



PROGRAMA DE LEALTAD: *A Comer Club*



Empresa
Socialmente
Responsable®

CASO DE  **Éxito**

CONTENIDO

- 03** Introducción
- 04** Acerca del cliente
- 05** Los retos
- 06** Solución a la problemática
- 08** Resultados
- 09** Conclusión

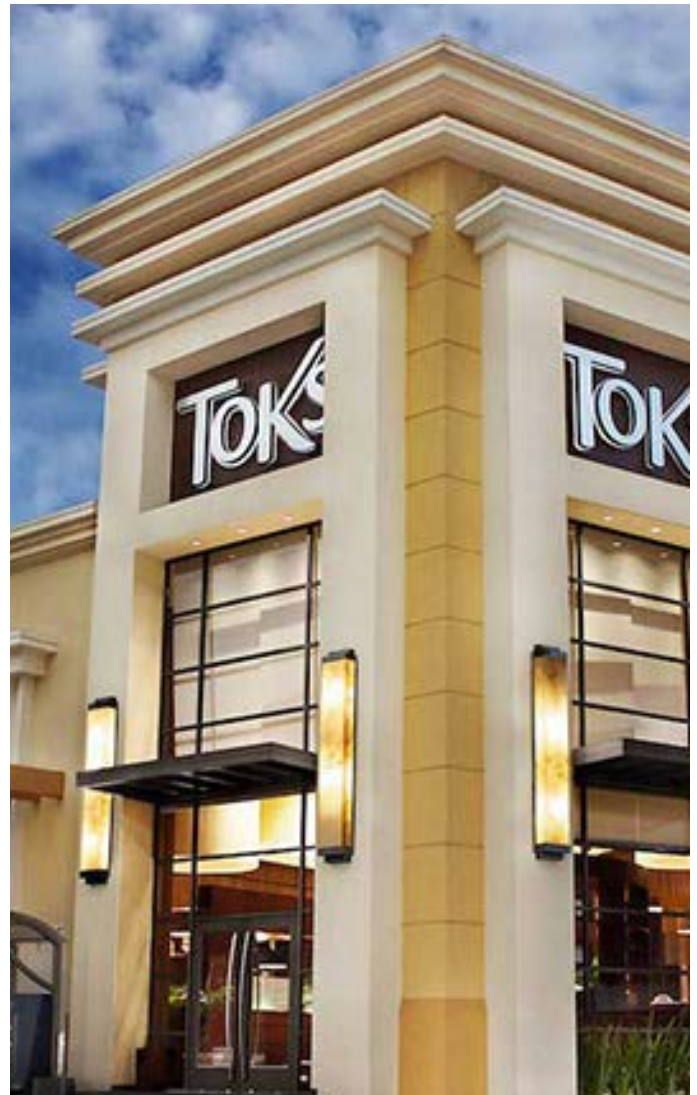


➤ INTRODUCCIÓN

De acuerdo a una encuesta realizada por Gartner, el 89% de las empresas que participó consideró la **experiencia del cliente** como el nuevo campo de batalla competitivo. Esta premisa da a entender que las empresas están cada vez más interesadas en crear **experiencias memorables y placenteras**, en el caso del día de hoy, para los comensales de un restaurante.

Contando con restaurantes de máxima calidad como *Shake Shack, Panda Express, Toks, Beer Factory y El Farolito*, es uno de los referentes más importantes de México en cuanto a experiencia de consumo en el sector restaurantero, atendiendo diariamente a cientos de miles de personas de diferentes segmentos a lo largo de la república. Aún con toda esta presencia de marca ganada por sus diversas franquicias, el gigante restaurantero ahora pone su vista sobre un nuevo horizonte para competir en los **planes de lealtad con interacción digital** que cada vez son más comunes entre las numerosas cadenas de comida.

En el sector restaurantero, un plan de lealtad se crea con la finalidad de incrementar el ticket de venta por comensal o mantener el flujo de transacciones mediante incentivos atractivos como beneficios y promociones que se diseñan a la medida del comportamiento de compra del consumidor. Comúnmente una aplicación móvil es el punto de contacto central entre la empresa y el comensal dónde la comunicación se lleva a cabo directamente con el portal, el comensal gestiona y usa sus beneficios directamente ahí, mientras que el restaurante lleva un control en tiempo real con información actualizada.



