

Omnitel Retail ofrece un servicio 360° a las marcas para impulsar sus ventas en el canal físico y *online*

RETAIL

Omnitel Retail es la unidad de negocio dedicada a las soluciones para el *retail* del grupo Omnitel Comunicaciones. A su extensa cartera de soluciones que abarcan desde la gestión de la fuerza de ventas hasta el análisis *online* se suma un nuevo servicio, diseñado con la colaboración de la empresa Gespromos, para “humanizar” la atención al cliente a través de la web: el promotor digital. Esta novedad potencia la propuesta de servicio 360° del grupo para que las marcas puedan mejorar su posicionamiento y resultados en el punto de venta.

Rosa Martín

Omnitel Comunicaciones nació hace 25 años de la mano de dos ingenieros de telecomunicaciones que apostaron por trasladar su fórmula de trabajo al desarrollo del negocio de fabricantes del sector TIC. Unos años después, gracias a su experiencia con clientes de la talla de HP, Microsoft, Intel o AMD para los que desarrollaron sus acciones en el punto de venta, dio el salto al mundo del *retail*, diseñando una oferta que aborda todos los aspectos promocionales y de marketing del comercio tanto físico como *online*.

Lorenzo Marín, director de Omnitel Retail, señala que partiendo de las colaboraciones con estas marcas ha ido “reinventando” su propuesta para adaptarla a las cambiantes necesidades del mercado. “Omnitel ha ido cambiando al ritmo que demandaba el mercado proponiendo soluciones innovadoras y buscando el máximo ROI para nuestros clientes”, subraya.



Propuesta para *retail*

Esta especialización y *expertise*, unido a su vocación de servicio y cercanía al cliente, han sido claves para consolidar su negocio y diseñar una propuesta atractiva para el sector *retail*. Su *portfolio* de soluciones comprende

desde la mejora de la visibilidad del producto en el lineal hasta la creación de un “*shop in shop* propio” en un centro comercial, la gestión del *stock* en la tienda o los servicios de *mystery shopper*. Dentro de este abanico de soluciones destaca la gestión de la fuer-

Evolución del comercio

La unidad de negocio destinada al *retail* de Omnitel como Gespromos tienen un conocimiento profundo del comercio y de la evolución tanto de las preferencias de los consumidores en el proceso de compra como de la demanda de los propios *retailers*.

Los especialistas coinciden en señalar que el auge del comercio *online* no acabará con la experiencia de compra en la tienda física porque hay muchos productos que se tienen que ver, tocar y probar antes de comprar. Al mismo tiempo, los informes que manejan indican que el público sigue comprando en las tiendas físicas, pero pasan menos tiempo en ellas porque buscan más información *online* sobre

los productos. “Jugamos con las dos partes. La *online* la cubrimos con el promotor digital y cuando se acude a la tienda con el promotor físico de la marca que te va a orientar y ayudar”, comenta Marín.

Al mismo tiempo, en los últimos años se observan el cambio en la manera de promocionar en el *retail*. Anteriormente las ofertas eran esporádicas y ahora hay oferta continuamente. “El cliente ya se ha acostumbrado a eso y se espera a comprar cuando hay una oferta grande”, añade. Por tanto, las promociones del tipo “días sin IVA” o *BlackFriday* están marcando las compras de los clientes medios.

za de ventas y los equipos comerciales, una opción que denominan *outsourcing* de valor y que proporciona un servicio completo al cliente que comienza con la selección de la toda la fuerza de ventas y finaliza con toda la gestión de la parte comercial y de marketing de la marca.

Otro servicio que destaca en su propuesta es la gestión de promotores. “Gestionamos

promotores para diferentes clientes y una de las principales ventajas que aportamos es que estamos homologados para trabajar en cualquier *retailer* tanto de España como de Portugal”, según indica Marín.

Esta homologación le permite poner en marcha cualquier campaña de manera muy rápida. “En algunas cuentas en una semana podemos poner promotores en el punto de

venta”, recalca. Esta rapidez le permite ser más competitivo frente a otras campañas de la competencia.

En su catálogo de servicios también brillan las campañas de implantación de PLV. “Tenemos la capacidad de diseñar la campaña desde el concepto creativo hasta la fase de producción de materiales y de implementación. A los clientes les podemos ofrecer todo



*“Estamos homologados
para trabajar
con cualquier retailer de
España y Portugal”*

La unidad de negocio dedicada al *retail* de Omnitel Comunicaciones ofrece un completo abanico de soluciones para satisfacer todas las necesidades de los clientes. En su propuesta se encuentran desde la gestión de la fuerza de ventas y los equipos comerciales hasta la gestión de promotores en el punto de venta, pasando por diferentes soluciones para atender la demanda en el canal *online*.

el ciclo desde que se le ocurre una idea para una campaña hasta que la ve físicamente en la tienda”.

Omnitel Retail también aporta soluciones para la gestión del canal *online*. Uno de los servicios más novedosos es el de la figura “*e-merchandizer*”, que es un analista del negocio y del posicionamiento de los productos en la web, que aporta un gran conocimiento del mercado y de herramientas como PowerBI.

