ES

Optimización de La Selección de Promociones con IA para Aumentar Las Ganancias

Descubre cómo la IA puede permitir a los supermercados planificar promociones que tengan en cuenta la estacionalidad, los precios únicos y los datos de productos para involucrar a los clientes, aumentar las ventas y hacer crecer las ganancias.

COMOSOFT
MULTICHANNEL SOLUTIONS

DecaSIM

CONTENTS

INTRODUCCIÓN
Inteligencia y Patrones de Compras No Descubiertos 3

PONIENDO LA TEORÍA EN PRÁCTICA
Prueba del Circular Semanal del Minorista 4

INTERACCIÓN CON EL ANUNCIO
Medición entre Grupos de Prueba y Control 5

RESULTADOS DE VENTAS EN LA TIENDA
Ventas Semanales Reales vs Esperadas en Tienda 6

CONCLUSIONES 7

ACERCA DE COMOSOFT & DECA SIM 8

CONTACTO
Sede y Oficinas Sucursales 9

AÑADE INTELIGENCIA Y OBTÉN GANANCIA

Los recientes avances en inteligencia artificial (IA) presentados al mercado por Chat-GPT y GPT-3 son una clara señal de que la IA es una tecnología viable para los departamentos de marketing minorista. Integrada con LAGO de Comosoft, la herramienta de clasificación de promociones de DecaSIM basada en IA añade una capa adicional de inteligencia al proceso de planificación existente, contribuyendo de manera medible el impacto del anuncio semanal y a la rentabilidad de la tienda.

La implementación de la solución de IA de DecaSIM es sencilla. Nuestra tecnología se integra perfectamente con los procesos e infraestructura existentes. Para demostrar esto, un importante supermercado regional llevó a cabo una prueba en vivo y obtuvo resultados positivos desde la primera semana. **Al optimizar qué promociones destacar en su publicidad, sus clientes se mostraron más comprometidos con las ofertas, lo que aumentó las ventas semanales e incrementó los beneficios (EBITDA) en un 8%.**

PERSONALIZA LAS PROMOCIONES BASADAS EN PATRONES DE COMPRA NO DESCUBIERTOS

Las promociones de precios de los minoristas actúan como un catalizador para atraer a los clientes, recompensar su fidelidad y moldear los comportamientos de compra. Sin embargo, a medida que las estrategias promocionales se vuelven más complicadas, el desafío radica en aprovechar estos descuentos para impulsar compras adicionales.

El comportamiento del cliente es complejo y en el ámbito de las promociones existen muchas posibles consecuencias no deseadas. Por ejemplo, diferentes promociones a menudo se canibalizan entre sí al atraer al mismo público. El efecto neto puede ser un aumento nulo en la participación de los clientes. En el entorno inflacionario actual, esto puede dar lugar a una oportunidad perdida para aumentar los viajes de compra del creciente público de compradores conscientes del precio.

LAGO de Comosoft y DecaSIM trabajan juntos aprovechando la avanzada IA minorista de DecaSIM para crear un modelo predictivo que simula la respuesta de tus clientes a diferentes estrategias promocionales. A través de esta innovadora tecnología de IA, podemos discernir las promociones más efectivas para atraer a los clientes. Nuestra solución integrada identifica con destreza las promociones que tienen más impacto en tus clientes conscientes del precio, fomentando una mayor participación, un aumento en las ventas y mayores beneficios para nuestros valiosos socios minoristas.

PONIENDO LA TEORÍA EN PRÁCTICA

Un supermercado regional con más de 300 tiendas seleccionó una región y, utilizando el sistema LAGO de Comosoft, creó una versión específica de su folleto publicitario semanal para optimizarla durante un período de prueba de diez semanas. Durante la prueba, el optimizador DecaSIM analizó el plan promocional de cada semana. Los resultados de este análisis se utilizaron luego para seleccionar qué productos destacar en cada página del folleto.

La región de prueba estaba compuesta por 104 tiendas. Se creó una región de control adicional con 65 tiendas. Para evaluar la intervención, se midió el porcentaje de compradores que participaron en las promociones destacadas en el folleto semanal en las tiendas de la región de prueba, y estos resultados se compararon con los de las tiendas de la región de control. Se supervisaron cuidadosamente las ventas totales de las tiendas en la región de prueba y la región para detectar cambios.

