

La inteligencia artificial reinventa el *retail*

El sector del comercio minorista está en un momento crucial porque el consumidor actual le pide una mejor experiencia de compra y el mismo servicio en la tienda física que en la *online*. Microsoft, que está apostando por incluir la inteligencia artificial en sus últimas soluciones empresariales como acelerador de los procesos de transformación digital de las organizaciones, ha preparado una nueva oferta dentro de Dynamics 365 para impulsar la **eficiencia y mejorar los resultados del sector *retail***.

R.M.

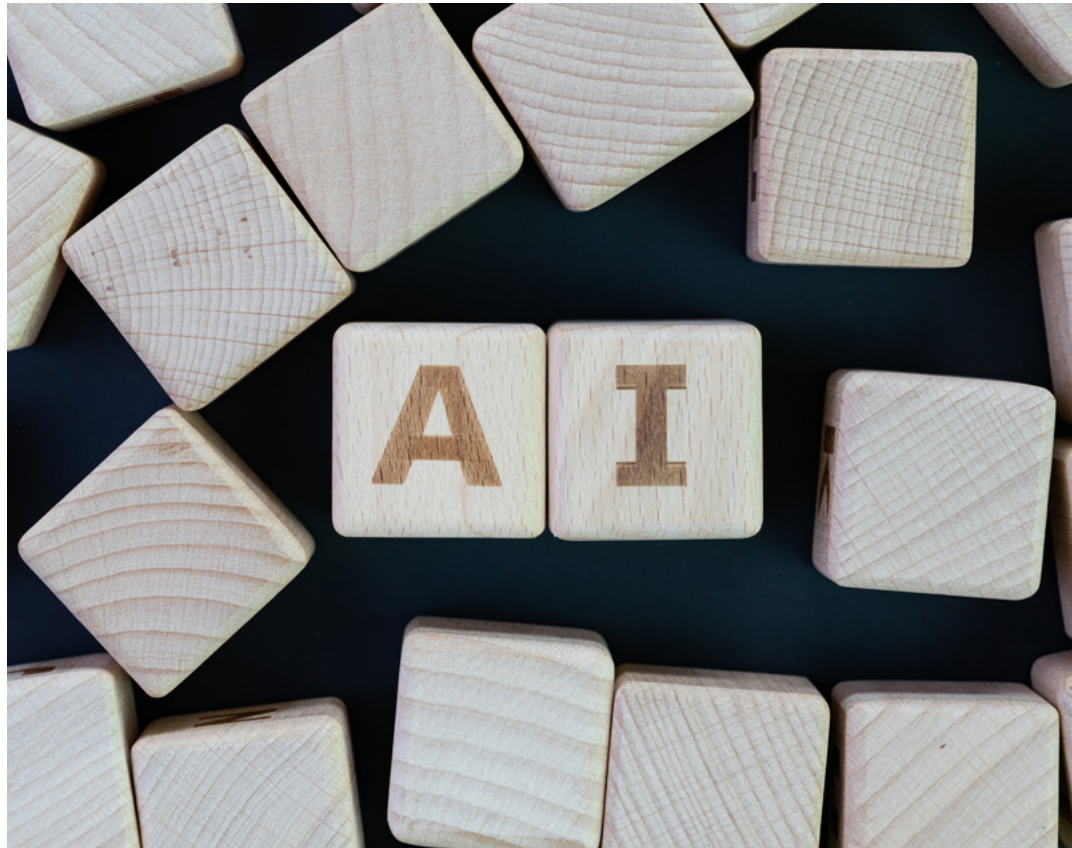
El consumidor actual demanda una experiencia personalizada a la hora de comprar y un servicio de calidad. Esta exigencia está obligando a los minoristas a reinventarse y la tecnología es su mejor aliado para agilizar sus procesos de gestión internos, conocer mejor a sus clientes y proporcionarles una experiencia acorde a sus necesidades.



Los *retailers* que no se enfocan en la personalización corren el riesgo de perder tanto dinero como clientes, ya que el 77 % de los consumidores espera personalización en los grandes comercios *online* y el 51 % espera personalización en las tiendas físicas, según datos aportados por Microsoft. Además, la falta de personalización supone un coste anual de 756.000 millones de dólares para las empresas de Estados Unidos.

Estas cifras revelan que los comercios tienen que utilizar las herramientas tecnológicas que tienen a su alcance. La integración de soluciones de inteligencia artificial en los canales digitales y físicos es la mejor opción para mejorar la experiencia de sus clientes.