Gespromos

La transformación digital del comercio no impide que uno de los servicios más demandados sea el de promotor en el punto de venta. Marín explica que el tiempo medio del cliente en la tienda cada vez es menor porque las búsquedas de información *online* de los productos han crecido, pero al estar menos tiempo la figura del promotor de una marca es más importante para aconsejar al cliente. En este apartado, cuenta con la experiencia y el *know-how* de Gespromos, una de las empresas del grupo que cuenta con una experiencia de 18 años en la selección de personal para campañas para *retail*. Esta compañía proporciona azafatas, modelos, animadores y cualquier perfil requerido en un evento. "Estamos especializados en grandes campañas para *retail*", destaca Elena Ortiz, directora general de Gespromos.

La agencia, que también está homologada por los principales *retailers*, cuenta con una



La eficacia, el servicio al cliente y la capacidad de resolver incidencias son los rasgos que caracterizan a Gespromos, una compañía que lleva 18 años dedicada al ofrecer un servicio integral para la gestión de las campañas. Elena Ortiz, directora general de Gespromos, detalla las ventajas de trabajar con su compañía.

“Estamos siempre pendientes del cliente”

amplia base de datos de promotores y de personal muy fidelizados, lo que le permite mantener un ritmo de contratación de 200 promotores mensuales y una tasa de incidencias menor al 1 %. Sus principales ventajas frente a otras agencias son su experiencia para seleccionar personal de manera exhaustiva, un departamento de formación propio, el seguimiento a tiempo real de todas las campañas y su capacidad de resolución de incidencias de lunes a domingo. “Frente a otras agencias que finalizan el viernes por la tarde su servicio, estamos siempre pendien-



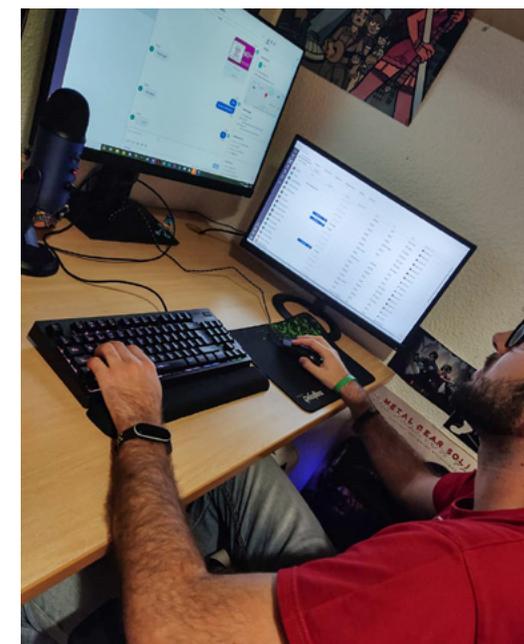
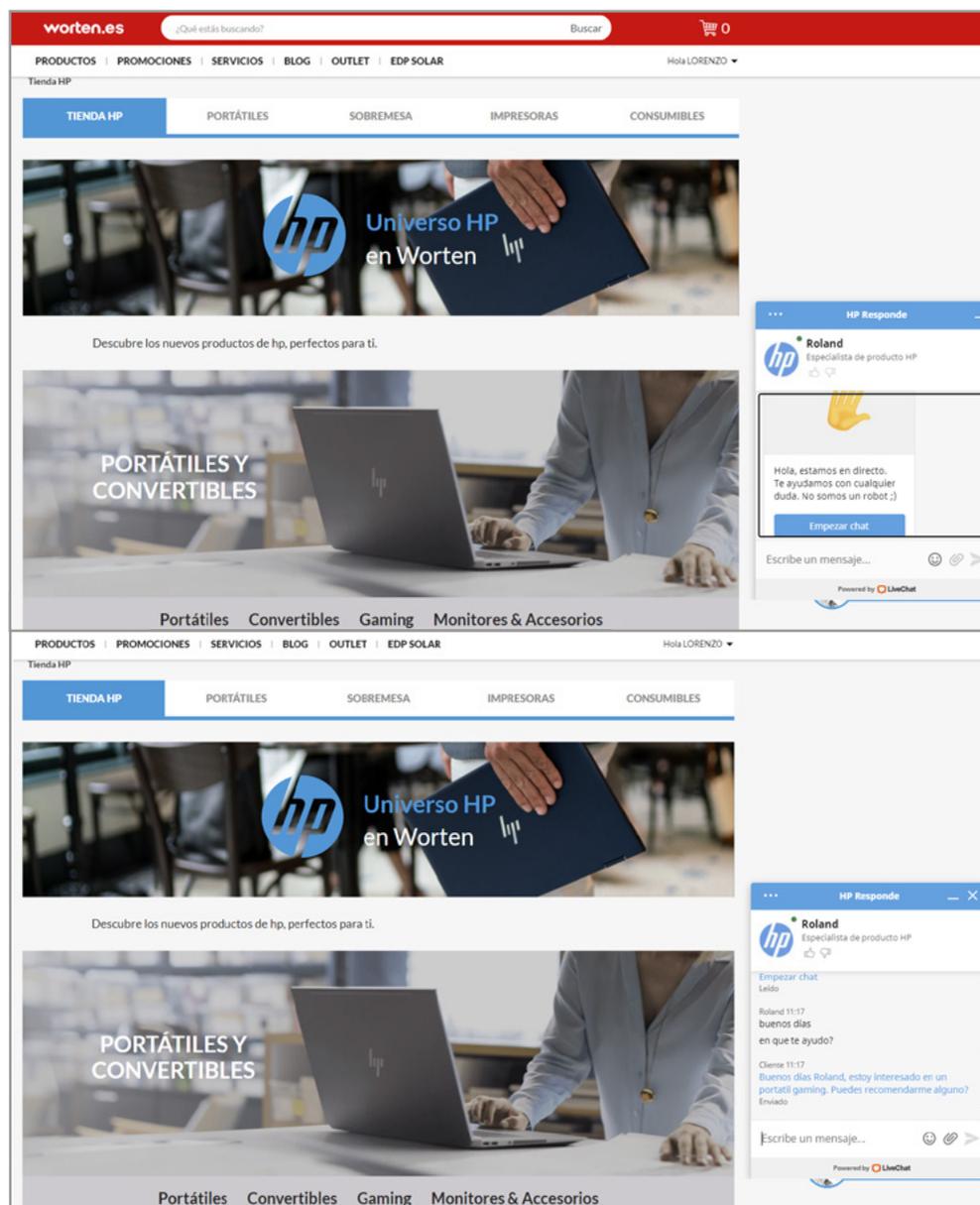
tes del cliente y dispuestos a dar cualquier solución al problema que pueda tener”, indica Ortiz.

