

¿Cómo crear dashboards con indicadores de Comercio, Minorista y Mayorista?

Conoce ejemplos prácticos de paneles de resultados para analizar datos con profundidad y agilidad en tu tienda o red.

La disponibilidad de información en el día a día no es suficiente si no hay medios para brindar **visibilidad a los datos**. Por lo tanto, es indispensable contar con recursos para trabajar la información en las operaciones, y la tecnología es un apoyo cada vez más presente en los sectores del Comercio, Minorista y Mayorista.

Para las empresas del segmento, la disponibilidad de datos representa:

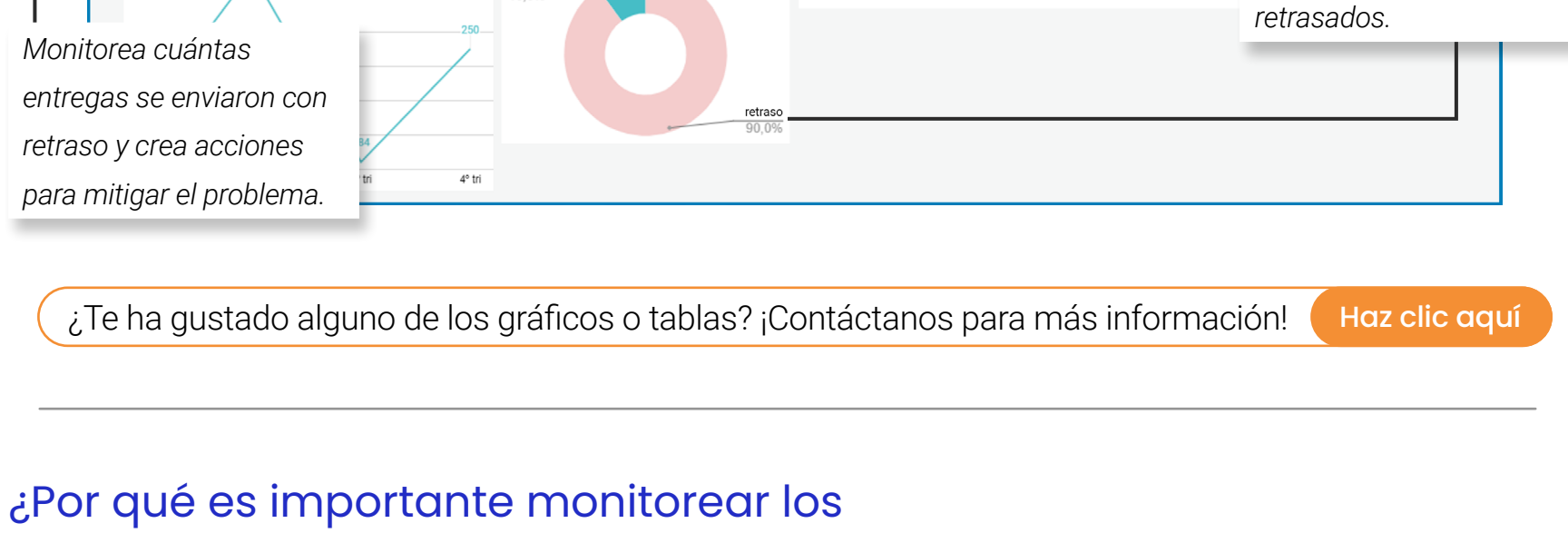
- ◆ Capacidad para prever la demanda;
- ◆ Evidencias para estrategias de prevención de pérdidas;
- ◆ Insights para la toma de decisiones estratégicas;
- ◆ Reducción de costos;
- ◆ Garantía de excelencia y estandarización en franquicias;
- ◆ Visión sobre aspectos de satisfacción del cliente;
- ◆ Poder para fortalecer la integración con toda la cadena de suministro.

Por eso, consulta a continuación algunos **ejemplos de dashboards*** que puedes crear utilizando recursos como Power BI integrado al Checklist Fácil.

* Recuerda que existen diversas opciones de dashboards que puedes crear. En este material, presentamos solo algunos ejemplos de informes. Haz clic en los iconos a continuación para visualizarlos.

Experiencia del Cliente

Asegurar una buena experiencia es un requisito crucial para **fidelizar a tus clientes**. La satisfacción de los compradores no se refiere únicamente a **la calidad de los productos** que vendes, sino también a **la atención recibida, la eficacia de las entregas** en el plazo correcto, la organización de la tienda física o el sitio web y mucho más. A continuación, te mostramos ejemplos de dashboards que puedes crear basándote en estos criterios:



¿Te ha gustado alguno de los gráficos o tablas? ¡Contáctanos para más información! Haz clic aquí

¿Por qué es importante monitorear los indicadores de experiencia del cliente?