LOS RESULTADOS MUESTRAN UN AUMENTO EN EL RENDIMIENTO EN TODAS LAS MEDIDAS

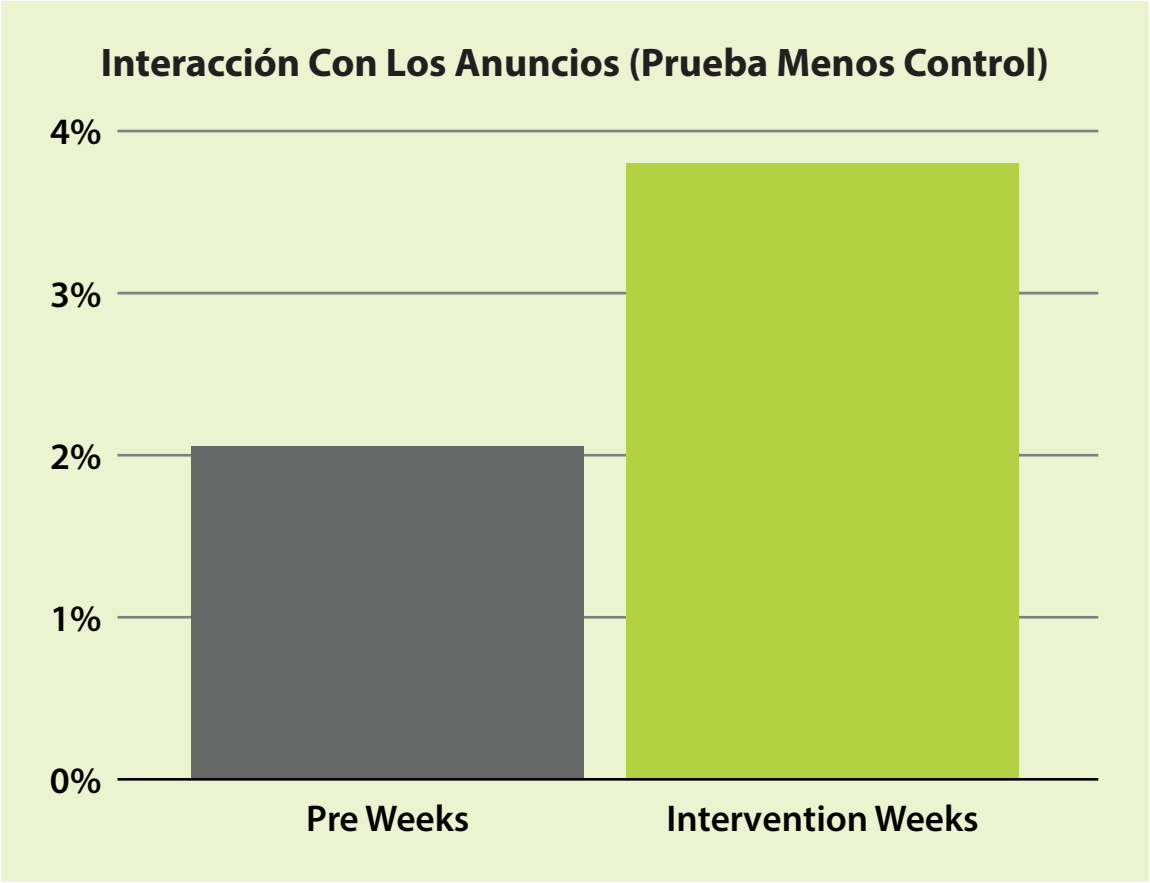
Al llevar a cabo estas pruebas, el minorista estableció un conjunto de medidas para evaluar el rendimiento de las recomendaciones, el aumento en la participación en las promociones, el impacto en las ventas totales de la tienda y las ganancias de la tienda. **En todos los parámetros, los resultados mostraron un aumento positivo con respecto a la región de control.**

LA INTERACCIÓN CON EL ANUNCIO AUMENTA DOS PUNTOS PORCENTUALES

Se comparó la participación en los anuncios entre las tiendas de prueba y las de control durante las semanas de intervención, y DecaSIM optimizó las promociones destacadas. Durante las semanas sin intervención, las promociones eran optimizadas por el equipo de comercialización del minorista.

