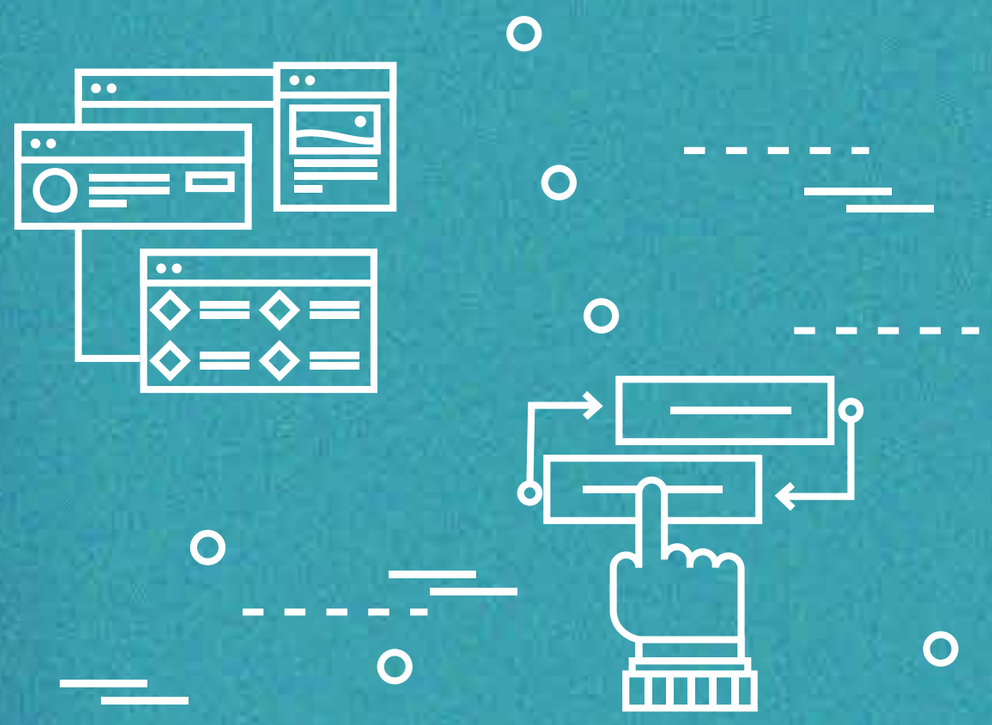
Automatizar la consolidación del sell out de una de las farmacéuticas más grandes del mundo: Bayer

ANALYTICS10

Índice

03.	Expandiendo el potencial de la analítica.
05.	El contexto.
09.	El desafío.
13.	La solución.
20.	Los resultados.
04.	Conclusiones.
04.	Testimonios.

Expandiendo el potencial de la analítica



Expandiendo el **potencial de la analítica**

En Analytics10 somos expertos en adaptación y evolución. Nos situamos en el estado del arte de las cosas para crear experiencias analíticas rápidas y efectivas.

Resolvemos los desafíos de datos más difíciles de las organizaciones.

Nuestros expertos y consultores analizan datos, implementan soluciones inteligentes y modelan en tiempos altamente eficientes. Organizamos todo el ciclo de vida de la información relevante para las empresas.

Nuestra capacidad de estrategia y ejecución permite que nuestros clientes superen sus objetivos operativos y comerciales.

Contamos con las plataformas de Big Data más ágiles, innovadoras y robustas de toda la industria. Somos líderes en América Latina en implementación de análisis y visualización de datos.

Nos especializamos en:

Data Management: Analizamos el ciclo de vida del dato y estado de madurez analítico.

Gestión del Cambio: Puesta en marcha de Modelos Analíticos. Construimos modelos analíticos avanzados, gracias a nuestras alianzas tecnológicas. Nos especializamos en la última milla de la analítica.

