

“La nueva aplicación refleja las demandas de un consumidor de nueva generación; aporta innovación, modernidad, comodidad y calidad de servicio, ofreciendo opciones para llevar a cabo la compra de alimentación bajo el paraguas de una marca de confianza. Hacer la compra deja de ser un acto limitado por un horario o restringido a un espacio físico. El consumidor decide ahora cuándo quiere hacerla y lo gestiona esté donde esté. Y además, con la aplicación de Capraboacasa, puede cerrar la compra en su totalidad”

Julián Sánchez
Director
Capraboacasa



Caprabo apuesta por Capgemini para el diseño, desarrollo e implantación de su aplicación de mobile commerce

La aplicación de compra móvil de Caprabo contribuye a mejorar las ventas gracias a una experiencia omnichannel centrada en el consumidor

La situación

Caprabo, compañía de supermercados de referencia en los mercados estratégicos de Catalunya y Navarra, líder en venta de alimentación por internet, se plantea avanzar en las propuestas de innovación y servicio a cliente, ofreciendo una experiencia de compra mejorada y omnicanal, tras identificar que un elevado porcentaje de sus clientes accedían a su tienda on-line utilizando dispositivos móviles.

Desde hace años, Caprabo y Capgemini mantienen un partnership de colaboración en el área de IT con múltiples proyectos y servicios.

La solución

Partiendo de las necesidades de negocio planteados inicialmente por Caprabo para el desarrollo de su aplicación móvil de compra (mCommerce), Capgemini propuso utilizar un enfoque de Digital Customer Experience (DCX), centrado en el consumidor, basado en los siguientes ejes:

- **Focus Groups:** Capgemini comenzó analizando las necesidades de diferentes segmentos de consumidores, sus hábitos de compra en un supermercado online, así como sus inquietudes y expectativas respecto una aplicación de compra online. Esto permitió identificar las funcionalidades de la aplicación centrándose exclusivamente en las necesidades reales del consumidor.
- **Benchmarking:** Capgemini realizó un análisis de las principales aplicaciones existentes en el mercado con funcionalidades de compra, identificando aquellos ámbitos donde Caprabo podía diferenciarse de la competencia.
- **Customer journey:** Se diseñó el proceso de compra de los clientes de Caprabo en un entorno omnicanal (web, social, aplicación, offline), identificando los “Moments of Truth”, que representan los puntos clave para la conversión de las ventas.
- **Value Map:** Capgemini definió un mapa de decisión en el que ubicó las funcionalidades de la aplicación, en base a dos dimensiones, valor para el consumidor y coste de implementación.
- **User Interface (Wireframes & Visual Design):** El diseño gráfico y de usabilidad, se validó de manera iterativa en workshops conjuntos con Caprabo, lo que permitió anticipar los resultados y asegurar la calidad del diseño.
- **Mobile Agile Development:** En la construcción de la aplicación y de los servicios de integración participó un equipo multidisciplinar, aplicándose métodos ágiles de desarrollo basados en nuestra metodología propia de Scrum, lo que permitió a Caprabo disponer de entregas de periodicidad semanal con el fin de obtener y validar resultados tangibles de manera progresiva.

- **Secure Mobile One-Click Payment:** Gracias a la infraestructura y al servicio proporcionado por Prosodie, empresa del Grupo Capgemini, se habilitó un sistema de pago móvil basado en tecnología “One-Click”, que facilita enormemente al consumidor el pago con tarjeta de crédito/debito desde el móvil, con mayor rapidez e instantaneidad que con los mecanismos de pago tradicionales

El resultado

Caprabo se convirtió en la primera compañía de su sector, en lanzar una aplicación que cubría la totalidad del ciclo de compra y pago del pedido.

