



# mabe

Su evolución e-commerce



**SAP® Customer Experience**

THE BEST RUN





¿Quiénes somos?

**mabe**

**mabe**

¿Quiénes somos?



**Líder Fabricante de electrodomésticos en América Latina**

De historias de éxito,  
innovación y calidad

**70**  
años

Presencia en  
mas de **70**  
países



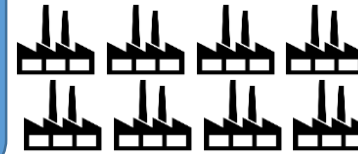
con **15**  
marcas



**10 Millones**

Unidades vendidas al año

**8**



Plantas de  
Manufactura en  
América

**19,000**  
empleados



Centro de Tecnología y Proyectos

Diseñando e innovando para todo el  
mundo productos para GE y Mabe

Socios  
estratégicos



**GE APPLIANCES**  
a Haier company



ESTRATEGIA E-COMMERCE



En el **2000 nace** el proceso de venta en línea para venta empleados como una prestación adicional **con descuentos diferenciados y mas atractivos.**

La venta se reportaba al canal de venta minorista y **la estructura era de 2 personas.**

**La tecnología fue hecha en casa** por lo que con el pasar del tiempo se fue haciendo obsoleta y difícil de mantener.

La compañía decide **generar como objetivo estratégico** darle empuje al proceso de e-commerce...

## El reto en 2014:

**Lanzar en 90 días** la tienda empleados bajo una nueva plataforma (Vtex).

**30 días después** lanzar Colombia

**40 días después** lanzar Canada



## E COMMERCE EVOLUTION

2015



B2C

- 2 tienda mabe
- 2 tienda mabe
- 2 tienda mabe

SAP Hybris (v)

B2C

- 2 tienda mabe
- 2 tienda mabe
- 2 tienda mabe

SAP® Customer Experience  
SAP Commerce Cloud

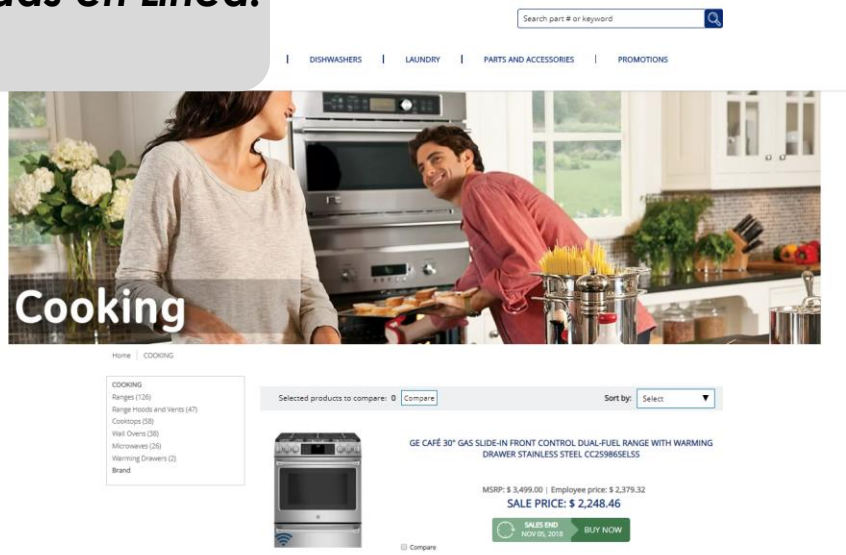
B2B

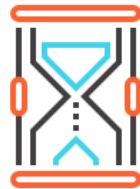
- 2 mabe PORTAL COMERCIAL
- 2 DO DEALER ONLINE
- 2 ML MARCHAND EN LIGNE

2019

12 Tiendas en Línea.

**UPGRADE** VERSION 6.0 TO 6.5





-Hoy con Vtex se paga un fee de 2% por volumen de ventas + un fee de mantenimiento.

-Vtex por ser solución SAAS, restringe la flexibilidad de grandes ajustes, integraciones, etc...

-Hybris por ser un framework nos da total libertad de modificaciones, manejo de código, se ajusta a nuestras necesidades de negocio.

-Podemos realizar nuestros ajustes in house a todo nivel (integraciones con gateways, layout, etc)

-Se integra de manera mas natural a nuestro ERP, y es nativo de PCM(repositorio de contenidos)



RETOS Y LECCIONES APRENDIDAS





### **Una integración total por parte de las áreas,**

todas las áreas se verán afectadas por el proceso de venta en línea (Comercial/Marketing/Logística/Change/Tecnología de Información/CoE...etc)

### **El área de Marketing y proceso de contenidos**

como parte fundamental a cambiar en la manera de generar/administrar la información que es relevante en el escaparate hacia el consumidor.