Durante las semanas de intervención, en las que DecaSIM optimizó las promociones del folleto semanal, la diferencia entre el porcentaje de compradores que adquirieron un artículo en promoción en las tiendas de prueba frente a las de control fue del **+3,79 %**. La diferencia entre las tiendas de prueba y control fue de **+2,1 %** durante las semanas sin intervención. **DecaSIM aumentó el compromiso en un promedio de +1,69 %.**

La probabilidad de que el aumento positivo en los resultados de las tiendas de prueba y de control se lograra en semanas de promoción sin la intervención de DecaSIM es solo del 0,46%. Los resultados sugieren que, mediante el uso del modelo de IA, DecaSIM puede seleccionar promociones para aumentar el alcance general en lugar de enfocarse en los mismos grupos de clientes. El modelo de DecaSIM genera un folleto semanal que atrae a un grupo más amplio de clientes, lo que finalmente ayuda a los minoristas a obtener más de su inversión en publicidad.

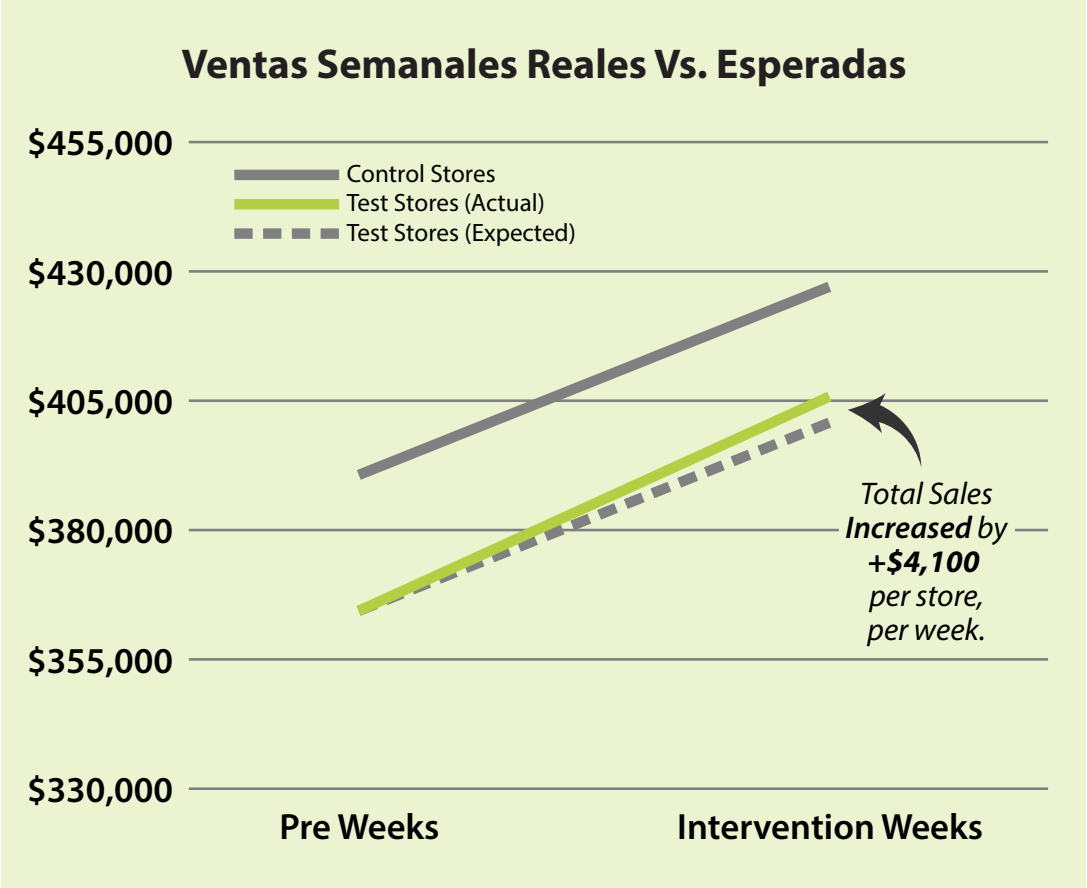


LAS VENTAS EN TIENDA AUMENTAN EN $ 4,100 POR SEMANA

Junto con el compromiso de los productos en promoción en el folleto semanal, también se examinaron los cambios en las ventas en la tienda. En el mejor de los casos, este es un análisis desafiante, especialmente en la era post-COVID. Para determinar el impacto en las ventas, se compararon los cambios año tras año en las ventas de las tiendas de prueba con las ventas de las tiendas de control a nivel de tienda individual. Este cálculo identifica los cambios esperados en las ventas de las tiendas de prueba sin la intervención de DecaSIM. Como control adicional, el perfil de la tienda de control se emparejó con el perfil de la tienda de prueba. Consulta la siguiente página para obtener una explicación detallada del método.

