

Microsoft Cloud for Retail, la nube vertical de Microsoft para la reinvencción del comercio

El pasado mes de febrero llegaba al mercado Microsoft Cloud for Retail, la nube vertical que ha diseñado Microsoft para que el comercio avance en su digitalización, optimizando sus operaciones y mejorando la experiencia de sus clientes. Almudena Valenciano, responsable del Sector *Retail* de Microsoft en España, explica que “permite alcanzar la excelencia operativa y elevar la rentabilidad”.

Rosa Martín

Almudena Valenciano,
responsable del Sector *Retail* de Microsoft en España

En este momento el consumidor es más exigente y está optando por combinar la compra presencial con la *online*. Al mismo tiempo, los *retailers* tienen que afrontar otros problemas como la escasez de personal o las restricciones de suministro. Ante esta situación, la tecnología es la mejor arma para modernizar los procesos y conocer mejor al cliente. Valenciano señala que “a medida que el comportamiento y las expectativas de los consumidores siguen evolucionando, los minoristas deben encontrar nuevas maneras de comprenderlos y satisfacerlos. Ofrecer personalización en varios canales para mejorar las experiencias de los clientes ya no es solo una ventaja competitiva. Ahora es imperativo para sobrevivir en el comercio minorista”.

Para ayudar a los *retailers* a mejorar la experiencia del cliente y a obtener más valor de los datos, Microsoft ha lanzado Microsoft Cloud for Retail, su nube vertical para el comercio minorista que permite sacar el máximo

partido a los datos a través de Azure, Power Platform, Microsoft 365, Microsoft Dynamics 365 y Microsoft Advertising. “Todo ello unido por un modelo de datos común y construido sobre una plataforma *cloud* en la que la seguridad y el cumplimiento normativo son pilares básicos”, añade Valenciano.

Ventajas

La nube para *retail* de Microsoft permite reunir los datos de fuentes dispares para obtener valor y enriquecer todos los procesos de negocio. Por ejemplo, una plataforma como Dynamics 365 Customer Insights aporta una visión de 360 grados del cliente y ayuda



a que los minoristas, incluso los que cuentan con miles de proveedores en su cadena de suministro y miles de combinaciones de artículos, puedan tomar decisiones de manera más rápida. De este modo, es más sencillo fidelizar a los clientes y atraer a otros nuevos. “Proporciona a los negocios una flexibilidad que les permite adoptar las soluciones adecuadas para satisfacer sus necesidades empresariales más urgentes desde conocer mejor a sus clientes, capacitar a sus trabajadores, crear una cadena de suministro inteligente o redefinir su modelo de negocio”, detalla la directiva. Uno de los principales beneficios de la solución es que transforma la experiencia de compra, ayudando a los minoristas a impulsar la conversión al permitir recomendaciones y resultados de búsqueda personalizados. Su capacidad de personalización en tiempo real y de creación de tiendas inteligentes facilita este proceso. Al mismo tiempo, permite construir una cadena de suministro en tiempo

Ejemplos de uso

Microsoft quiere llegar con esta solución a todo tipo de empresas minoristas. Ya ha probado la solución con algunas de las empresas más relevantes del sector del comercio como Starbucks, Walmart, Gap o Kroger.

Mark&Spencer es otro comercio que ha usado Dynamics 365 Connected Store en una de sus tiendas de Londres para obtener datos dentro de las tiendas físicas. A través del análisis de los datos obtenidos a través de los dispositivos inteligentes, como cámaras de vídeo o sensores de IoT, conoce el tiempo de espera para pagar en las cajas o las zonas de las tiendas que atraen el interés del consumidor con el fin de reforzar la labor comercial de los dependientes.

En España está trabajando con varias empresas del sector de la moda para que a través de Cloud for Retail puedan entender mejor a sus clientes. La combinación de la información *offline* y *online* con el comportamiento del cliente les permite ofrecer una experiencia personalizada y decidir en tiempo real qué ofertas proponerle. Además, está ayudando a otras empresas del sector del comercio a mejorar sus cadenas de suministro gracias a la automatización de procesos y la inteligencia artificial que ofrece la nube para *retail*.

po real conectando datos en todo el ecosistema y aplicando la inteligencia artificial para predecir la demanda, identificar problemas y optimizar el rendimiento.

Otro de sus beneficios es que ayuda a los trabajadores esenciales, que son los que están en primera línea de contacto con el cliente, a mejorar su desempeño profesional. En

este sentido, Valenciano explica que aporta soluciones de colaboración en tiempo real como Teams y, además, se puede apoyar en la plataforma Microsoft Viva, diseñada para ofrecer una óptima experiencia del empleado. “Gracias a ello se logra una experiencia unificada, que permite a las personas dar lo mejor de sí mismas”.

Partners y objetivos

Microsoft confía en su red de *partners*, que asciende a 10.300 empresas en nuestro país, para comercializar su nube para *retail*. El conocimiento y experiencia de sus *partners* son dos de las fortalezas de su canal que el proveedor potenciará a través de la formación para que conozcan al detalle la nueva propuesta. Al mismo tiempo, dará a conocer Microsoft Cloud for Retail a través de eventos e impulsará su relación con el canal ISV para completar su oferta. Sus objetivos con esta solución no es solo aportar tecnología sino



“ayudar a los comercios minoristas a construir sus propias capacidades digitales sobre esta tecnología”, indica Valenciano. Su intención es que estas capacidades permitan a los comercios mantenerse “a la altura de las demandas de los clientes tan cambiantes hoy en día, impulsar a sus empleados, transformar sus cadenas de suministro y reinventar sus negocios, haciéndolos más inteligentes para que puedan competir en un entorno altamente exigente”, añade la directiva.



[Más información](#)

