

# SINTEC HOT TOPICS

Copyright © 2021 Sintec, All rights reserved.

ABRIL 2021

## CONOCE A TU CLIENTE

Y DALE  
UNA MEJOR  
EXPERIENCIA DE  
COMPRA CON D2C

Creado por inteligencia  
Comercial de Sintec Consulting



### Industrias que impacta:

Consumo, Alimentaria  
Productos Industriales,  
Telecom, Farmacéutica  
Retail, Logística, Automotriz,  
Construcción.

El consumidor final espera cada vez más experiencias y recompensas personalizadas. Más allá de representar un obstáculo, esto es una gran oportunidad para las empresas, pues 74% de clientes B2B y el 63% de los consumidores finales pagarían más a cambio de una mejor experiencia. Esto convierte a aquellos que dominan los datos del consumidor en los ganadores del mercado, los que tratan directamente con el cliente, típicamente los distribuidores de un producto o servicio.

Ante la urgencia de contar con datos que les permitiera conocer las necesidades del cliente, compañías B2B han desarrollado su canal directo al cliente final (D2C). En México, los fabricantes de productos de consumo masivo como Coca-Cola fueron los pioneros, pero también se han unido fabricantes de productos industriales como Cemex. Estos han aprovechado las bondades y expansión acelerada del e-commerce para capturar los beneficios de vender directamente al cliente, pero antes tuvieron que adoptar las mejores prácticas para una estrategia exitosa.

### Los beneficios de incorporar el canal D2C

- ★ **Dominio de la experiencia del consumidor:** recopilar datos del consumidor para su análisis, lo que permite hiper-segmentar y controlar directamente su experiencia
- ★ **Mayores márgenes:** mayor control sobre el precio del producto y adopción de modelos de pricing dinámico
- ★ **Reducción en tiempos** de time-to-market y de logística inversa, al "saltarse" la cadena de suministro del distribuidor

### Algunos retos para vender directamente al cliente

- ★ **Desarrollar modelos de atención ágiles y eficientes para atender al comprador final,** superando las arraigadas prácticas de venta B2B ineficientes que entorpecen el customer journey
- ★ **Absorber costos de última milla,** que representan 40-50% de los costos de toda la cadena de suministro y que de no optimizarse pueden mermar las ganancias 26 % en 3 años.
- ★ **Lidiar con una mayor presión en cadena de suministro,** ocasionadas por menores tiempos de entrega para órdenes más fragmentadas, lo que demanda de 2 a 3 veces más trabajo que las órdenes B2B tradicionales.
- ★ **Desarrollar capacidades de logística inversa:** 30% de productos vendidos en línea pasan por este proceso.

# SINTEC HOT TOPICS

Copyright © 2021 Sintec, All rights reserved.



**Desde antes de la pandemia, el 70% del crecimiento de las empresas de productos de consumo provenía de sus canales online D2C.**

- ★ **Desarrollo de estrategias que contemple a los distribuidores,** que tienen una base de clientes desarrollada y que son imprescindibles para el éxito de la marca.

## Mejores prácticas hacia la transición

Para servir tanto a clientes B2B y B2C, las empresas deben adoptar las mejores prácticas en los siguientes rubros:

### ★ Portal online de clase mundial:

- ☆ **Experiencia al cliente impecable,** fácil de usar, omnicanal, rápido, seguro y de autoservicio.
- ☆ **Compatible con teléfonos celulares y tablets.**
- ☆ **Visualización de productos:** videos, mostradores virtuales, etc.
- ☆ **Cotizaciones automáticas y personalizadas**
- ☆ **Recomendaciones personalizadas de productos y paquetes,** que favorezcan cross-selling y up-selling
- ☆ **Plataforma que se adapta a necesidades B2C y B2C:** desplegar características de acuerdo con el tipo del cliente que usa la plataforma. Por ejemplo, para B2B, habilitar personalización de precios, descuentos por volumen y gestión avanzada de órdenes.
- ☆ **Transparencia y veracidad en tiempos de entrega**

- ★ **Tecnología para el manejo de complejidad incrementada en la cadena de suministro:** permite gestionar y procesar órdenes e inventarios fragmentados de extremo a extremo de la cadena

- ★ **Relaciones estratégicas de transporte:** permite obtener el mejor servicio de paquetería al menor costo y que maneje la complejidad de la logística inversa.

