

# GRUPO YBARRA MEJORA SU POSICIONAMIENTO EN LOS PUNTOS DE VENTA CON LA SOLUCIÓN BLACKBERRY Y TELYNET SALES GPV



Grupo Ybarra es una empresa que, desde su fundación en 1842, comercializa aceites, vinagres, mayonesas y salsas en el mercado español, latinoamericano y norteamericano. Fue una de las primeras fabricantes de aceite de oliva en conseguir en 1995 la certificación ISO 9002. Además de la marca Ybarra, el Grupo engloba las marcas "La hacienda de Ybarra" e "Ybarra Gourmet".

Su variedad de productos se complementa con una eficaz gestión comercial, apoyada por un moderno sistema logístico, y así llegan al 100% del territorio nacional y al resto de países en los que tienen presencia. Su principal fábrica está situada en Dos Hermanas, Sevilla, donde disponen de plantas de fabricación y envasado para una gran parte de sus productos. Su plantilla alcanza los 150 empleados.

## EL RETO

En el mercado de la alimentación, los supermercados, hipermercados y plataformas de venta, clientes de empresas como el Grupo Ybarra, se han convertido actualmente en verdaderos operadores logísticos que aprovisionan sus propias tiendas. También se ha producido una elevada concentración de las cadenas de distribución, y se ha registrado una disminución de la eficacia y rentabilidad de las acciones promocionales. La aparición de marcas blancas en la mayoría de superficies de venta de productos de alimentación también contribuye a que la competencia sea mayor, y las promociones pierdan eficacia. "Entendemos que es en el punto de venta donde existen realmente oportunidades de negocio", afirma Adela de Jesús, del departamento de trade marketing del Grupo Ybarra, "es donde nuestros productos confluyen con los productos de la competencia y donde realmente se pueden implementar acciones de cara a incrementar la rotación de los productos en el punto de venta".

En definitiva, el Grupo Ybarra necesitaba obtener el máximo control sobre sus productos en el punto de venta, y conocer así el estado de sus mercancías, la efectividad de sus campañas promocionales y la situación de su marca respecto a las de la competencia.

Dado la actividad diaria siempre cambiante y competitiva y la amplia red de puntos de venta, Ybarra se dio cuenta que la obtención de datos en el punto de ventas les ayudaría en la mejora de sus actividades, entender la efectividad de cada campaña y conocer las actividades de sus competidores. La recopilación de datos permitiría al Grupo Ybarra reducir su tiempo de reacción con respecto a las campañas de marketing de la competencia y activar campañas más eficaces con el fin de vender más productos y aumentar sus ingresos.

## LA SOLUCIÓN

Para conseguir este reto, Grupo Ybarra puso en marcha proyecto de Gestión de Punto de Venta en 2005, con la ayuda de Telynet, empresa española miembro del BlackBerry® Alliance Program. Este proyecto les permite desde entonces sistematizar el seguimiento y control del punto de venta.

El soporte técnico de este proyecto se basa en la solución BlackBerry® con Vodafone, unida a la solución TelyNET sales GPV aportada por Telynet. Gracias a la solución BlackBerry y la aplicación Telynet unos 20 gestores repartidos por la geografía española recogen la información necesaria en los puntos de venta y permiten que toda la empresa pueda disponer en tiempo real de esa información, ya que esta reside en un servidor y se encuentra siempre disponible vía web. La información recogida incluye el número de productos vendidos, el número de productos, los productos terminados y el número de roturas. Todos estos datos ayudan a la compañía a mejorar y adaptar sus campañas de marketing.

"Telynet adaptó en su día la aplicación TelyNET sales GPV a nuestras necesidades concretas, permitiéndonos obtener información de cualquier superficie comercial durante las visitas" afirma Adela de Jesús. TelyNET sales GPV pone a disposición de los fabricantes las herramientas necesarias para adaptar el producto a la medida de sus necesidades, administrarlo en función de sus usuarios y sus jerarquías y conseguir una perfecta comunicación entre la red móvil y la oficina.