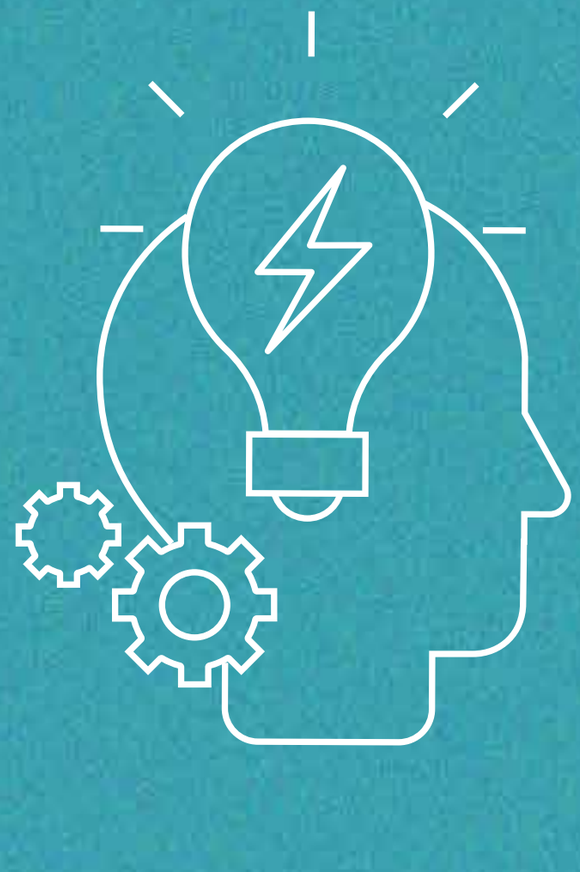
Optimización de Procesos: Hemos desarrollado un amplio inventario de casos de uso/éxito que nos permiten generar mejoras/optimizaciones en cualquier tipo de industria.

Cambio de Modelo de Negocio: Transformamos los modelos de negocios y los orientamos a la generación de valor a través del análisis de datos.

Gobierno Analítico: Te ayudamos a integrar las capacidades analíticas a tu negocio. Esta evolución te permitirá obtener un ROI más rápido y tangible en el corto plazo.

Transformación a la Nube: Desarrollamos estrategias cloud para épocas de serverless. Ayudamos a las empresas a definir la estructura de datos más eficiente.

El contexto



El **contexto**

Bayer es una empresa químico-farmacéutica que llegó a Chile hace más de 100 años. Desde sus inicios, la compañía se ha caracterizado por su permanente evolución y capacidad única de innovación.

Bayer Chile está integrada a la región Cono Sur de la multinacional, cuenta con más de 200 colaboradores que se desempeñan dentro de las líneas Bayer Pharmaceuticals, Consumer Health y Crop Science.

Para esta empresa es prioritario nutrir la comunicación y las interacciones entre todos los agentes que hacen vida dentro de ella. Colaboradores, gerentes y, especialmente, los stakeholders.

Desde sus inicios, la compañía se ha caracterizado por su permanente evolución y capacidad única de innovación.

Para esta empresa es prioritario nutrir la comunicación y las interacciones entre todos los agentes que hacen vida dentro de ella.

Los esfuerzos traen buenos resultados: actualmente, Bayer se posiciona entre las 70 empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo en Chile.

Las razones de estos logros son explicadas por Vicente Bravo, Gerente General de Bayer Chile: **“El lograr una continuidad en nuestras operaciones ha permitido a nuestros clientes seguir accediendo a las mejores innovaciones en las áreas de la alimentación y la salud, dos aspectos altamente valorados en el país durante este año tan especial. Para lograr esto, hemos tenido que ir adaptándonos, es cierto, pero gracias al trabajo de todos, hoy Bayer continúa acrecentando la importancia de su tarea en Chile y el mundo”.**