Recolectar y proporcionar visibilidad a los datos relacionados con la experiencia del cliente es esencial para obtener beneficios como:

✓ Mejora continua de los servicios

Recolectar y monitorear datos operativos favorece la identificación de fallas y cuellos de botella en las rutinas comerciales, lo que conlleva a reducción de costos, ahorro e incremento de la receta. Según un estudio de **EY de 2022 sobre cómo la estrategia de inversión digital puede generar más rentabilidad**, casi ejecutivos 72 % de los ejecutivos consultados afirman que deben transformar radicalmente sus operaciones durante los próximos dos años para competir eficazmente en su industria. En todos los sectores, las empresas deberán centrarse en escalar las soluciones tecnológicas y en obtener beneficios a medida que aumentan sus inversiones en proyectos de alta prioridad.

✓ Fidelización y retención de clientes

El uso de datos en Comercio, Minorista y Mayorista está directamente relacionado con la posibilidades de innovación y a la comprensión de los **estándares de comportamiento y preferencias de los clientes**. Por lo tanto, obtener análisis precisos y frecuentes de las operaciones es el camino para diagnósticos reveladores e informados sobre cómo mantener a los clientes comprometidos y satisfechos.

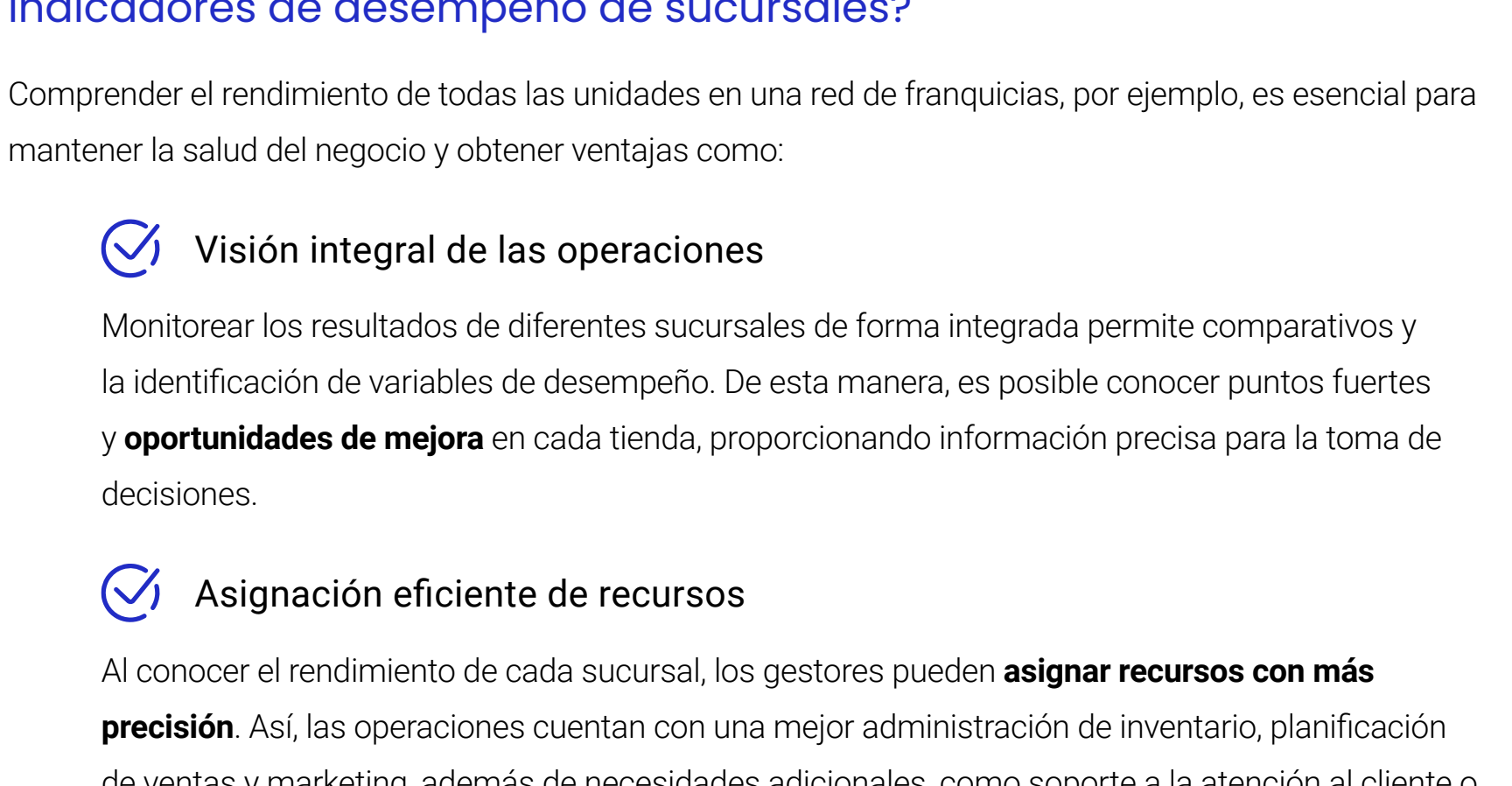
✓ Segmentación y personalización

A partir de la información sobre el recorrido de los clientes, ya sea en tiendas físicas o virtuales, es posible definir acciones de marketing más adecuadas, considerando las preferencias y los aspectos de comportamiento del público de una marca determinada.