**Grupo
Restaurantero
Gigante.**

De todo este marco es que surge la iniciativa del proyecto **A Comer Club**, una apuesta por la fidelización de cliente meditada durante un año de trabajo entre consultoras de negocios, el departamento de Marketing y el acompañamiento de Oracle



➤ ACERCA DEL CLIENTE

En el punto de partida dónde este proyecto dio inicio, Grupo Restaurantero Gigante contaba con una cadena de restaurantes cuya operación es ejecutada con más de 190 unidades dispersas en todo el país, siendo Toks una de sus principales marcas debido a su larga trayectoria en el sector restaurantero y renombre por sus buenas prácticas, certificadas por organismos como **ESR y distintivo H**

Inicialmente, el plan de lealtad operaba únicamente en Toks de forma física mediante tarjetas personalizadas que brindaban una cantidad variada de descuentos y que eran entregadas en los puntos de venta autorizados.

La necesidad de transformarse se detona a causa de la diversificación de las marcas del grupo y la creciente variedad de productos ofertados. Por tanto, se planteó como necesario el **gestionar mejoras como el registro de gustos y preferencias de los clientes, así como incluir a todas las marcas** para fortalecer el vínculo entre el cliente y la empresa.

Adicional a lo anterior la creciente tendencia de migrar a canales digitales para la interacción del cliente y el evitar contacto físico a consecuencia de la pandemia por el COVID-19 hicieron más evidente la obligación de innovar.



➤ LOS RETOS

GRG inicialmente planteó un alcance nacional para el proyecto con el objetivo de cubrir los 25 estados de la República Mexicana en dónde las marcas de GRG tienen presencia. Esto traería implícita la necesidad de establecer una serie de estrategias de mercadotecnia personalizadas de acuerdo a cada marca y tipo de comensal para asegurar la fidelización y, en consecuencia, un impacto hacia la mejora continua del portafolio de productos y servicios de cada restaurante.

El objetivo fue **desarrollar una aplicación móvil** que tuviese la capacidad de cubrir la experiencia gastronómica de todos estos comensales que

llegarían a tener acceso a la plataforma y, por otro lado, un portal intuitivo y flexible para la administración y gestión de toda la información necesaria implicada en cada proceso de negocio para operar con eficacia el plan de lealtad.

Dentro de los retos para la ejecución de este proyecto fue el seguimiento de las actividades en modalidad remota a causa de la emergente pandemia que trajo el COVID-19.

SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA >

Para soportar la gestión de relación de los clientes, ventas y promociones, el desarrollo tecnológico para A Comer Club giró en torno a la integración a alto nivel de Oracle Loyalty Cloud entre **GRG** con Oracle CX Cloud para modelar su plan de lealtad usando las herramientas provistas por el aplicativo.

