



Los retos del sector **Retail** que resuelve la **Inteligencia Artificial**

Cómo predecir la demanda y ofrecer una experiencia de cliente personalizada en tiempo real

plain
concepts 

El sector Retail vive en una espiral frenética de cambios que busca adaptarse a los nuevos hábitos de compra de los consumidores.

Ser más rentable es el objetivo de cualquier organización, pero cuando hablamos de Retail el foco se traslada a conseguir una **experiencia de cliente excelente** y pertinente en cada momento.

La Inteligencia Artificial (IA) es la tecnología que resuelve ese reto y gracias a ella nuestros clientes del sector de ventas al por menos han conseguido desde controlar frigoríficos y estanterías de forma automatizada, a recopilar información relacionada con qué productos son los más elegidos, cuáles son los más devueltos a sus estantes, o el tiempo utilizado para la reposición de productos, etc.

De esta manera, el principal objetivo del sector, que es **mejorar las decisiones empresariales para conseguir un incremento en las ventas basado en una experiencia de compra excelente**, se hace realidad mediante el análisis en tiempo real de millones de datos de usuarios.

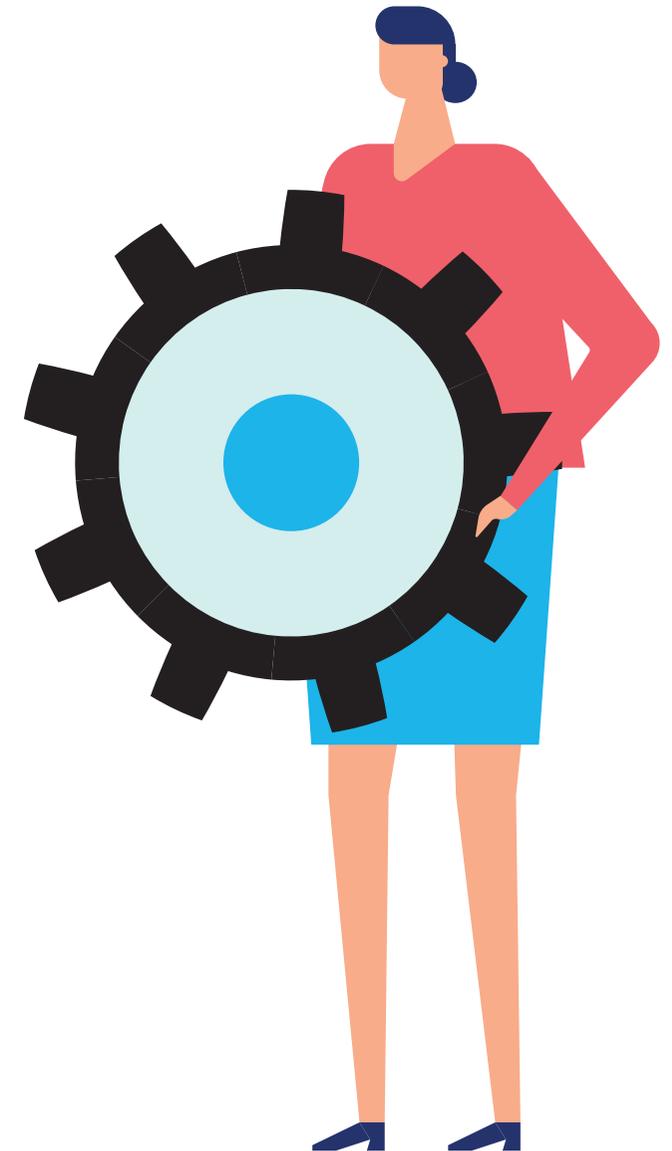
Los datos son, pues, donde reside el poder de crecimiento de una compañía de Retail, y su extracción y análisis pormenorizado será la palanca para la expansión de los negocios del sector.

Dentro de ese objetivo de crecimiento mediante el **uso inteligente de los datos** podemos identificar tres grandes challenges que son los que marcarán el futuro del sector Retail:

- Monitorear el comportamiento del cliente para identificar y rastrear **patrones de compra**.
- El uso de modelos de **detección de emociones**.
- La utilización de **métodos de pago** sencillos y cómodos para el consumidor.

La ecuación ganadora estará, por tanto, compuesta por la suma de la capacidad del negocio de predecir el comportamiento del consumidor y la posibilidad de satisfacer esas necesidades de la forma más sencilla posible para el usuario en el momento en el que decida realizar su compra.

El poder de crecimiento de una compañía de Retail reside en los datos



Mejorar el stock tacking o destocaje con IA

El primero de los retos que debe abordar un retailer es cómo **mejorar el stock tacking o destocaje**, y aquí es donde la Inteligencia Artificial juega un papel crucial.

Aquellas compañías capaces de predecir el comportamiento de sus usuarios y, con esa información, gestionar su inventario para no quedarse sin stock de sus productos estrella en el momento clave y mantener el control sobre el stock de productos perecederos serán las que lideren su segmento.

Porque el stock se puede gestionar, como era habitual hasta hace relativamente poco tiempo, en base a los datos históricos de ventas de la

compañía, pero trabajar mirando el retrovisor no es la mejor estrategia, por contra, la Inteligencia Artificial permite actualmente realizar una **monitorización de la rotación de productos en tiempo real**, así como un análisis de la coyuntura de compra, lo que hace posible una reacción rápida que garantice la disponibilidad de las mercancías de determinados productos en función de los parámetros que activan la compra, como puede ser el clima. Si hay previsión de nevadas, tu tienda de venta de productos deportivos debería tener stock suficiente de monos de sky, trineos, etc.

Detrás de toda esa potencia que ofrecen nuestras soluciones de Inteligencia

Artificial está **Microsoft Azure**, que permite construir soluciones de software que funcionan como el "cerebro" del negocio, desde donde se establece una comunicación directa y absolutamente segura entre toda la información, de modo que la dirección de la compañía puede adelantarse a las exigencias del mercado y ofrecer a sus usuarios aquello que demandan antes incluso de que sepan que lo desean.

Esta tecnología es capaz también de rastrear patrones de compra de los clientes en un área específica de la tienda física e incluso detectar el estado de ánimo de los consumidores durante una interacción con los canales de atención al cliente de la compañía.

La sobreinformación o el exceso de datos desestructurados puede generar el resultado contrario al esperado y, en lugar de servir para tomar buenas decisiones de negocio, se convierte en un lastre que genera pérdidas.

En este sentido, la IA permite tener una visión 360° de los clientes y la capacidad de acceder y analizar los datos procedentes de distintas fuentes en tiempo real, para comprender y optimizar las decisiones comerciales.

Un ejemplo de lo que puedes conseguir con nuestras soluciones de IA basadas en la tecnología Microsoft es el uso de computer vision o visión artificial para identificar y reconocer los comportamientos y estado de ánimo de los consumidores, así como automatizar tareas que replican las capacidades humanas.

Si quieres saber más sobre cómo aplicar la IA a tu negocio y conocer las experiencias de los clientes de Plain Concepts, contáctanos aquí.