Todo esto se refleja en puntos esenciales para el desarrollo de un negocio: eficiencia operativa y **fortalecimiento de la marca**, que opera con más calidad y precisión.

Desempeño de Sucursales

En el caso de empresas con sucursales, es importante asegurar que **la calidad de los servicios ofrecidos** y de las **mercancías comercializadas** sigue un estándar establecido por la marca. A continuación, te mostramos un ejemplo de un dashboard que puedes crear basándote en estos criterios:



¿Te ha gustado alguno de los gráficos o tablas? ¡Contáctanos para más información! Haz clic aquí

¿Por qué es importante monitorear los indicadores de desempeño de sucursales?

Comprender el rendimiento de todas las unidades en una red de franquicias, por ejemplo, es esencial para mantener la salud del negocio y obtener ventajas como:

✓ Visión integral de las operaciones

Monitorear los resultados de diferentes sucursales de forma integrada permite comparativos y la identificación de variables de desempeño. De esta manera, es posible conocer puntos fuertes y **oportunidades de mejora** en cada tienda, proporcionando información precisa para la toma de decisiones.

✓ Asignación eficiente de recursos

Al conocer el rendimiento de cada sucursal, los gestores pueden **asignar recursos con más precisión**. Así, las operaciones cuentan con una mejor administración de inventario, planificación de ventas y marketing, además de necesidades adicionales, como soporte a la atención al cliente o capacitaciones para los equipos.

✓ Estrategias de expansión

El análisis de datos en dashboards dirigidos al desempeño de sucursales contribuye a obtener información estratégica, como **tendencias y previsiones de demanda futura**. De esa manera, es posible concluir que las acciones de expansión o reestructuración se ejecutan con más precisión.

Además, es importante destacar que el dashboard transmite la información de manera inmediata. Así, es posible **gestionar diferentes operaciones remotamente** y tener los datos centralizados en un solo lugar.

Proveedores y Transporte

Es posible analizar datos relacionados con **colaboradores externos**, como proveedores o transportistas, por ejemplo. Estos análisis son importantes para verificar si todo el proceso de manejo de manera eficiente y si existen cuellos de botella en la operación. A continuación, te mostramos ejemplos de dashboards que puedes crear para facilitar estos análisis:



¿Te ha gustado alguno de los gráficos o tablas? ¡Contáctanos para más información! Haz clic aquí

¿Por qué es importante monitorear los indicadores sobre proveedores y transporte?

Los indicadores sobre proveedores y transporte proporcionan a los negocios de Comercio, Minorista y Mayorista beneficios relacionados con todas las etapas de la cadena de suministro. Entre ellos, podemos destacar:

✓ Optimización de procesos con socios

El conocimiento sobre el **rendimiento de los proveedores** y las actividades de transporte apunta cuellos de botella e ineficiencias a lo largo de los procesos. Con estos datos, las empresas pueden realizar ajustes, renegociar plazos y revisar condiciones de los servicios contratados, logrando soluciones logísticas más ventajosas y rentables.

✓ Calidad y confianza del consumidor

Un dashboard de indicadores sobre proveedores y transporte colabora directamente con la garantía de **la calidad y de los estándares de los productos recibidos**, además del cumplimiento de plazos con puntualidad y seguridad. Este factor genera confianza, manteniendo la satisfacción de los clientes y fortaleciendo la reputación de la marca minorista.

✓ Reducción de costos

Con datos sobre los servicios de proveedores y transporte, las empresas tienen información valiosa para detectar oportunidades de ahorro, mejorando la eficiencia de los procesos a partir de acciones como: optimización de rutas de entrega, negociación de precios y **reducción de desperdicios y pérdidas**. Todo esto se refleja directamente en la disminución de los costos operativos.

Así, queda claro que los dashboards utilizados para reportar índices sobre los equipos internos tienen el potencial de **optimizar la gestión**, contribuir a la reducción de costos y promover la agilidad en el transmisión de información.

Ten todos los datos de tu operación minorista en la palma de tu mano

Además de la integración con Power BI para dashboards robustos y personalizados, cuenta con más de 150 funcionalidades del Checklist Fácil, como:

- ✓ Programación;
- ✓ Firma digital;
- ✓ Plan de acción;
- ✓ Workflows;
- ✓ Cerca digital;
- ✓ Inclusión de archivos multimedia;
- ✓ Categorías de productos;
- ✓ Y mucho más

¡Habla ahora con un experto y comienza a transformar la eficiencia operativa de tu marca!

SOLICITA YA UNA DEMOSTRACIÓN