
Caso de estudio

CASO DE USUARIO: Lograr una mejora de ventas del 60% con el enfriador monitoreado de AoFrio

Resumen ejecutivo:

Este caso de estudio analiza la manera en la que la tecnología innovadora de AoFrio ayudó a una importante compañía de enfriadores de botellas de Sudamérica a mejorar la visibilidad de la flota, analizar mejor los datos y generar información valiosa para impulsar la eficiencia en las ventas. Aunque es bien sabido que la ubicación estratégica a la temperatura adecuada puede aumentar la productividad, a menudo los clientes desconocen el potencial económico que puede ofrecer la recopilación de datos cuantitativos. En este caso de estudio evaluaremos el impacto que tienen las bebidas más frías y la ubicación en el punto de venta (PDV) sobre el desempeño de las ventas, la planificación comercial y las estrategias de mantenimiento.

Desafíos:

En una industria de bebidas altamente competitiva, el cliente enfrentaba un bajo volumen de ventas y carecía de soluciones de visibilidad y gestión de activos. El objetivo de este análisis fue cuantificar el impacto de las bebidas frías y la ubicación estratégica dentro de las tiendas en el desempeño de las ventas y el ROI.

Soluciones:

Para hacer frente a estos desafíos, el cliente decidió aplicar las soluciones de AoFrio a los nuevos enfriadores y optó por actualizar los ya existentes en campo. Este proceso de actualización se llevó a cabo en el mercado, eliminando así la necesidad de transportar los enfriadores a las instalaciones del cliente, lo que supuso un ahorro de tiempo y dinero.

AoFrio proporcionó un soporte total a lo largo de las 10 semanas que duró el proyecto, abordando todos los puntos débiles y transformándolos en soluciones rentables para el cliente. La implementación incluyó el uso de [monitores](#) y el [ecosistema de AoFrio](#), ofreciendo información estándar como alertas de mantenimiento y recuento de apertura de puertas.

Además, el equipo de soporte de AoFrio permitió al cliente aprovechar la flota conectada para realizar estudios de mercado. El aspecto de la conectividad fue crucial ya que permitió realizar análisis rentables con un alcance más amplio.

El enfoque de AoFrio con respecto a la conectividad consistió en diseñar un ecosistema a la medida en colaboración con el Gerente de Customer Success. Así se garantizó que las opciones seleccionadas se ajustaran a los objetivos del cliente y ofrecieran un retorno de la inversión (ROI) positivo. El ecosistema [de AoFrio](#) continúa evolucionando e innovando, tanto en términos de tecnología como de ejecución.

Al aprovechar el ecosistema basado en soluciones de AoFrio, el embotellador capturó con éxito los datos de sus enfriadores de botellas, los tradujo en información práctica y experimentó mejoras en la visibilidad de la flota y la eficiencia en las ventas.



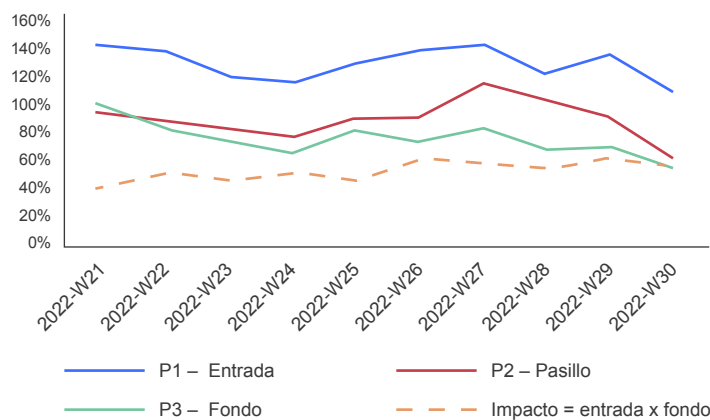
Soluciones:

¿Se imagina a su compañía utilizando información en tiempo real y basada en datos para tomar decisiones comerciales más estratégicas con un enfoque holístico? Este caso de estudio subraya el gran impacto que tienen las bebidas más frías y la ubicación estratégica sobre el resultado de las ventas, lo que permite al cliente impulsar el crecimiento de su negocio.