El crecimiento es producto del trabajo continuo

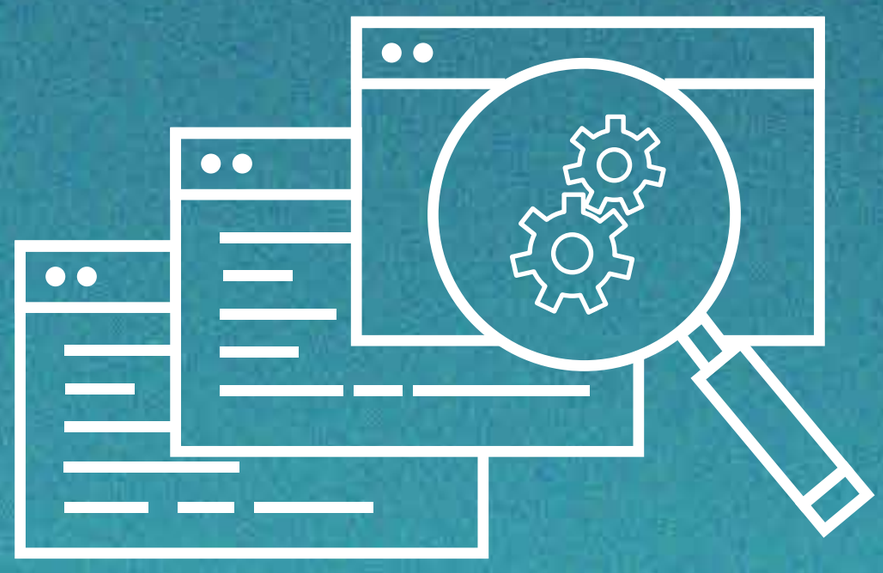
Sebastian Reinares, Price & Campaign Leader en Bayer, explica que la empresa ha hecho un gran trabajo en la lucha por mantener un alto estándar de innovación en sus productos; no obstante, a nivel de procesos y sistemas, la organización tenía desafíos importantes que resolver.

Existían oportunidades de valor que no se estaban aprovechando.

A partir de esta realidad, la empresa ha decidido enfocarse en un eje crítico: la conexión y el intercambio de datos de ventas entre la empresa, sus proveedores y los clientes.

El objetivo consistía en automatizar y transformar, tanto el intercambio de datos de ventas (sell out) entre los proveedores y la empresa, como el programa de beneficios para clientes.

El desafío



El **desafío**

La venta de productos de la línea CropScience se realiza de manera tercerizada.

Los distribuidores o proveedores se encargan de vender los productos de Bayer; son ellos quienes realizan el contacto directo con los clientes y se encargan de proveerles todos los recursos que necesiten.

Sin embargo, esta dinámica presentaba un desafío importante: la mayor parte de la información brindada por los distribuidores estaba desagregada; la gestión del sell out era muy compleja debido a que cada distribuidor utiliza sus propias herramientas y responde a sus propias inquietudes y necesidades.

La independencia en la gestión de información particular dificultaba la consolidación de la información de ventas total, la cual debía hacerse de forma manual y no homologada.

A su vez, Bayer quería lanzar un programa de fidelización que otorgara beneficios especiales (puntos canjeables) a sus clientes. Esta iniciativa fue nombrada **“IMPULSO BAYER”.**

En otras regiones ya existían programas de fidelización que otorgaran beneficios a sus clientes por cada compra que realizaran. No obstante, estos sistemas de acreditación de puntos se manejaban manualmente y tardaban más de 30 días (después de la compra) en actualizarse.

IMPULSO BAYER quería transformar esta dinámica. El objetivo consistía en lanzar una plataforma que acreditara los puntos de forma automática, en el menor tiempo posible, después de que el cliente realizara una compra.

Bayer quería lanzar un programa de fidelización

De tal forma, existían dos desafíos:

A nivel de clientes

Las plataformas de fidelización deben ser altamente eficientes; de lo contrario, fallarán en su objetivo de potenciar las relaciones con los clientes y, además, dañarán la imagen general de la empresa.

El valor de una plataforma de fidelización viene dado por la rapidez en la que se capten y acrediten los beneficios: mientras más cercanos a la compra, mayor satisfacción para el cliente.

Por lo tanto, **IMPULSO BAYER** no podría manejarse de forma manual, como en casos de otras filiales de Bayer. Dicha dinámica representaba más costos y tiempos para la empresa. Asimismo, si los puntos no se actualizaran en tiempos eficientes, se perdería el sentido (fidelizar a los clientes) de la iniciativa.