Microsoft considera que la inteligencia artificial, que incluye servicios cognitivos, el *machine learning* o los *bots*, será la herramienta que acelere la transformación digital del *retail*. Su uso permitirá que los *retailers* puedan obtener una mayor eficiencia y extraer información útil de sus clientes.



El valor de la inteligencia artificial en los negocios

Alysa Taylor, vicepresidenta corporativa, Business Application & Global Industry de Microsoft, subrayó que en el último año la compañía ha

invertido en sus aplicaciones de información basadas en IA para ofrecer características nuevas. “Ahora somos capaces de ofrecer a los clientes una vista de 360 grados de su negocio. Algo que va más allá de la captura de datos e información de forma retrospectiva, sino que apuesta por la unificación de todos los datos, proporcionando inteligencia y que permite a sus empleados tomar decisiones y acciones de forma proactiva”, recalcó.

Uno de los principales benefi-

cios de la aplicación de la IA en el negocio es que permite construir relaciones sólidas con los clientes a largo plazo. Por este motivo, Microsoft Dynamics 365 Customer Insights, que estará disponible la próxima primavera, ha incluido nuevas funcionalidades para maximizar el valor de la vida del cliente con una CDP prediseñada, fácil de usar y que potencia las experiencias personalizadas. Ahora es posible

Ventajas

Una plataforma unificada de inteligencia artificial ayuda a los comercios a:

- **Controlar y gestionar más eficazmente las mercancías y el inventario.**
- **Predecir lo que los clientes quieren.**
- **Detectar y reducir los problemas de seguridad.**
- **Sincronizar el inventario en los distintos canales.**
- **Acceder al conocimiento basado en los datos.**



asignar clientes potenciales y contactos a grupos de compra, cuentas y jerarquías de cuentas, proporcionándoles la capacidad de crear segmentos y medir la relación entre una cuenta y un contacto.

Al mismo tiempo, la compañía ha desarrollado Dynamics 365 Product Insights, nueva una aplicación que aporta información de productos físicos conectados y ayuda a conocer el rendimiento de los produc-

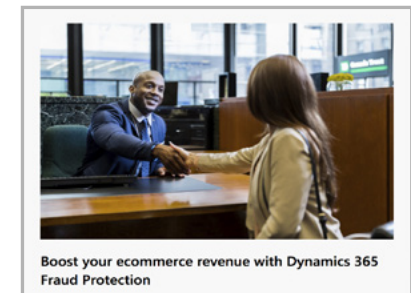
tos y las interacciones con los clientes. De esta manera, las empresas pueden construir relaciones más enriquecedoras y mejorar el compromiso con ellos.

Microsoft también ha introducido nuevas capacidades en Dynamics 365 Virtual Agent for Customer Service para que sea más fácil crear e implementar agentes virtuales que participen en conversaciones personalizadas con los clientes y no sea necesario escribir una sola línea de código.

Las mejoras también han llegado a Dynamics 365 Supply Chain Management para incluir nuevas funcionalidades de IoT, lo que permite a los distribuidores gestionar de forma proactiva la producción y el *stock* en tiempo real o predecir las necesidades de mantenimiento de los equipos críticos para la empresa antes de que se produzca el tiempo de inactividad.

La IA, puente entre el mundo físico y online en el sector retail

La inteligencia artificial impactará en el mundo del comercio minorista facilitando la convergencia del



Protección contra el fraude de Dynamics 365

MÁS INFORMACIÓN

canal físico y el *online*. La aplicación de inteligencia basada en datos y las aplicaciones empresariales modernas facilitan a las organizaciones la posibilidad de ofrecer procesos de compra personalizados y diferenciados. Microsoft ha visto la oportunidad de ayudar al *retail* en este momento de transformación y ha lanzado dos nuevas aplicaciones para que la IA sea una realidad en las tiendas.

Dynamics 365 Commerce

Microsoft ha dado un paso más dentro de su estrategia de soluciones para el sector del comercio con la evolución de Dynamics 365 para Retail, que se ha convertido en Dynamics 365 Commerce. Esta novedad es una solución completa y omnicanal para empresas de *retail* y de comercio electrónico que unifica las experiencias de *back-office*, *in-store*, *call center* y las digitales. Esta solución incorpora soluciones de productividad y colaboración lo que facilita el trabajo de los empleados y, al mismo tiempo, propor-

ciona una experiencia para que la compra sea divertida y gratificante. Además, los sistemas inteligentes proporcionan una visión en profundidad que mejora al máximo la toma de decisiones y la personali-