Resultados:

1. Mejora de las ventas en un 60% con la ubicación estratégica de enfriadores

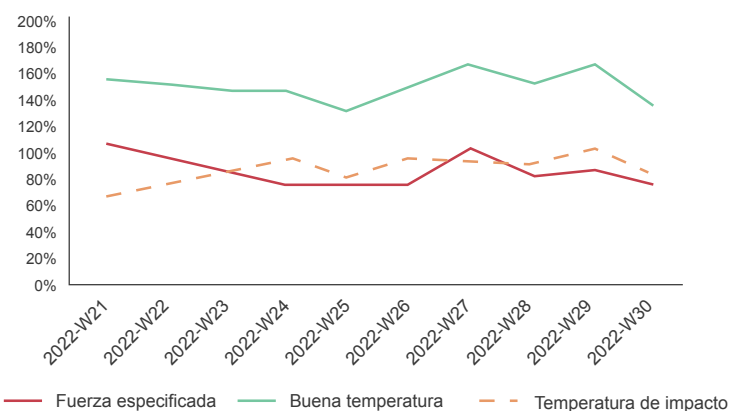
En nuestro análisis de la flota de 2000 enfriadores, que incluye cerveza y bebidas, se ha observado una mejora significativa del 60% en las aperturas de puertas cuando los enfriadores se colocan en P1 (entrada) en comparación con P3 (fondo de la tienda). Este impacto positivo se ha mantenido de forma constante durante un periodo de 10 semanas. Estos datos sugieren que la colocación estratégica de los enfriadores a la entrada puede impulsar las ventas de forma eficaz.



Ubicación en la tienda	Aperturas de puertas	Cantidad de equipo
P1 - Entrada	160%	592
P2 - Pasillo	109%	993
P3 - Fondo	100%	520

2. Aumento de las ventas gracias al monitoreo de la temperatura: hasta un 78% más de aperturas de puertas

Tras analizar nuestra flota de 2000 enfriadores, que incluye cerveza y bebidas, hemos descubierto que tomar medidas para mejorar la temperatura del enfriador en el punto de venta puede representar un aumento extraordinario de hasta el 78% en la apertura de puertas. Este impacto positivo se ha mantenido de forma constante durante un periodo de 10 semanas. Estos resultados demuestran la importancia del monitoreo de la temperatura para impulsar las ventas y la captación de clientes.



Cinturón de temperatura	Aperturas de puertas	Cantidad de equipo
1 Verde	178%	1475
2 Amarillo	156	653
3 Rojo	100	227



Resultados:

Cuando combinamos los factores de temperatura y ubicación, observamos resultados notables. La tabla siguiente demuestra que los EDF (Equipos de exhibición) con niveles óptimos de temperatura y ubicación en la entrada pueden registrar hasta tres veces más aperturas de puertas en comparación con los equipos con temperaturas elevadas ubicados en el fondo de la tienda. Además, los equipos ubicados en la primera posición, que también mejoran la temperatura, pueden aumentar hasta dos veces el número de aperturas de puertas. Esto pone de relieve el gran impacto que supone integrar la temperatura y la ubicación para aumentar al máximo las posibilidades de que haya más aperturas de puertas e impulsar las ventas.

	P1 - Entrada	P2 - Pasillo	P3 - Fondo
1 Verde	316%	224%	207%
2 Amarillo	288%	194%	188%
3 Rojo	196%	134%	100%

“Estos resultados representan un canal de ventas específico en una región específica para un conjunto específico de productos, por lo que pueden no representar su realidad como cliente, pero lo que muestran son datos cuantitativos que pueden ayudarle a comprender mejor sus números para lograr resultados óptimos”. Señala Lucas Sell – Gerente Comercial y de Programas para el Cliente.

Conclusión:

Con el ecosistema IoT avanzado de AoFrio, los fabricantes de enfriadores de botellas y los fabricantes de equipo original (OEM) ahora pueden obtener información valiosa sobre el desempeño de sus activos. Esto incluye el monitoreo del número de veces que se abren las puertas, el análisis de la ubicación en los puntos de venta (PDV), la garantía de niveles óptimos de temperatura para la calidad del producto y la recopilación de datos indispensables para tomar decisiones comerciales informadas destinadas a aumentar las ventas y los ingresos. Las compañías pueden diseñar y seleccionar con eficacia la solución de conectividad más adecuada dando prioridad a la recopilación de datos, lo que en última instancia se traduce en una mayor satisfacción del cliente, una mejor visibilidad y un éxito general.

Autores: Lucas Sell - Commercial and Customer Success Manager

©2023 AoFrio Limited.

WT9832_i1 01/24 Spanish LATAM

Las marcas comerciales son propiedad (según corresponda) 'TM' y ® de AoFrio Limited. Si bien AoFrio Limited cree que toda la información en este documento es precisa y confiable, AoFrio Limited y sus subsidiarias y afiliadas y sus directores, funcionarios y empleados no son responsables de ningún error u omisión de ningún tipo, y en la medida máxima permitida por la ley, no tiene responsabilidad en agravio, contrato o de otro modo ante cualquier usuario y / o tercero.

E: info@aofrio.com www.aofrio.com