- ★ **Planeación sólida de la demanda:** fundamental para disminuir el riesgo de acumular inventarios e incurrir en mayores costos logísticos

- ★ **Inventario y red de distribución omnicanal:** efectuar envíos desde tiendas o bodegas cercanas al destinatario para reducir el tiempo y costos de entrega

- ★ **Continuar involucrando a los distribuidores:** reducir conflictos y asegurar una relación ganar-ganar a través de continuar involucrándolos en el negocio, como promocionar sus puntos de venta en el portal web y cederles *leads* que podrían ser atendidos óptimamente por ellos.

# SINTEC HOT TOPICS

Copyright © 2021 Sintec, All rights reserved.



**81% de marcas podrían extinguirse porque no crean contenido relevante ni ofertas personalizadas a partir de datos del consumidor.**



**Las empresas están en riesgo de perder 4 de cada 10 clientes por una pobre personalización.**

A través de Sintec *Hot Topics*, el equipo de Inteligencia Comercial de Sintec Consulting comparte temas de actualidad que incluyen primeros resultados de investigaciones en curso, abarcando mejores prácticas y tendencias de las principales industrias del país. De esta forma, Sintec Hot Topics invita a nuestra audiencia a conocer y reflexionar sobre ideas y tendencias emergentes que podrían impactar en su negocio.

## Ejemplo del desarrollo del canal D2C por un proveedor B2B

Quooker es un destacado fabricante europeo de grifos para agua hirviendo. Antes de su transición, vendía 110 mil piezas anualmente a través de 2,500 distribuidores. Ante la creciente competencia y demandas de los clientes que exigían experiencias personalizadas, evolucionó de B2B a B2B2C a través de un portal web.

Su página tiene un diseño fácil de usar y un configurador avanzado de productos que habilita la personalización. Los clientes pueden solicitar accesorios y complementos en línea. Para minimizar los conflictos con los distribuidores al abrir su propio canal, implementó un localizador de tiendas inteligente que mantiene a sus socios estratégicos dentro del radar del consumidor.

Quooker logró expandir 180% sus ventas en línea y duplicar los ingresos de su negocio en un horizonte de 3 años.

## Conclusión

La pandemia aceleró el hábito de la compra en línea, lo que se ha reflejado en un crecimiento de la información disponible del consumidor, oro puro para las marcas. Solo 2 de cada 10 marcas capitalizan estas oportunidades, lo que deja al resto en peligro de extinguirse porque no hacen contenido relevante o descuentos personalizados a partir de los datos del consumidor. Por lo tanto, aquellas empresas cuya naturaleza lo exija deben apresurarse a desarrollar su canal D2C para acceder a estos beneficios que les permitirán enfrentar a nuevos entornos de mercado más complicados que surgirán en el futuro.

## Referencias:

- [https://sintec.com/p\\_innovador/el-futuro-de-los-modelos-b2b/](https://sintec.com/p_innovador/el-futuro-de-los-modelos-b2b/)
- [https://sintec.com/p\\_innovador/claves-para-triunfar-en-e-commerce-de-b2b/](https://sintec.com/p_innovador/claves-para-triunfar-en-e-commerce-de-b2b/)
- <https://www.erpsoftwareblog.com/2017/08/5-cornerstones-of-a-successful-b2b2c-e-commerce-strategy/>
- <https://www.bigcommerce.com/blog/b2b2c-ecommerce/#tactics-for-being-successful-with-b2b2c>
- <https://onfleet.com/blog/6-ways-to-reduce-last-mile-delivery-costs/>
- <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/02/26/why-2020-is-the-year-for-your-company-to-become-data-driven/?sh=d172d497513e>
- <https://www.sclogistics.com/wp-content/uploads/2019/06/Expanding-B2C-eBook.pdf>
- <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2019-03-11-gartner-survey-shows-brands-risk-losing-38-percent-of>
- <https://tinuiti.com/blog/ecommerce/cpg-industry-trends/>