El gráfico a continuación es un análisis que muestra que tanto las tiendas de prueba como las de control aumentaron las ventas promedio en la tienda año tras año. En las tiendas de control, las ventas aumentaron de $391,000 a $428,000 por semana. **En comparación, las ventas de las tiendas de prueba aumentaron de $364,000 a $405,000, frente a un valor esperado de $401,000, basado en lo observado en las tiendas de control.**

La diferencia en las ventas promedio en tienda por semana atribuida a la intervención de DecaSIM fue de +$4,100 por tienda por semana. En la región de prueba durante el período de prueba, se estima que la solución añadió $4.2 millones en ventas incrementales y aumentó el EBITDA en aproximadamente un 8%.



CONCLUSIONES

La optimización de las promociones destacadas basada en análisis a nivel de producto/cliente crea promociones que atraen a un público más amplio. Aumentar la relevancia de las promociones destacadas también incrementa las ventas totales de la tienda.

Además de estos beneficios comerciales directos, la optimización de promociones tiene otros beneficios más sutiles. Para muchos minoristas, el folleto semanal es la única comunicación regular de precios para los clientes. Si bien muchos compradores no recuerdan los precios en el estante, aquellos que leen el folleto semanal son muy conscientes y planifican sus compras semanales en función de lo que leen en el anuncio de su minorista local.

DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL MÉTODO DE CÁLCULO DE VENTAS

Además, el minorista había clasificado las Tiendas de Prueba y las Tiendas de Control en diferentes subtipos. Estos subtipos se definieron en función de una combinación de la mezcla de ventas y los picos de ventas. Dado que las Tiendas de Prueba y las Tiendas de Control contenían proporciones diferentes de estos subtipos, se ponderaron las Tiendas de Control para que tuvieran el mismo perfil que la población de Tiendas de Prueba, habiendo calculado las diferencias de rendimiento entre cada subtipo de tienda en las dos regiones.

Se utilizó el siguiente enfoque para calcular los aumentos en las Ventas de las Tiendas de Prueba por encima de lo esperado. Para cada subtipo, se calcularon los aumentos de ventas normalizados en el período de prueba de 2022 utilizando las ventas promedio de la tienda en 2021 y la desviación estándar de las ventas de 2021; este cálculo se realizó tanto para las Tiendas de Prueba como para las Tiendas de Control.

Los aumentos normalizados en las Tiendas de Control se restaron de los aumentos normalizados en las Tiendas de Prueba. Utilizando los datos de las Tiendas de Prueba de 2021 (promedio y desviación estándar), estos resultados se desnormalizaron para obtener el cambio incremental en las ventas por encima de lo esperado en las Tiendas de Control.

ACERCA DE COMOSOFT

Fundada en 1994, Comosoft cuenta con décadas de experiencia en asociarse con importantes minoristas y fabricantes de todo el mundo, ayudándolos a prosperar en el complejo mundo de marketing y promoción minorista impulsado por datos. Comosoft es un pionero global establecido en sistemas de medios multicanal y PIM (Gestión de Información de Producto) para los sectores de bienes de consumo, retail, catálogos, comercio electrónico y manufactura. Nuestro objetivo es proporcionar plataformas de producción de datos y medios que satisfagan los cambiantes requisitos de canales en el mundo moderno de los negocios, el marketing y el comercio digital habilitado. Las herramientas de software LAGO de Comosoft reflejan las mejores prácticas y flujos de trabajo comprobados para la optimización de contenido rico en datos.

ACERCA DE DECASIM

DecaSIM se encuentra a la vanguardia de las soluciones de IA para el retail, permitiendo a los minoristas optimizar estrategias de marketing, personalizar experiencias de cliente e impulsar ventas y beneficios incrementales. A través de avanzados algoritmos de inteligencia artificial, DecaSIM capacita a los minoristas para tomar decisiones medibles e informadas que aumentan la expansión de ingresos e impulsan la rentabilidad.

