

Ficha reto OPENNOVA

Ficha reto

GRUPO MANZANARES S.A.S

Sector económico

AGROALIMENTOS

RETO

¿Cómo + acción + situación problema + objetivo?

¿Cómo podríamos duplicar las ventas actuales del canal de contact center de la UEN Carnes Manzanares, transformando el proceso comercial hacia uno basado en tecnología, que sea movido por los datos (data-driven), que sea trazable y orientado al crecimiento constante, sin aumentar necesaria y proporcionalmente el personal del equipo operativo?

OBJETIVO ESTRATÉGICO

¿Cuál es el objetivo estratégico que enmarca el reto?

El reto busca transformar el proceso comercial de la unidad de negocio Carnes hacia uno basado en tecnología, que sea movido por los datos (data-driven), trazable y orientado al crecimiento. El objetivo estratégico duplicar las ventas actuales del canal de contact center de la UEN Carnes Manzanares. En términos de embudo de mercadeo y ventas (Growth), necesitamos levantar y consolidar datos de todos los niveles y de esta manera desarrollar estrategias comerciales más oportunas y eficaces (awareness, adquisición, activación, retención, conversión/venta y referenciación o acompañamiento).

ÁREAS INVOLUCRADAS EN EL RETO O NECESIDAD DE LA EMPRESA:

Dirección Comercial
Coordinación del mercadeo
Contact center / equipo comercial de Carnes
Líder de la UEN Carnes Manzanares
Puntos de venta propios de Carnes
Sistemas y Tecnología

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

El contact center de Carnes Manzanares presenta un bajo volumen de ventas frente al potencial del canal. La operación es principalmente manual, subjetiva, y reactiva, con limitada gestión de prospectos, seguimiento de oportunidades, clientes inactivos y recompra.
Aunque existe una buena posibilidad de cierre cuando se logra contacto efectivo, actualmente no se generan ni gestionan suficientes oportunidades comerciales. Además, la empresa no cuenta con un CRM estructurado, interoperable y escalable, ni trazabilidad completa del ciclo Datos-cliente-contacto-pedido-recompra.
La oportunidad consiste en convertir el contact center en un canal más activo, medible y escalable, capaz de captar nuevos clientes, recuperar oportunidades perdidas y aumentar ventas sin depender proporcionalmente del crecimiento del equipo operativo.

POBLACIÓN AFECTADA

Clientes actuales de Carnes Manzanares
Nuevos clientes potenciales mal atendidos
Clientes inactivos o de baja recurrencia
Asesores del contact center
Líder de la UEN Carnes Manzanares
Dirección comercial
Coordinación de mercadeo
Personal de punto de venta

¿QUÉ RESULTADOS ESPERA OBTENER? Objetivos a cumplir, beneficios para el público objetivo.

Incrementar en 50% las ventas del contact center de Carnes, pasando de 40 millones mensuales a 80 millones.
Aumentar la cobertura diaria de clientes y prospectos gestionados.
Captar nuevos clientes para la unidad de negocio Carnes.
Reducir oportunidades comerciales perdidas o sin seguimiento.
Mejorar la conversión de oportunidades a pedidos.
Crear una base comercial estructurada de clientes y prospectos.
Implementar trazabilidad del ciclo cliente-contacto-pedido-recompra.
Activar campañas piloto de captación, reactivación, recompra y remarketing.
Dejar instalado un modelo operativo mínimo que pueda escalarse después del piloto.

REQUISITOS ¿Cuál es el alcance de la solución?

- Diagnóstico y línea base comercial del contact center
- Modelo de gestión comercial del contact center
- CRM mínimo comercial y de mercadeo
- Captación de nuevos clientes
- Seguimiento y automatización comercial
- Campañas piloto
- Iteraciones frecuentes
- Transferencia de capacidades

TIPO DE INNOVACIÓN Mejora proceso, innovación continua, innovación disruptiva

Mejora de proceso / innovación continua con componentes de innovación incremental.
El reto no busca crear un nuevo producto de carnes ni un nuevo negocio, sino mejorar de manera significativa el proceso comercial del contact center mediante nuevas capacidades de captación, seguimiento, trazabilidad, automatización, medición y gestión de clientes.

MENCIONE LAS BARRERAS O RESTRICCIONES A LAS QUE SE ENFRENTARÍA UNA POSIBLE SOLUCIÓN

- La empresa no cuenta actualmente con un CRM estructurado.
- La base de clientes no está organizada ni plenamente segmentada.
- El proceso comercial actual depende en gran medida del asesor.
- La información de inventario no siempre está actualizada en tiempo real.
- Puede existir resistencia del equipo comercial a registrar información o adoptar nuevos flujos.
- La solución debe operar en un plazo corto de 16 semanas.
- El presupuesto disponible es limitado
- La solución debe integrarse de manera simple con WhatsApp, llamadas y operación actual.
- Debe cumplir con buenas prácticas de tratamiento de datos personales de clientes.
- No se busca implementar un ERP ni una plataforma corporativa compleja.
- La solución debe ser simple, usable y sostenible para el equipo comercial.

RANGO DE PRESUPUESTO Permite saber el nivel de detalle y complejidad que se ofrece en la solución y definir el alcance de esta.

Hasta \$21.000.000 incluido IVA.

RANGO DE TIEMPO Rango de tiempo en el cual la empresa espera tener una solución

Hasta 16 semanas

TIPO DE SOLUCIONADORA DESEADA Seleccione con una X la opción que le interesaría

- Universidades y grupos de Investigación
- Emprendedores (start-ups)
- Centros de desarrollo tecnológico
- Empresa

¿CÓMO LE GUSTARÍA RELACIONARSE CON EL POTENCIAL SOLUCIONADOR? Seleccione con X una o varias opciones

- Contrato de obra por encargo /Asesoría Técnica
- Codesarrollo con la entidad (Con financiamiento de la empresa)
- Adoptar / Adquirir / Licenciar una tecnología
- Aceleración e inversión estratégica en una nueva compañía
- Proveeduría de la solución