Esta capacidad le ha permitido mantener su actividad, a pesar de las restricciones durante el tiempo de la pandemia. Las acciones en el punto de venta en el ámbito de la alimentación y la cosmética se paralizaron,

pero el auge del teletrabajo que ha elevado las compras de equipos informáticos, le ha permitido mantener al mismo ritmo la actividad con sus clientes del sector TIC. A la vez, como explica la directiva, han surgido nuevas figuras como los controladores de aforo o los encargados del cumplimiento de las medidas anticovid.

Promotor digital

El *expertise* para la selección de personal de Gespromos es uno de los pilares de la nueva propuesta de Omnitel Retail: el *promotor digital*. Un nuevo servicio para el canal *online* que lleva la atención de una persona al cliente que utiliza la web. El promotor digital parte del concepto de “humanizar los *bot* que podemos encontrar en cualquier web de *ecommerce*”, explica Marín. Esta figura supera las limitaciones de los *bot* que intentan responder a las consultas de los clientes con inteligencia artificial. El promotor, que es un especialista seleccionado por Gespromos, atenderá al cliente cuando lo solicite para resolverle cualquier duda o proporcionarle



la asesoría necesaria. “Ofrecemos un asistente que es una persona, lo que permite mejorar la experiencia del usuario y de la marca”, señala el directivo. Las ventajas de esta herramienta son claras tanto para el *retailer* como para el consumidor. El *retailer* con este servicio disfrutará de una atención personalizada en su

web para todos los productos de la marca que contrate este asistente. Y, además, no tendrá que preocuparse de los aspectos técnicos ya que Omnitel se encarga de implantar el sistema a través de un sencillo código de programación en un tiempo muy corto. Por su parte, el consumidor disfruta de una atención personalizada y no invasiva, ya que se activa cuando lo requiere. El experto le orienta en su compra e incluso puede hacerle recomendaciones de otros productos. Este novedoso servicio ya está en marcha para HP, uno de sus principales clientes, en

la web de Worten con dos agentes que están dando soporte durante 70 horas semanales. “Estamos en proceso de ampliar este servicio a otros *retailers* nacionales y tenemos muy avanzadas las negociaciones para arrancar el proceso con una de las principales marcas de televisores”, anuncia el directivo.

Servicio 360°

Esta novedad del promotor digital supone un refuerzo al porfolio de Omnitel Retail que sigue una estrategia de cercanía a los clientes para proporcionarles un servicio 360°, que responda a todas sus necesidades. Aporta frente a otras empresas competidoras una filosofía “*customer centric*”, poniendo a disposición de sus clientes todo el conocimiento de sus equipos de trabajo, una experiencia de 15 años en el mundo del *retail* y su capacidad para operar tanto en España como Portugal.

“Buscamos una relación de largo plazo en la

que podamos ir creciendo de la mano”, añade Marín.

Omnitel tiene previsto mantener esta línea de trabajo para ayudar a sus clientes a resolver los problemas que se han derivado de la pandemia y que hacen que sea cada vez más complejo destacar en el punto de venta. “Podemos vender cualquier tipo de campaña puntual, pero nuestro principal interés es crear una relación de confianza con nuestros clientes para que nos vean en todo momento como una extensión de ventas de sus proyectos”, concluye Marín.

Servicios de Omnitel Retail



Más información



Servicios de Gespromos



Más información