CONTACTO

AMERICAS

Comosoft Inc.
7250 Dallas PKWY, Suite 400
Plano, Texas 75024, United States

+1 469-633-1650
info@comosoft.com
www.comosoft.us

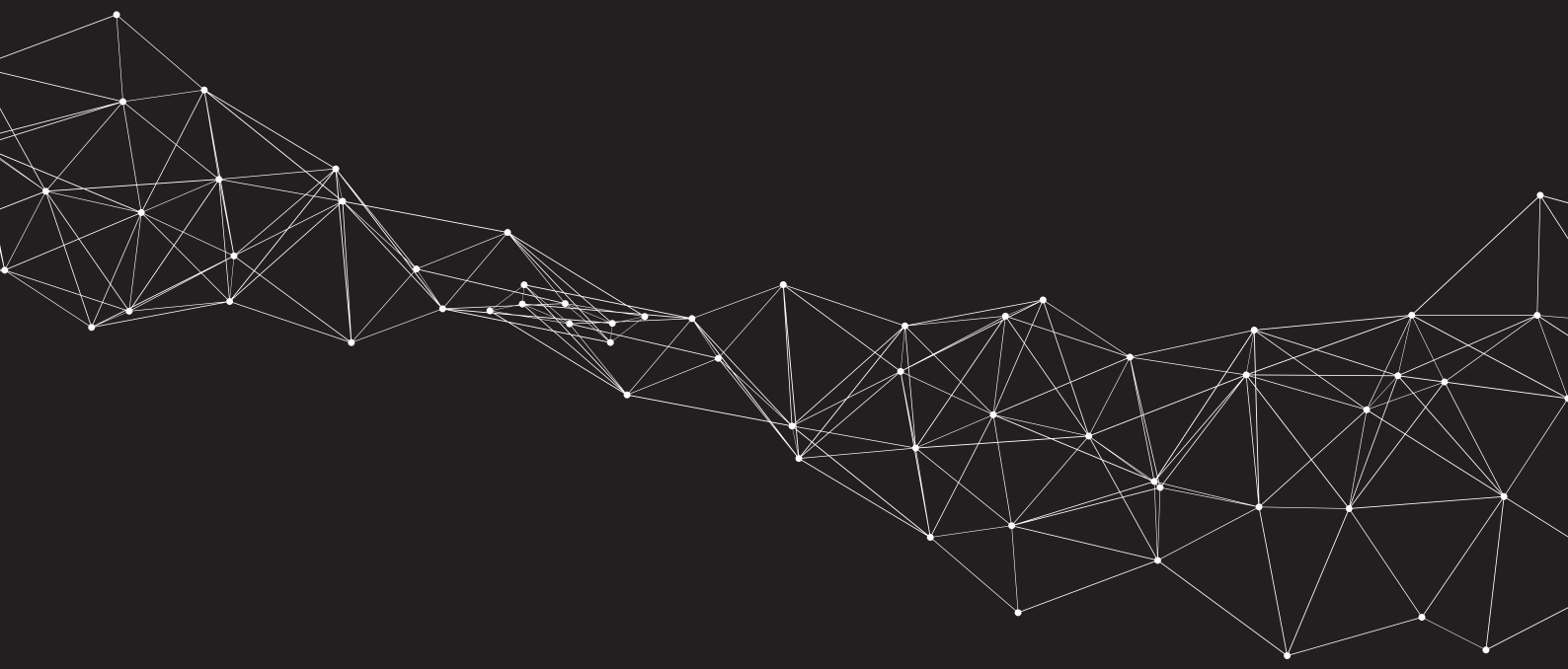
EUROPE

Comosoft GmbH
Hindenburgstrasse 49
22297 Hamburg, Germany

+49 40 8533180
info@comosoft.de
www.comosoft.de

Comosoft Technology Spain S.L.
c/o Vortex Centro
C/ Sorní 12 – entresuelo,
46004 Valencia, Spain

info@comosoft.es
www.comosoft.es



COMOSOFT
MULTICHANNEL SOLUTIONS

DecaSIM

232509