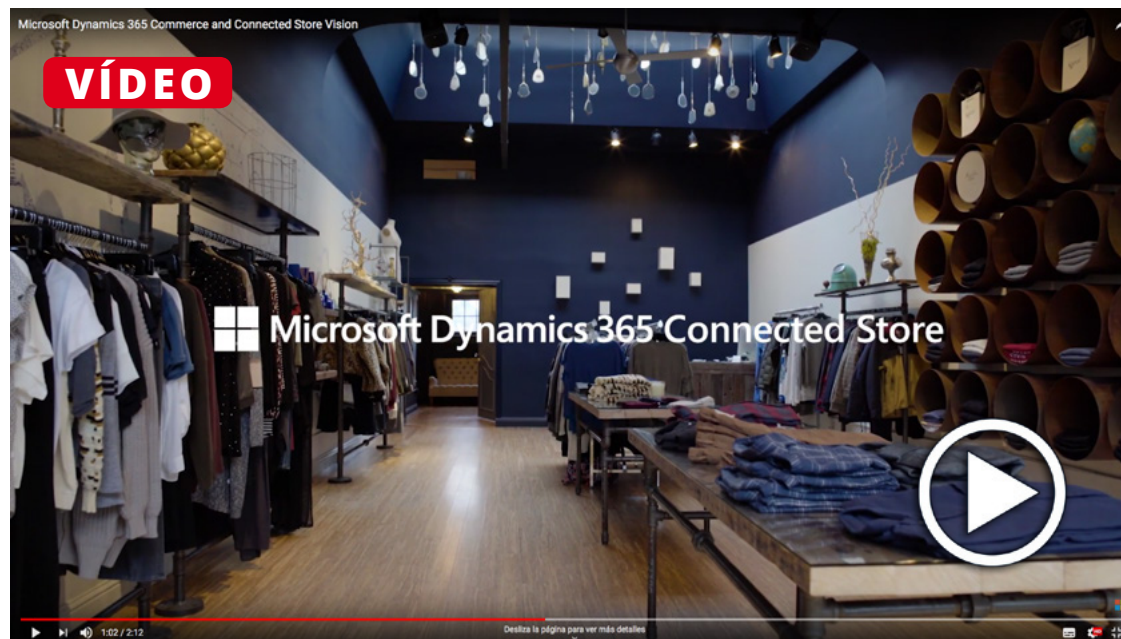
zación, favoreciendo también la fidelización de los clientes y la eficiencia de la cadena de suministro.

Dynamics 365 Connected Store

Otra de las novedades que Microsoft ha preparado para el sector *retail* es Dynamics 365 Connected Store, una aplicación que ayuda a las tiendas físicas a comprender

y mejorar la experiencia de compra, mediante el análisis de datos de dispareas cámaras de vídeo y sensores IoT, que proporcionan información predictiva en tiempo real para que los empleados y directores de las tiendas puedan tomar mejores decisiones.

Utiliza datos generados a medida que los clientes se desplazan por la tienda y del estado de los equipos y los productos de la tienda con el



Starbucks

La cadena de cafeterías Starbucks ha elegido la tecnología de Microsoft para ofrecer una experiencia personalizada a sus clientes. Utiliza la tecnología de aprendizaje de refuerzo, que es un tipo de *machine learning* en el que un sistema aprende a tomar decisiones en entornos complejos e impredecibles basados en la retroalimentación externa, para que los clientes que utilizan la aplicación móvil obtengan una experiencia más personalizada.

A través de la aplicación, los clientes reciben sugerencias de pedidos a medida que se generan a través de una plataforma de aprendizaje de refuerzo construida y alojada en Microsoft Azure.

Esta tecnología y el trabajo de los especialistas en datos hacen posible que los usuarios activos en Starbucks Rewards reciban recomendaciones de la aplicación para alimentos y bebidas basadas en el inventario de la tienda local, los pedidos más populares, el clima, la hora del día, las preferencias de la comunidad y los pedidos anteriores.

fin de crear alertas a los empleados y percepciones procesables para mejorar la eficiencia.

Dynamics 365 Connected Store hace un seguimiento de las tendencias a lo largo plazo en el espacio de venta al por menor, proporcionando patrones y oportunidades día a día. Esta información les llega a todos los miembros del equipo a través de correos electrónicos automatizados y una aplicación web revisa y reporta datos.

[Marks & Spencer \(M&S\)](#) ha seleccionado esta solución para desplegarla en su tienda de Londres con el objetivo de convertirse en un minorista digital. Dynamics 365 Connected Store ofrece a los empleados una visión en tiempo real de lo que está sucediendo en su espacio de venta para trabajar de una manera más eficiente.

Inteligencia artificial en el comercio minorista
Transformación del mercado

MÁS INFORMACIÓN

Reinvención del comercio minorista en la era digital

MÁS INFORMACIÓN