

Identificación de retos e iniciativas colaborativas de vinculación con el consumidor: NAGRIFOOD

/ Caso de éxito **—**



00 0761154000000049 52190000

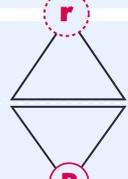
Reto



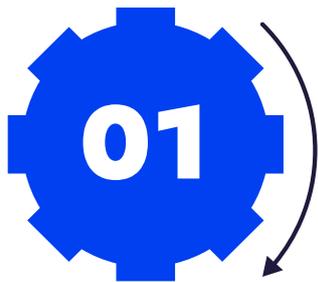
La cadena agroalimentaria está muy alejada del consumidor y, por el contrario, está basada en procesos productivos muy eficientes, que aseguran tanto la eficiencia como la garantía del producto. Las nuevas tecnologías permiten avanzar en la cadena de valor, pero antes es necesario que la organización configure sus procesos y modifique su manera de trabajar alrededor de una visión centrada en el consumidor. Este es el reto que desde el Cluster Agroalimentario de Navarra nos plantearon sus socios.

Metodología

Se ha desarrollado un proceso base, para que luego, en la práctica y dependiendo la naturaleza de cada proyecto/reto el equipo pueda realizar ajustes y modificaciones a tareas y fases, y utilizar aquellas herramientas que consideren las más adecuadas y eficientes.

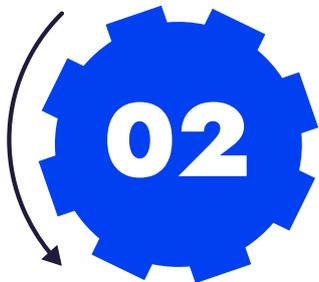
ETAPA	FASES	
01 PREPARAR EL TERRENO	Reservorios	00000000 00000000 00000000
	Armado de <i>Squads</i>	Convocatoria por Nagrifood
	Consenso reto e generación de hipótesis	
02 SEMBRAR	Reflexiones y exploración con externos	
	Redefinición reto y desafíos de ideación	
03 CULTIVAR	Exploración y creación de soluciones	
	Co-creación y Validación con externos	
	Iteración, selección y profundización de soluciones	
04 COSECHAR	Generación de planes para implementar	
	Retrospectiva del proceso	

La GRAN OPORTUNIDAD que nos brinda el clúster es unir fuerzas, compartiendo conocimientos, experiencias y recursos, para extrapolarlas a nuestros retos propios en cada empresa o resolver los retos en común. Cinco puntos importantes:



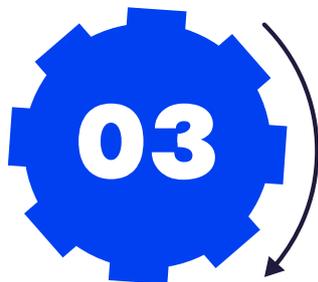
GENERAR UNA COMUNIDAD DE CRECIMIENTO.

Grupo de consumidores (fans o leales) que interactúan con la empresa (personas con personas) para generar conocimiento, intercambiar opiniones e ideas.



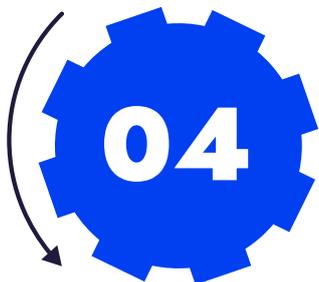
CONVERSACIÓN ACTIVA:

Aprovechamiento de los canales de interacción donde los ya se encuentran los consumidores. La conversación es escuchar y responder accionando en consecuencia.



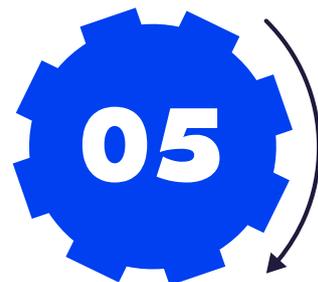
PROTOTIPOS ÁGILES.

Es la generación de estímulos conceptuales y de producto en formato digital para generar terminar de desarrollar la idea y/o producto/servicio en cuestión.



APRENDER UNO A UNO.

Generar contactos uno a uno para aprender y co-crear con el consumidor y luego extrapolarlo a una audiencia más grande.



EXPLORACIONES ADHOC.

Entender cultura como la forma de hacer y vivir de las personas en su rol de consumidores.

Solución

Para cada empresa del clúster participante en el proyecto se generaron proyectos personalizados atendiendo a los siguientes tres retos:



01/ **COMUNIDAD**

¿CÓMO PODEMOS CO-CONSTRUIR COMUNIDADES DE CONSUMIDORES PARA LA OBTENCIÓN DE DATA...?

Definir formas y sistemas para la recopilación colaborativa de data, con consumidores internos y externos para la construcción de comunidades reales.

CRM | ABANICO DE COMUNIDADES | INSIGHTS POR CANAL.

- Involucrar y conectar con los consumidores con el mínimo impacto en nuestros procesos actuales.
- Aprovechar nuestros canales sociales para generar conversaciones frente a desafíos de ideación de producto-concepto-experiencia de canales- insights.
- Integrar a los consumidores en las fases iniciales de ideación.
- Sacar partido a la base de datos de CRM de la cuál disponemos actualmente.



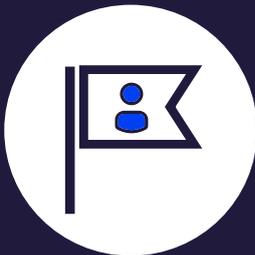
02/ FUENTES DE DATA

¿CÓMO PODEMOS CO-GENERAR NUEVAS FUENTES PARA CONECTAR CON LAS PERSONAS-CONSUMIDORAS?