Con base en este panorama, **IMPULSO BAYER** buscaba que el tiempo entre la compra del cliente y la acreditación de sus puntos fuese cercano a 0: automático e inmediato.

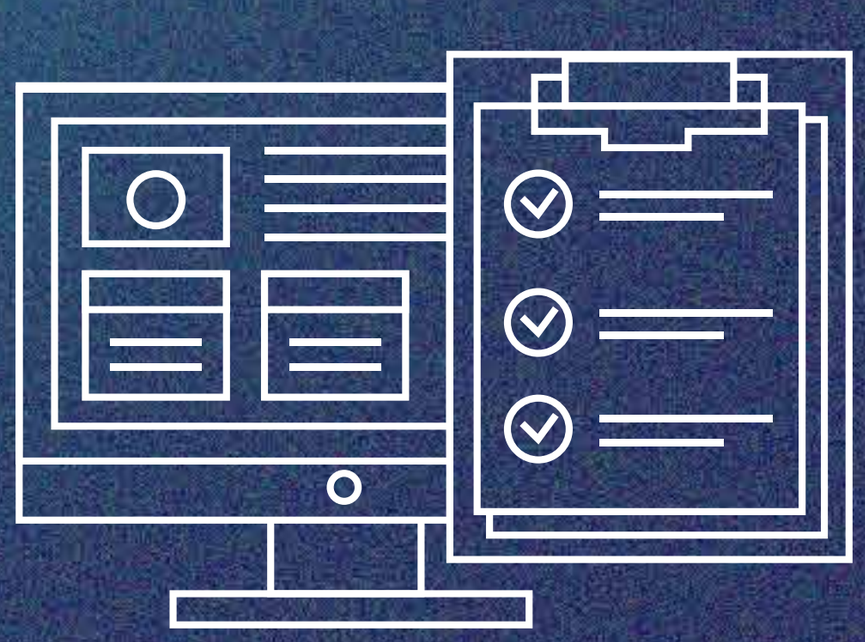
A nivel de distribuidores

La gestión del sell out sería la base crítica de toda la iniciativa: si la información de ventas de los distribuidores se seguía manejando de forma desagregada, manual y sin una consolidación automática, IMPULSO BAYER no podría cumplir su objetivo (acreditar los puntos en tiempo real).

La gestión del sell out sería la base crítica de toda la iniciativa

En resumen, **Bayer necesitaba una solución analítica capaz de gestionar distintos flujos de datos de múltiples fuentes,** consolidarlos y, a su vez, accionar una respuesta automática. Alinear a la empresa, sus distribuidores y clientes.

La solución



La **solución**

El primer paso consistió en establecer los protocolos necesarios para resguardar la información y cumplir con las políticas de seguridad y normas legales de protección de datos.

Para abordar ambos desafíos, creamos una solución analítica transversal y automatizada capaz de conectarse con múltiples sistemas de los distribuidores, agruparlos, y darles salida bajo una estructura de datos homogénea (previamente convenida con Bayer) para su fácil consolidación y explotación.

Creamos una solución analítica transversal y automatizada capaz de conectarse con múltiples sistemas

Asimismo, la solución se complementó con un sistema de despliegue y visualización de datos amigable, ágil y de fácil acceso. A partir de los datos captados, se crearon tableros a disposición de Bayer, con base en los indicadores de su interés. A partir de los requerimientos, la solución y nuestros consultores también proponían ciertos patrones de visualización y análisis, con miras a expandir el potencial de los datos.

Al conectar los múltiples sistemas de los distribuidores en una sola entrada y salida, cada vez que un cliente de Bayer facturara un producto, la empresa estaría en capacidad de capturar (en tiempo real) la cantidad de productos que el cliente había consumido.

Con esa información en el sistema, la plataforma de IMPULSO BAYER, también conectada a la solución analítica de A10, estaría en la capacidad de otorgar los puntos correspondientes a cada compra, de forma automatizada.

La plataforma de IMPULSO BAYER, también conectada a la solución analítica de A10, estaría en la capacidad de otorgar los puntos correspondientes a cada compra, de forma automatizada.