Esta aplicación añade a la compra de productos alimentarios y primera necesidad, elementos de innovación, modernidad, calidad y servicio, aportando numerosas ventajas para el consumidor:

- Permitir comprar a cualquier hora y desde cualquier lugar, haciendo posible el pago del pedido desde el móvil de forma sencilla, cómoda y segura. Se puede consultar la misma oferta de productos en cualquier canal ya sea web ó móvil, y optar a promociones, cupones, descuentos, etc.
- Ofrecer una experiencia de compra unificada, tanto desde web como desde la aplicación móvil, apoyándose Caprabo en las redes sociales para lograr un enfoque Omnichannel Customer Journey. Incorpora un buscador mejorado e intuitivo.
- Consultar la misma oferta de productos en cualquier canal ya sea web ó móvil, y optar a promociones, cupones, descuentos, etc. Facilita la compra en un clic: añadir y comprar; sin colas, sin prisas y sin desplazamientos.
- Facilitar el proceso de compra, mostrando en la aplicación las compras más recientes y las más habituales del cliente, tanto sus compras online, como las que realiza en el supermercado tradicional.
- Incorporar un buscador mejorado e intuitivo.
- Mejorar el proceso de pago cómodo y seguro mediante tecnología “One Click Payment”.
- Facilitar la compra en un clic: añadir y comprar; sin colas, sin prisas y sin desplazamientos.
- Sentar las bases para futuras mejoras en la aplicación y en el proceso de compra.

El proyecto realizado por Capgemini, además de suponer una innovación tecnológica para Caprabo, consiguió un alineamiento estratégico gracias al trabajo conjunto llevado a cabo y una estrecha relación entre las áreas de Marketing y TI. De este proyecto se han derivado importantes de logros:

- En el primer mes de funcionamiento, la aplicación registró más de 8.000 descargas, generando pedidos de manera efectiva:
 - El 25 % de las personas que descargaron la aplicación realizaron más de una compra
 - Más del 11 % de los clientes de la aplicación son nuevos clientes para Capraboacasa y el 7 % de las descargas son nuevos clientes de Caprabo
- A los dos meses tras el lanzamiento, la aplicación móvil de Capraboacasa representaba ya el 10% de la actividad online de la compañía, según datos de Caprabo.

Cómo hemos trabajado juntos

Caprabo apostó por Capgemini para el diseño, construcción e implantación de su aplicación móvil de compra. El alto grado de implicación del equipo y la satisfacción de Caprabo por los resultados obtenidos han hecho posible la continuidad de esta colaboración, renovando Caprabo la confianza en Capgemini para el servicio de mantenimiento y evolución posteriores.

Debemos destacar la gran implicación de las direcciones de Marketing y TIC, así como del resto de áreas de negocio de Caprabo implicadas y de la esponsorización por parte de la dirección, claves en el éxito del proyecto.

Asimismo, el equipo de trabajo de Capgemini ha sido uno de sus valores principales en el logro de los objetivos del proyecto. En él, han participado un equipo de consultores y expertos, con fuerte experiencia en proyectos similares y en las tecnologías requeridas, con perfiles que cubrían todas las necesidades del proceso end to end, garantizando el conocimiento y la experiencia acumulada. Ambos equipos han unido fuerzas formando un grupo bien cohesionado, creando relaciones cercanas y eficaces, y comprometidos mutuamente con el éxito y los resultados.

Acerca de Capgemini

Con casi 145.000 empleados presentes en más de 40 países, Capgemini es uno de los principales líderes en servicios de consultoría, tecnología y outsourcing del mundo. El Grupo Capgemini alcanzó unos ingresos globales de 10.573 millones de euros en 2014. Capgemini, en colaboración con sus clientes, crea y proporciona las soluciones tecnológicas y de negocio que mejor se ajustan a sus necesidades y que conducen a alcanzar los resultados deseados. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la Collaborative Business Experience™, basada en su modelo de producción Rightshore®.

www.es.capgemini.com

Capgemini España
aplicación Services

Aproved by

Ramón Alvarez

Vice President - Head of Spain Digital Customer Experience
Capgemini

Julián Sánchez,

Director
Capraboacasa

Caprabo, compañía líder de supermercados en España, cuenta con una red de 319 supermercados, ubicados en el tejido urbano de las zonas estratégicas de Cataluña y Navarra. La compañía representa el supermercado urbano de prestaciones con el mayor número de referencias, que combina la oferta de ahorro con la oferta en marcas más amplia del mercado. Cada día, más de 220.000 personas compran en los supermercados Caprabo. Más de 1,2 millones de personas usan de manera regular la tarjeta cliente de Caprabo. Caprabo es pionera en la venta de alimentación por Internet a través de Capraboacasa.

www.caprabo.com

Más información: info.es@capgemini.com