Publicado en el 15/02/2016

Consum confía en IBM para mejorar sus ofertas personalizadas

La Cooperativa ha puesto en marcha una nueva solución tecnológica de la mano de IBM que permite que la velocidad de su plataforma de ofertas online personalizadas sea más rápida. Además, ésta nueva apuesta integra la información que proporcionan los tickets de compra con los datos de la tarjeta de fidelización de los clientes, optimizando así la gestión del big data de Consum

Madrid/Valencia.- Consum ha puesto en marcha una solución tecnológica para mejorar la velocidad de su oferta personalizada, para lo que ha contado con tecnología analítica de IBM. La Cooperativa genera más de un millón de ofertas personalizadas de “Mis ofertas” y 200.000 combinaciones diferentes de “Cheque-crece” cada mes. Gracias a la aplicación de la solución de analítica de negocio de IBM, Consum optimiza la gestión de su big data que incluye los gustos y preferencias de sus socios-clientes. Con el cruce de estos datos, marca/producto y cliente, se generan casi tantas combinaciones como socios-clientes tiene la Cooperativa, lo que supone una de las ofertas personalizadas más avanzadas de Europa.

La solución integra la información que proporcionan los tickets de compra con los datos de la tarjeta de fidelización de cada cliente. Esto permite preparar promociones con productos afines y analizar las tendencias. El objetivo es que el cliente pueda tener una experiencia de compra aún más personalizada. Cada mes se ofrece a cada cliente una selección de 9 productos en oferta, de entre un grupo de más de 300, en función de sus hábitos recientes de compra.

La nueva solución también permitirá a Consum conseguir una mayor eficacia en la gestión de tiendas y en el área logística, mejorando la rotación de los productos, reduciendo stocks y aumentando el control de caducidad, lo que garantiza la frescura al llegar al momento de consumo. Además, se consigue una mejora en la conexión entre suministro y venta ya que la información de los productos se gestiona en tiempo real.

“Esta tecnología, que nos permite unos mejores rendimientos en el análisis y gestión de la información, nos ofrece un alto potencial de mejora en la experiencia de compra y servicio al cliente”, explica Amadeo Ferrer, director Financiero y de TIC de Consum.

“Los datos son el mayor activo de las empresas. Hoy en día todas disponen de una gran cantidad de información sobre sus clientes, pero no siempre esta información se explota y no siempre se utiliza con la agilidad necesaria para capturar su valor en el momento. El uso de tecnologías analíticas avanzadas para tratar la información, diseccionarla y poder anticipar comportamientos, tomar acciones e incorporar el impacto de dichas acciones en el ciclo de decisión permite a las empresas como Consum ser cada vez más competitivas en su mercado”, comenta Lucía Álvarez, directora de Analytics de IBM España, Portugal, Grecia e Israel.

Un ejemplo del resultado que se consigue con el uso de esta solución -compuesta por las herramientas IBM PureData for Analytics (powered by Netezza), IBM InfoSphere DataStage e IBM SPSS Modeler, todos ellos productos del área de Analítica de IBM- son las más de 360.000 combinaciones de ofertas que se generaron el pasado mes de diciembre. Estas ofertas personalizadas se pueden canjear en tienda llevando el cheque regalo que se envía por correo postal en papel, imprimiéndolos a través de la página web de Consum o a través de la aplicación móvil de Mundo Consum.

Sobre IBM. Con una inversión anual de alrededor de 6.000 millones de dólares en I+D+i y el mayor número de patentes registradas durante 23 años consecutivos (7.355 patentes registradas en 2015), IBM lidera la innovación tecnológica. IBM está presente en 175 países y tiene una plantilla mundial de unos 380.000 profesionales. Su actividad está centrada en proporcionar a sus clientes soluciones tecnológicas y servicios de consultoría de negocio y tecnologías de la información que contribuyan al éxito de sus negocios.

Sobre Consum. Consum es la mayor cooperativa del arco mediterráneo español. Cuenta con 646 supermercados, entre propios y franquiciados, distribuidos por Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Castilla-La Mancha, Andalucía y Aragón. En 2014 facturó 1.942,9 millones de euros, un 5,6% más, y obtuvo un beneficio de 34,1millones de euros. Con más de 2,5 millones de socios-clientes y 12.100 trabajadores, Consum es la única empresa de distribución con el Certificado de Empresa Familiarmente Responsable (Efr). En 2014 la Cooperativa ha sido certificada con el sello Top Employers, como una de las Mejores Empresas de España para trabajar, según la consultora Top Employers Institute.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: Telecomunicaciones Innovación Tecnológica

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es