De tal forma, la solución de desplegó en función de tres hitos:

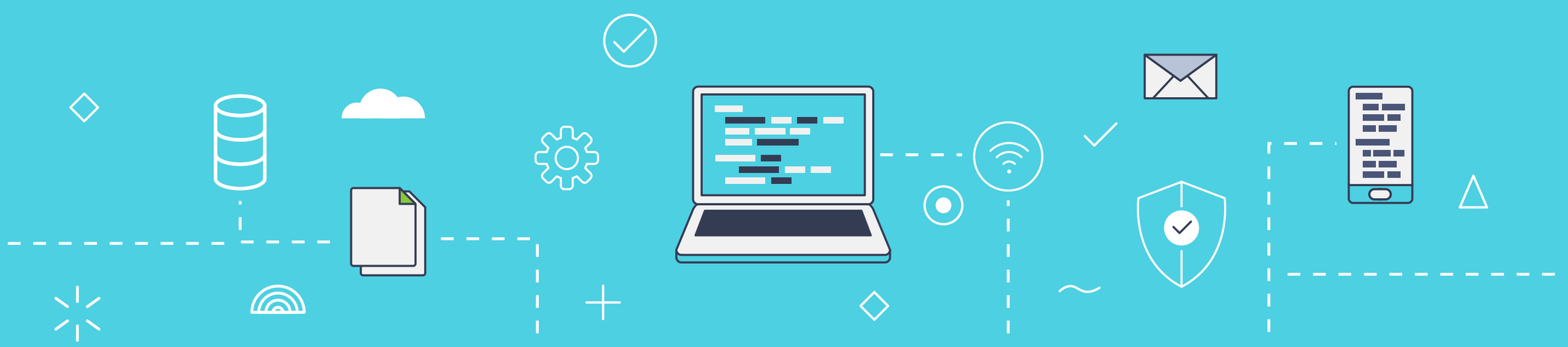
01 **Capturar el dato:** Los múltiples sistemas de los distribuidores debían conectarse a una misma solución.

02 **Realizar una minería de datos precisa:** Los datos del sell out que reportaban los distribuidores debían corresponderse con los productos que el cliente compraba. La consistencia no podía fallar.

03 **Crear una cuenta de puntos automatizada:** Los puntos otorgados debían corresponderse con las compras que se realizaban. Además, debían gestionarse a través de una cuenta individual para cada cliente, la cual debía actualizar sus montos, dependiendo de las acciones comerciales que hiciera su dueño.

La arquitectura de la solución

El **90%** de la solución analítica pensada para este caso de uso está sustentada en Alteryx.



¿Qué se logró con alteryx?

Los datos de las múltiples conexiones de los distribuidores, los cuales responden a un entorno autónomo y códigos distintos, fueron captados por alteryx y convertidos en un lenguaje único para que Bayer pudiera consolidar la información de forma inmediata.

La solución analítica podía gestionar las conexiones, independientemente de su forma, FTP, correo electrónico, entre otras.

Alteryx decodifica cada dato, sin importar las divergencias en formatos y los pone a disposición para el uso inmediato.

El 10% restante de los aspectos técnicos está sustentados en Qlik.

¿Qué se logró con Qlik®?

Qlik lee los resultados generados por Alteryx; datos dispuestos en un lenguaje único, y se encarga de la visualización de la información.

Los modelos de datos y la visualización de los indicadores se sustentan en Qlik.

Asimismo, la flexibilidad de Qlik permitió vincular los tableros a un sitio web específico de Bayer para consumo transversal.