Accionar, cruzar y utilizar data 'virgen' que permita explorar, descubrir y explotar nuevas formas, productos y servicios que conecten con el mercado.

FUNTES DE INSPIRACIÓN | INSIGHTS VIRGENES Y DIRECTOS | PHYDIGITAL.

- Descubrir nuevas fuentes de inspiración o datos no explotados.
- Hacer para que las marcas-producto-finales puedan obtener data actualizable de las marcas-distribuidoras de manera ágil, ubicua y fácil.
- Establecer vínculos emocionales sin tener contacto con nuestros consumidores finales.
- Definir un sistema de data transversal a la cadena de valor.



03/ CULTURA Y GESTIÓN

¿CÓMO PODEMOS LOGRAR UNA CULTURA INTERNA CON FOCO REAL EN EL CONSUMIDOR?

El foco-real en el consumidor empodera la data, dotándola de sentido y despeja de la 'ecuación' información y valor que de otra forma no vemos.

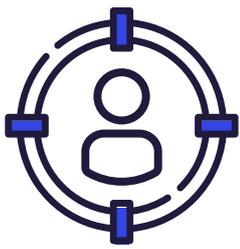
TRANSVERSALIDAD | MIND-SET CLICK | OPTIMIZACIÓN DATA.

El dato solo adquiere valor cuando se enfoca al consumidor. Accionar el foco al consumidor genera un conjunto de cambios a nivel cultural que nos abre la mente y permite encontrar sentido a data, información y valor que de otra forma no vemos. El cambio es posible cuando dentro de la compañía se dan los valores, esquemas y herramientas para que suceda:

- Cambiar el mindset de las personas para que se pongan en los zapatos del consumidor final.
- Gestionar transversalmente datos.
- Transformar los datos en conocimiento accionable para poder actuar con foco-consumidor.
- Relacionar e involucrar todos los departamentos con foco real al consumidor.

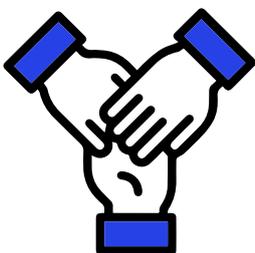
Resultado

3 proyectos colaborativos transversales al clúster, donde varias empresas compartían el objetivo, aunque la aplicación de los resultados fuera distinta en sus respectivas organizaciones. Todos los proyectos, permitieron a los participantes:



ORIENTAR LA ORGANIZACIÓN HACIA EL CLIENTE: asumir que la actividad de la empresa se va a organizar alrededor de las interacciones con el cliente. Por este motivo, departamentos como los de ventas, marketing y operaciones trabajarán conjuntamente para maximizar el rendimiento y aportar valor continuamente. Será imprescindible reorientar y definir los nuevos procesos para hacer efectiva esta estrategia.

GESTIONAR EL DATO: adopción de nuevas tecnologías es imprescindible para empoderar al consumidor, mejorar su experiencia y dar respuesta en tiempo real.



ADOPCIÓN DE NUEVAS MANERAS DE TRABAJAR: procesos iterativos y de co-creación con el mercado. Esto permite avanzar poco a poco, dirigidos por la demanda e invirtiendo a medida que se consiguen los objetivos.

TRABAJAR EN EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO: de manera autogestionada, con foco estratégico y con objetivos claros que permita a la dirección general tomar decisiones sin necesidad de grandes procesos internos de validación.



SOBRE THE FLASH CO:

THE FLASH CO es una consultora estratégica enfocada en el desarrollo de negocio y es experta en entornos de incertidumbre económica. Sus principales áreas de acción comprenden la **digitalización**, la **estrategia** y la **innovación**.

Sus fundadores: Julio Castrillo y Francisco Vera, cuentan con una experiencia superior a 25 años en el sector de la consultoría.

Los reconocidos casos de éxito de THE FLASH CO. entre los que se encuentran Grupo Mahou San Miguel, Faes Farma, Eroski e Iberdrola han posicionado a esta consultora como una de las más sólidas y competentes a nivel nacional durante los últimos años.

THE FLASH CO cuenta con oficinas en Barcelona, Madrid y Guipúzcoa.

Tel.: 93 678 93 44



Sobre /

JULIO CASTRILLO

Co-fundador y Customer Relationship Director en THE FLASH CO, responsable de forjar relaciones a largo plazo con los clientes. Con un fuerte gen emprendedor, dentro del equipo es considerado como el ojo del cliente de THE FLASH CO. Su experiencia se ha forjado trabajando durante más de 25 años como consejero en los sectores de gestión, innovación y tecnología dentro los más importantes grupos empresariales a nivel nacional.

E-mail: jcastrillo@theflashco.com

Sobre /

FRANCISCO VERA

Es ingeniero industrial de formación y executive MBA en transformación digital por ESADE. Tiene un carácter netamente emprendedor habiendo participado en la fundación de varias empresas y siendo consejero en otras, siempre con un marcado sesgo hacia la estrategia de negocio, la innovación y la transformación digital. Actualmente es fundador y CEO de la consultora de negocio THE FLASH CO, que ayuda a sus clientes a evolucionar, crecer y competir en entornos de incertidumbre económica, social y tecnológica.

E-mail: fvera@theflashco.com





CONTACTO:

The Flash Consulting, SL
Madrid - Barcelona - Guipúzcoa
93 678 93 44
www.theflashco.com