## BENEFICIOS DESTACADOS

**RÁPIDA RECOGIDA DE DATOS**

**FÁCIL USO**

**MONITORIZACIÓN EN TIEMPO REAL DEL PUNTO DE VENTA**

*" Los smartphones BlackBerry han permitido al Gestor de Punto de Venta recoger información artículo por artículo, información de la mejor situación de nuestros productos y un seguimiento de los nuevos productos que están en fase de lanzamiento"*

Adela de Jesús,  
Departamento Trade Marketing  
del Grupo Ybarra

Las visitas al punto de venta con los smartphones BlackBerry se realizan offline, para que sean más rápidas. Con la captura de datos el Gestor de Punto de Venta (GPV) selecciona el establecimiento en el que está, y vía web se comprueba en el smartphone BlackBerry el surtido que tengan disponible y las promociones que tengan en vigor, así como las últimas capturas que se hicieron en ese establecimiento. A partir de aquí ya se trabaja offline, puesto que la información ya reside en el smartphone. Por un lado el gestor analiza los productos que ofrece el punto de venta en el lineal, y comprueba que las condiciones y precios sean los pactados con el establecimiento, que la etiqueta de precio esté correctamente colocada. El gestor también registra la ubicación del producto en el lineal, tanto a nivel de precio como a nivel de altura de la balda en el lineal, comprobando también si se cumple lo pactado con el cliente, y también si está en rotura o no, lo que permite analizar el porcentaje de roturas. Otro dato es la promoción que hay pactada sobre un artículo concreto con ese establecimiento concreto, y posteriormente se comprueba si las promociones se están cumpliendo y si está bien repercutida al consumidor.

Otras acciones que permite llevar a cabo el Smartphone BlackBerry con la aplicación TelyNET sales GPV de Telynet son la valoración de la labor de reposición del establecimiento (si está contratada o no), o la recogida puntual de datos que puedan necesitar los departamentos de marketing y comercial. También permite añadir observaciones en un apartado especial, donde puede resumir los resultados de las visitas realizadas en un día completo, así como el número la investigación de las razones de roturas en caso de registrarse muchos casos.

## LOS BENEFICIOS

La solución BlackBerry y la aplicación de Telynet permite poner en común con el resto de los departamentos de la empresa la situación de sus productos en los puntos de venta.

"Los smartphones BlackBerry han permitido al Gestor de Punto de Venta recoger información artículo por artículo, información de la mejor situación de nuestros productos y un seguimiento de los nuevos productos que están en fase de lanzamiento", afirma Adela de Jesús. Con la solución BlackBerry y la aplicación Telynet, el Grupo Ybarra ha mejorado sus departamentos de marketing y trade marketing, y ha conseguido una mayor productividad. Además, consiguen un ahorro de costes evitando gastos en viajes, ya que todos los gestores pueden enviar la información por email y no necesitan llegar a la oficina para meter los datos a través de sus PC.

Este nuevo sistema también les permite conocer el estado de la distribución, obtener un conocimiento global del mercado y cubrir las necesidades de información que tienen el departamento comercial, de marketing y de trade marketing. "Este sistema nos provee de información en tiempo real acerca del posicionamiento de la compañía en el punto de venta, algo que nos permite ser más fuertes en nuestras negociaciones con los clientes", afirma Adela de Jesús. "También nos permite mejorar nuestra distribución, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo y mejorar nuestra notoriedad en tienda, trabajando la presencia de nuestros productos, mejorando la publicidad y la cartelería en el lugar de venta". La aplicación de Gestión de Punto de Venta permite al Grupo Ybarra analizar la información recogida conforme a sus necesidades y detectar problemas día a día para poder solucionarlos de forma muy ágil. "Con esta solución podemos pedir a nuestros GPV que concentren sus esfuerzos en los puntos de venta y en definitiva que generen la mayor información posible para que los departamentos de marketing, y trade marketing podamos seguir avanzando en el día a día", afirma Adela de Jesús.

Hay una parte del trabajo que es cuantitativa, que se basa en la recogida de datos en el punto de venta, y otra cualitativa, que analiza esos datos y otros que puedan ser de interés para el Grupo, como promociones, situación de la competencia y estado de los productos. El 40% del tiempo lo dedica a la recogida de datos, y el 60% restante a la labor cuantitativa, y en definitiva a solucionar los problemas que día a día se van dando en los puntos de venta. "La solución BlackBerry y la aplicación Telynet nos sirve, por un lado, como fuente de investigación, para recoger información del mercado, y por otro como vía de comunicación, ya que permite que toda la información que vamos generando la lleve consigo a la tienda".

For further information: [www.blackberry.com/go/success](http://www.blackberry.com/go/success)

**BLACKBERRY CASE STUDY**  
**YBARRA**

 BlackBerry®