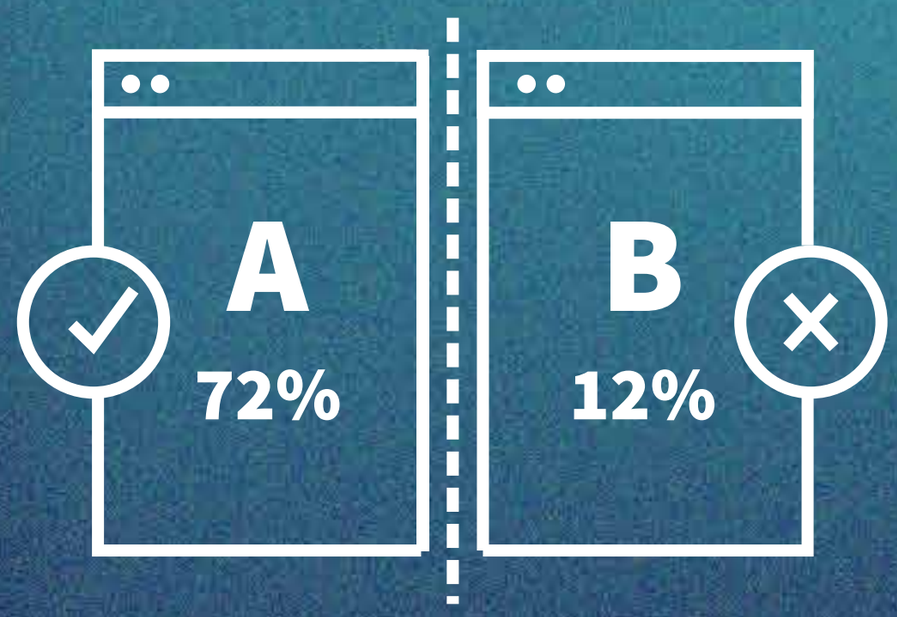
Finalmente, la presentación de datos estaba diseñada, con base en los parámetros visuales que Bayer necesitara. La apariencia podría cambiar y adaptarse según las necesidades de la organización.

El equipo de Analytics10

Los consultores de Analytics10, especialistas en soluciones de analítica de datos, se encargaron de implementar cada una de las acciones técnicas que requería el proyecto: integraciones, limpieza de datos, modelado y visualización.

La gestión de las plataformas analíticas empleadas en este proyecto estuvo en manos de los consultores de Analytics10.

Los resultados



Los **resultados**

Los resultados del proyecto se han traducido en varios momentos destacables:

El lanzamiento

El lanzamiento de IMPULSO BAYER fue un éxito.

Los KPI’s que se planteó Bayer para el lanzamiento de IMPULSO BAYER se superaron en dos horas. Los clientes comenzaron a canjear sus puntos en las horas y días siguientes al lanzamiento.

El creciente número de canjes constataba el valor que los clientes de Bayer estaban encontrando en la plataforma. Asimismo, el funcionamiento de la solución analítica quedaba validado; nunca presentó fallas.

El uso sostenido de la plataforma

En 7 meses, más del 70% de los clientes de la empresa se han inscrito en IMPULSO BAYER.

El alto flujo de clientes inscritos, permite al departamento de Marketing realizar+ campañas especiales para el canje de puntos.

El objetivo está en seguir fidelizando a los clientes con la plataforma para que continúen participando e interactuando con ella.

Nuevos argumentos de ventas para los distribuidores

Cada día nuevos distribuidores se suman a IMPULSO BAYER. Con ello, fortalecen la gestión efectiva del sell out y, a la vez, desarrollan su propio proceso de fidelización de clientes.

Los distribuidores pueden usar los beneficios de IMPULSO BAYER para captar más clientes.

Puesto que el sistema de canjes se está popularizando en la industria, los clientes le están exigiendo a los distribuidores que participen en IMPULSO BAYER, con lo cual, la permanencia en el programa se ha convertido en un argumento para la decisión de compra de los clientes.

Hito en América Latina

Con su lanzamiento, **IMPULSO BAYER se convirtió en la primera plataforma de fidelización automática de Bayer en América Latina.**

Conclusiones

IMPULSO BAYER ha demostrado que la digitalización y los procesos automatizados generan valor a la industria agrícola. El que en una misma plataforma interactúen proveedores, productores, prestadores de servicios, asesores y distribuidores representa un avance importante para el sector.

A su vez, con IMPULSO BAYER, la organización se convirtió en la primera filial latinoamericana en desarrollar una plataforma de fidelización automatizada; de esta manera, se ha afianzado como referente para el sector agrícola en la región.