### **Negocios Electrónicos como unidad de negocio independiente**

y autónoma pero siempre con el soporte de las áreas clave para generar una experiencia de compra nuestros consumidores.

### **Tener una planeación comercial mas robusta**

en e-commerce, aprovechando las fechas claves de venta como buen fin, cyber Monday, día de las Madres, navidad, etc.

### **Planeación de inventarios y gestión de la entrega domiciliaria,**

teniendo en todo momento disponibilidad de producto para poder generar la entrega oportuna de nuestros productos.



- **Conformar un equipo multifuncional** enfocado al proyecto (incluir millenials).
- **Mantener los canales de comunicación abierta todo el tiempo.** Alinear a todos los niveles sobre la metodología de implementación.
- Las soluciones e-commerce tienen muchas capacidades, **asegúrate entenderlas, dominarlas y documentarlas.**
- **La estrategia de gobierno de contenidos** a nivel continental es primordial para el éxito de las tiendas online.
- **No minimizar el entrenamiento ni capacitación.**
- **Buscar soluciones e-commerce que te permitan un involucramiento a nivel sistema mas exigente**, pasar de ser observadores a ser ejecutores.
- **Intentar incorporarse al estándar de la herramienta** y solo customizar las funcionalidades mas relevantes al negocio

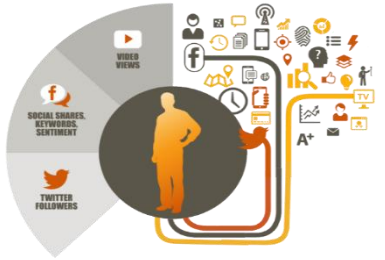


# PCM como base de contenidos continentales



Es una iniciativa continental apoyada por una herramienta tecnológica donde todos los contenidos de producto son gestionados y almacenados de manera estandarizada para publicar y alimentar a nuestros sitios públicos y transaccionales. El mismo contenido se visualiza en toda la organización.

Los clientes también pueden extraer y ver la información del producto a través de servicios web conectados a PCM para que puedan mostrar esta información en sus sitios o incluso en sus campañas o piso de ventas



**Contents in PCM:**

**7,398** Sku's cargados

**+21,000** images loaded

**55,000** specs assigned

**1,281** SKU's loaded for Canada

**1,471** loaded for Mexico

**159** for Argentina

**502** for Colombia

**1,500** SKU cargados en diferentes países para la aplicación de Punto de Ventas

**90** artículos de marca Monogram cargados para monogram.com.mx

**3,700** para Serviplus.com.mx

Monogram 30" Self Clean Convection Single Wall Oven Stainless Steel ZET1PHSS  
MODEL #ZET1PHSS  
★★★★☆ 4.2 (10)  
Write a review

- Electronic Dial Controls
- Halogen Light Columns
- Reverse-Air Convection System
- True Hidden Bake Element
- True European Convection

Nombres y atributos

Highlights

**Eficiencia Energética Clase A++**  
Ahorra energía eléctrica en tu hogar

**Display externo Multicontrol**  
Controla las funciones de tu heladera a tu gusto

Centro de lavado gas LP 17 kg Gráfico Mabe - MCL1740P5DGA MCL1740P5DGA (MCL-C)

Web

Título Lón (Mabe) [Centro de lavado gas LP 17 kg Gráfico Mabe]

Título (Mabe) [Centro de lavado gas LP 17 kg Gráfico Mabe]

Título del Selo (Mabe) [Centro de lavado gas LP 17 kg Gráfico Mabe]

Palabras Clave (Mabe) [Mabe]

Alimtag (Mabe) [Mabe]

Campos SEO

imágenes

## PROS &amp; CONS



- Flexibilidad.
- Te da la posibilidad de integraciones.
- Interface back office muy completa
- Escalable(replica de templates a nivel continental)
- La documentación para consulta en Help.hybris.com es muy completa.
- Nivel responsive muy bueno.
- Las continuas actualizaciones de versión ofrecen mejoras hacia UX y administración de la herramienta.