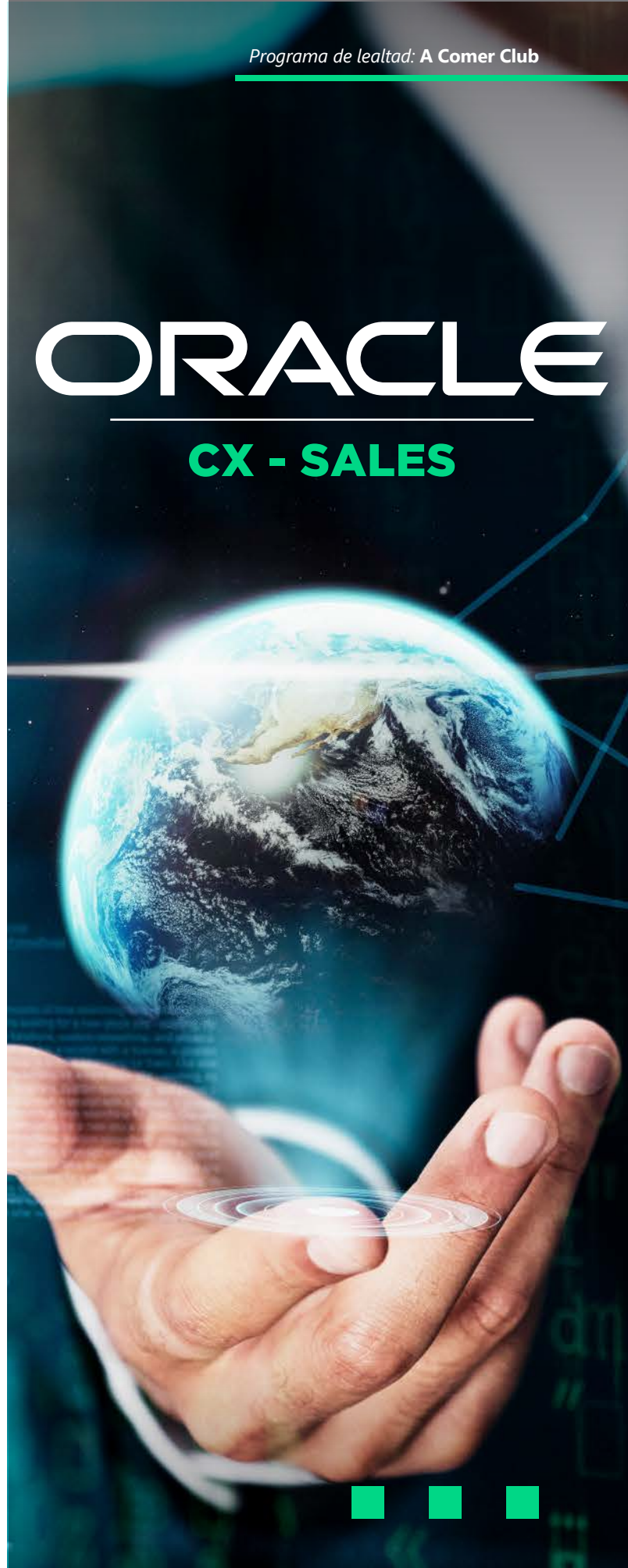
Las **herramientas Oracle involucradas** para este desarrollo fueron:

- Oracle Loyalty Cloud
- Oracle Integration Cloud
- Oracle Sales Cloud
- Oracle Responsys Marketing Cloud
- Oracle Content Management
- Oracle Visual Builder
- Oracle Apex
- Oracle Customer Data Management
- Oracle Cloud Enterprise Resource Planning

Para la ejecución del desarrollo, **EKS** se sumó a la colaboración con un equipo técnico multidisciplinario y exclusivo cuyos integrantes ya habían participado anteriormente en otros proyectos con **GRG** para el desarrollo de servicios, identificación de procesos, integraciones de puntos de venta Oracle y servicios de implementación de herramientas Oracle Cloud en otras áreas del negocio como contabilidad, operaciones y cadena de suministros por mencionar algunas.