A nivel técnico, ha quedado demostrado, una vez más, que Alteryx es una plataforma de analítica robusta, confiable y altamente innovadora.

Alteryx ha sido la base tecnológica de una solución analítica que recaba datos no estructurados, los ordena y los despliega en un lenguaje único y común para su consumo.

múltiples distribuidores, quienes manejan sus propios códigos y estructuras, representa una pérdida importante de tiempo, productividad y dinero para la organización.

La solución de Analytics10 ha permitido automatizar el complicado proceso de consolidación de la información de ventas. Realizar manualmente una consolidación de

La experiencia indica que las consolidaciones manuales son vulnerables a errores en el manejo de los datos, lo cual afecta la administración general del sell out.

Por tal razón, la relación entre Bayer y Analytics10 da cuenta que las soluciones de analítica no solo consisten en desarrollo tecnológico en sí mismo; sino en la construcción de propuestas eficientes y transformadoras que resuelvan problemas de negocios.

En definitiva, los proyectos analíticos cobran mayor vida cuando responden a desafíos y casos de uso que impactan directamente en las áreas más estratégicas de las organizaciones.

Testimonios

Testimonios

Estamos muy conformes con la plataforma; queremos hacerla crecer porque tiene un gran potencial. Lo más satisfactorio es que los clientes no solo nos felicitan; nos llaman para sugerirnos nuevas ideas. Día a día vemos cómo interactúan más con IMPULSO BAYER y eso demuestra el valor que han encontrado en la plataforma".

Alejandro Brogle, GTM Chile & Loyalty Platform Chile, Paraguay y Bolivia en Bayer.

Los canjes dentro de las plataformas no han dejado de aumentar. Los clientes interactúan, participan y comentan diariamente. Sin duda, IMPULSO BAYER está impactando en la fidelización de los clientes. Por otro lado, y no menos importante, nuestros distribuidores han encontrado un nuevo argumento de venta. A través de nuestra plataforma pueden acercarse mucho más a los nuevos clientes".

Alejandro Brogle, GTM Chile & Loyalty Platform Chile, Paraguay y Bolivia en Bayer.

La experiencia de crear una solución analítica para IMPULSO BAYER ha significado un descubrimiento. Hoy en día, sabemos que las cosas se pueden pensar y hacer de una forma distinta, que podemos transformar los modelos de negocio y crear mejores bases para enfrentar el futuro".

Sebastián Reinares, Price & Campaign Leader en Bayer.

“IMPULSO BAYER se ha convertido en nuestra punta de lanza. Logramos demostrar que la digitalización genera beneficios. El éxito de la plataforma no solo ha significado un cambio para el modelo de negocio que nos compete, sino que nos está permitiendo despertar la curiosidad por la innovación en otras áreas de la organización”.

Sebastián Reinares, Price & Campaign Leader en Bayer.

“La alianza que hemos instaurado con Analytics10 nos ha permitido alcanzar el éxito con IMPULSO BAYER y, además, nos ha abierto todo un nuevo mundo relacionado con la analítica de datos, el business intelligence y, en general, con la posibilidad de aprovechar los datos que diariamente generamos”.

Sebastián Reinares, Price & Campaign Leader en Bayer.

“Yo nunca había visto algo como esto. En el sector agrícola es común recibir los típicos regalos que traen los zonales; pero que exista una plataforma en la que se puedan canjear puntos por premios, eso nadie lo había hecho. Lo encuentro como una muy buena experiencia para los que hacemos el esfuerzo de comprar e invertir en productos de la industria”.

Juan Emilio Rieutord, cliente Bayer.

El futuro no es incierto si contamos con datos

¿Necesitas transformar tu negocio con la ayuda de los datos?

Cuéntanos tu problema y encontraremos una solución personalizada y eficiente en tiempos que jamás has visto.

¡Conversemos!

Para conocer sobre las tendencias más recientes en ciencia de datos y la capacidad de transformación de la analítica, síguenos en redes sociales.

@analytics10chile

@analytics-10