- El costo de mantenimiento de una solución hecha en Java es alta.(Consultoría externa, desarrolla tus recursos internos)
- EL proceso de Deployments con áreas de oportunidad.
- Administración de reportes. La estructura de los reportes es débil/pobre. (Utilizar SAC como alternativa de solución).
- Hay alta dependencia de partners especializados en Hybris por ser relativamente nueva en el mercado. (La compañía esta en proceso de training para tener desarrolladores internos)



HACIA DONDE VAMOS...

# Plan de Rolados



2019

JAN FEB MAR APR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV



IMPLEMENTACION

Go live



ABR 2019  
GO LIVE



**PATRICK**



**mabe**

Estrategia E commerce



  
Sitio Propio  
SAP Commerce



2016

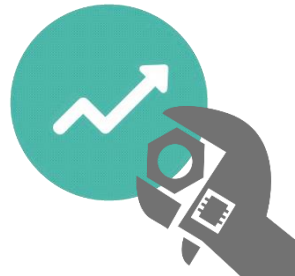


1° Venta Online

**PATRICK**  **GE APPLIANCES**

2017

Crecimiento y  
Estabilización



2018

Foco en:

Estandarización de  
Operaciones

Experiencia de Usuario

Retabilidad del Negocio

Apertura de Nuevos  
Canales

2019

## PILARES y DESAFIOS

Operaciones  
Atención al Cliente  
Catálogo  
Mobile  
Entregas  
Precios



6°

Electrodomésticos y Aires acondicionados



Esfuerzo / Energía 71%



Tiempo 55%



Dinero 31%



Precio y promociones

2017: 64



Información del producto

53



Imágenes para guiarse

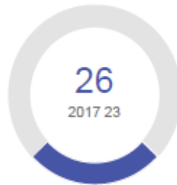
40



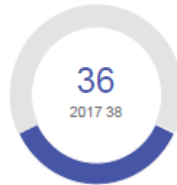
Todo el proceso de compra me resulta fácil y sencillo de realizar



Puedo comprar en cualquier momento



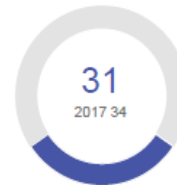
Puedo comprar y enviar a mi domicilio



Ahorro tiempo



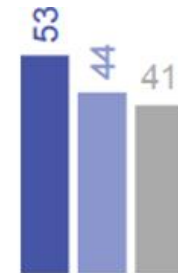
Encuentro productos más rápidamente que en tiendas físicas



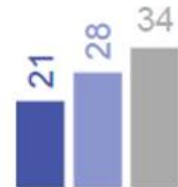
Los descuentos son mejores que en la tienda física



Hasta 2 cuotas



3 a 6 cuotas



7 a 12 cuotas

■ 2018 ■ 2017 ■ 2016

1°

54 Retiro en punto de venta  
50 en 2017  
45 en 2016

2°

39 Envío a domicilio  
44 en 2017  
47 en 2016



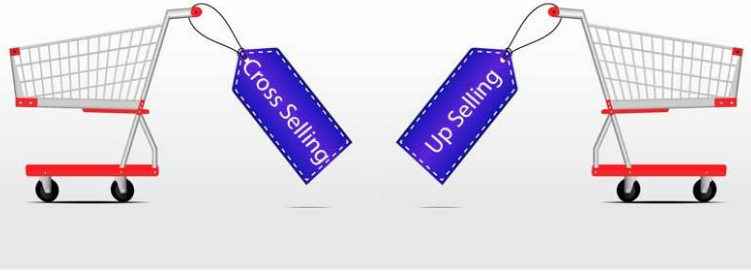
Ofrece los precios más competitivos



Es un sitio/app que ya utilicé



Nuestra visión hacia la experiencia de  
usuario



Mejoras hacia el UX.



Herramientas de soporte.

- Por “x” Monto adicional llévate un mejor producto.
  - Obtén 10% adicional comprando “x” producto adicional.
  - Productos destacados en PDP.
  - Quien vio también compro....
- 
- Integración Mabe Tracking
  - Información relevante sobre el producto.
  - Pago con PayPal
  - Campo de instrucciones especiales
  - Garantizar que el modo responsivo sea funcional y accesible a todos los usuarios.
- 
- Google Tag Manager
  - Integración de Herramientas de contact center y de soporte mail marketing
  - Separar las instancias de acuerdo con la cercanía para disminuir la latencia.

**gracias**  
thank you  
obrigado  
arigato  
merci  
hvala  
dank u  
gracias  
tak  
dankie  
shukran  
mahalo  
dank  
dankie  
arigato  
dank  
arigato  
dank  
arigato  
dank