ORACLE

CX - SALES



RESULTADOS >

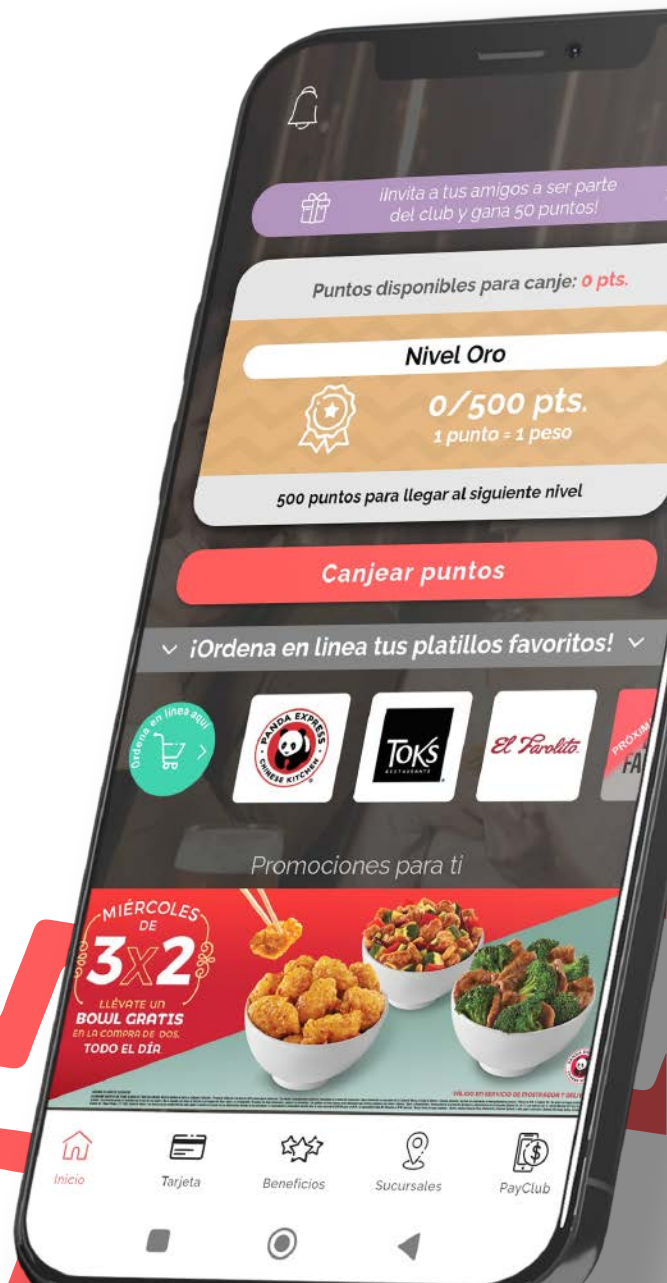
A pesar de que ya existían otros programas de software relacionados a la gestión de planes de lealtad para el día en que **GRG** puso en marcha las operaciones de **A Comer Club**, se tiene la certeza de que cuentan con un desarrollo único en el sector ya que fue pensado en función del deleite de sus comensales.

Gracias al rendimiento de Oracle Cloud y la implementación exitosa, **GRG** ha notado un mayor control en la gestión del plan de lealtad, así como una mejora en la toma de decisiones gracias a la capacidad para monitorear datos en tiempo real.

Ahora, **GRG** puede ofrecer experiencias únicas y memorables a sus comensales a través de **A Comer Club** mediante:

- Un sistema basado en puntos, los cuales incrementan en cada visita registrada a cualquier restaurante de sus marcas.
- Venta de tarjetas de regalo con puntos sin distinción para canjear por promociones.
- Membresías clasificadas que suman más de 10 empresas externas que reciben beneficios para sus colaboradores.

A Comer Club ya está disponible en la App Store de Apple y Play Store de Google para Android con una calificación aproximada de satisfacción de 4.2 estrellas.



CONCLUSIÓN >

El proyecto ahora se encuentra en **fase de soporte técnico** para garantizar el debido funcionamiento del desarrollo y las nuevas implementaciones que están surgiendo como consecuencia de profundizar en la entrega de experiencias memorables para los comensales de todos los restaurantes que conforman al grupo.

EKS seguirá trabajando de manera activa en la mejora continua del programa de lealtad de **GRG**, sumando acciones para consolidar este proyecto como un caso de éxito más en sus filas, prueba de su excelencia como socio estratégico de tecnología para las empresas.

Detrás de esta aplicación que hoy beneficia a todos los comensales de **GRG**, está la dedicación de personas que trabajaron 24/7, hecho que confirma nuestra cultura única de compromiso en la prestación de servicios para el desarrollo y e implementación de **tecnología Oracle**.





PROGRAMA DE LEALTAD: *A Comer Club*



PROGRAMA DE LEALTAD
ACOMERER[®]
CLUB

Autores:

FELIPE ARENAS GUTIÉRREZ,
CONSULTOR ASIGNADO AL PROYECTO

MARCO ANTONIO ESTRADA MARTINEZ
GERENTE TÉCNICO

MIGUEL BUSTILLOS GIL
DIRECTOR DE MARKETING EKS
SUPERVISIÓN DE REDACCIÓN Y CORRECCIÓN



PROGRAMA DE LEALTAD: *A Comer Club*



PROGRAMA DE LEALTAD
ACCOMER®
CLUB



EKS



Empresa
Socialmente
Responsable®

CASO DE  **Éxito**