

PABLO RODRÍGUEZ AÑINO
VICEPRESIDENTE DE SALESFORCE

“La tecnología debe simplificarse para avanzar hacia una omnicanalidad real”

Ante la evolución inexorable del ‘retail’, los minoristas deben ofrecer una experiencia completa e integrada, según Pablo Rodríguez, para quien es imprescindible simplificar infraestructuras y unificar fuentes de datos. Por ello, opina que quienes sean capaces de desarrollar relaciones personalizadas con los clientes contarán con una ventaja competitiva sabiendo que “el 88% de los españoles cree que la experiencia de compra es tan importante como el propio producto”.

Balance de la última década

Lo que ha cambiado en estos últimos años, gracias a la innovación, es la capacidad que hemos adquirido para hacer un uso intensivo y global de los datos de cada cliente y la inmediatez. Hoy en día, el CRM permite tomar decisiones en tiempo real, cerrar ventas rápidamente con un marketing que da directamente en el blanco, unas operaciones de *e-commerce* que complacen plenamente las necesidades del usuario y una mayor satisfacción en la atención al cliente. Estamos consiguiendo ofrecer experiencias personalizadas a lo largo de todo el ciclo de vida de la interacción entre cliente y empresa.

Desafíos futuros

La industria del *retail* ha evolucionado mucho en los últimos años. Las tiendas de hoy deben, ante todo, conocer a sus clientes, y ofrecerles una experiencia única, personalizada y consistente a través de todos los canales: tienda, web, teléfono, redes sociales, *marketplaces*, metaverso... Lo que andamos buscando es avanzar hacia una omnicanalidad real, en la que la experiencia del cliente sea homogénea en todos los puntos de interacción. Para ello, es necesario simplificar infraestructuras tecnológicas y contar con una fuente de datos unificada de los clientes, evitando perfiles diferentes de cada cliente en función de la aplicación o canal que está utilizando.

Claves de la gestión

Las compañías se están enfrentando a diversos riesgos estratégicos y operacionales, como el retraso o la interrupción del suministro de materias primas, el incremento de los costes, la inflación, los problemas en las entregas o las dificultades relacionadas con la crisis energética, entre otros. Las que sean capaces de mantener y desarrollar relaciones personalizadas con los clientes contarán, sin duda, con una ventaja competitiva. Para ello, la tecnología juega un papel esencial. También es importante contar con sistemas basados en IA, de forma que las organizaciones puedan anticiparse a los riesgos.

Relevancia del factor humano

La tecnología y la experiencia humana van de la mano. No son términos antagónicos. De hecho, al dotar a las organizaciones de sistemas inteligentes, capaces de contribuir a crear una experiencia más personalizada, estamos humanizando la interacción entre las empresas y los clientes. En este sentido, el último paso lo hemos dado con el lanzamiento de la plataforma de datos Genie, que impulsa el primer CRM en tiempo real. Gracias a él, todas las funciones de *customer 360* son más automatizadas, inmediatas e inteligentes. Así, los clientes experimentan experiencias fluidas y adaptadas a sus gustos. Son los clientes y sus intereses los que marcan la innovación y, gracias a Genie, toda esta experiencia es mucho más humana. No existe ni una sola empresa que no sea consciente de que la estrategia digital debe estar centrada en el cliente, y así lo confirma nuestro estudio ‘Connected Customer Report’, según el cual el 88% de los consumidores españoles cree que la experiencia de compra es tan importante como el propio producto.

Conceptos esenciales

En mi opinión, el concepto más relevante para el futuro es el *customer experience*, ya que lo engloba todo. Una estrategia basada en crear las mejores experiencias de cliente será innovadora y tendrá en cuenta la omnicanalidad como un factor esencial. De lo que se trata es de conseguir que el cliente esté siempre en el centro de la estrategia digital de la empresa y, por ello, las soluciones de Salesforce están concebidas con este propósito.

