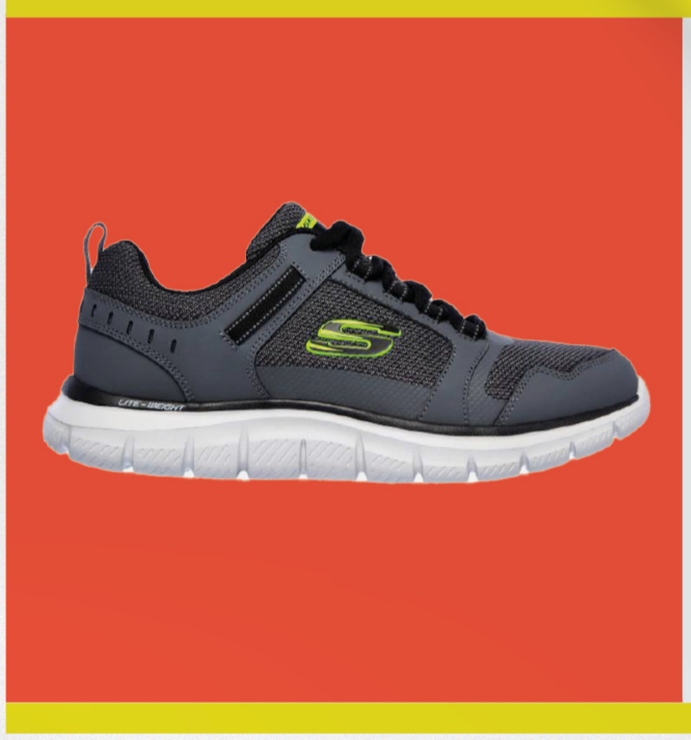
ALLTEN SPORT

TRANSFORMACIÓN OMNICANAL PARA UNA VENTA ONLINE SIN QUIEBRES DE STOCK









CASO DE ÉXITO | MULTIVENDE

En el mundo deportivo, las **marcas** son más que empresas en el mercado, pues actúan como aliadas que proveen **herramientas fundamentales** para superar retos y llegar más lejos. De esta manera, cada empresa del rubro tiene el compromiso de llegar al más alto nivel, lo que significa lograr un funcionamiento tan óptimo que internamente todo se encuentre **perfectamente optimizado** y que para sus clientes se traduzca en la **mejor experiencia posible**.

Uno de los factores críticos para lograr esto y generar esa satisfacción en los clientes, es cumplir con las promesas y expectativas generadas en el marco de la interacción online y en este contexto **llevar al mínimo cualquier tipo de error** en la operación es fundamental.

Dentro del mercado deportivo colombiano, **AllTen** es la marca líder de su categoría y en su trayectoría por el comercio electrónico ha demostrado cómo alcanzar esta meta significa un **antes y después operativo** y constituye - además de todo lo que significa para los clientes - el paso necesario para **superar cualquier barrera al crecimiento**, logrando llegar a la excelencia y a la cima dentro de su rubro.

AllTen es una empresa colombiana con presencia en el mercado desde hace 7 años que se ha convertido en **líder** dentro del rubro de **artículos deportivos**. Con un amplio catálogo de productos donde destaca el calzado, ropa y accesorios, son distribuidores de las marcas deportivas más importantes dentro de su categoría: **Adidas, Reebok y Skechers.**

Desde sus tiendas físicas presentes en los principales centros comerciales del país, AllTen inició su recorrido en los canales digitales en el año **2019** como paso fundamental dentro su **estrategia de crecimiento**.

Ésta decisión les permitió comenzar a **desarrollar su músculo online** en un momento propicio para enfrentar las dinámicas que trajo consigo la pandemia mundial y de esta manera, aprovechar las oportunidades del proceso de transformación en el comportamiento de los consumidores, para crecer y fortalecerse internamente y además, para **consolidar su posición** dentro del mercado.



Luis Fernando es el **eCommerce Manage**r de AllTen y es tecnólogo en administración de empresas especializado en eCommerce. Con 6 años dentro de la empresa, desde hace 3 años lidera toda la operación de las ventas en canales online así como la **estrategia de crecimiento digital** de la marca.

AllTen dió el paso al mundo online a través de Multivende tomando como punto de partida **Dafiti**, el principal marketplace de nicho del país enfocado en la categoría de moda para luego llevar sus productos a otros canales multicategoría como **Mercado Libre, falabella.com** y **Linio**.

Además, la marca maneja la tienda oficial de la Federación Colombiana de Fútbol (FCF) patrocinada por Adidas y próximamente tendrán su propia tienda online centralizada a través de Multivende, todo bajo la dirección de **Luis Fernando Barrero**.

UNA OPERACIÓN SIN QUIEBRES DE STOCK

La transformación hacia el eCommerce omnicanal de AllTen surge en gran medida como respuesta a la necesidad de atender problemas asociados al **inventario**, inevitables al vender en múltiples canales de forma individual con una alta demanda de productos. En la búsqueda de soluciones, la marca llegó a Multivende y comenzó a gestionar su **operación online completa** a través de la plataforma.

Desde el momento de su integración, lograron **eliminar los quiebres de stock** gracias a la **sincronización inmediata del inventario**, lo que ha significado una optimización total de su operación y les ha permitido enfocarse en el fortalecimiento de su presencia en los marketplaces más relevantes del ecosistema colombiano, mantener su reputación en esos canales e **impulsar el aumento de sus ventas**.

Por otra parte la **administración de productos** era un tema igualmente importante, pues requiere mucho tiempo y esfuerzo trabajar un catálogo de productos óptimo en plataformas completamente separadas y mantener la calidad que caracteriza toda la operación de la marca.

A través de la **centralización** AllTen ha podido experimentar un cambio radical en su gestión de productos, mejorando notablemente los **tiempos de creación y publicación** a través de las herramientas de gestión masiva y ha logrado tener de esta manera, un catálogo único de productos **sin perder autonomía** en cuanto a su mix publicado en cada marketplace, en la diferenciación de precios y el manejo de las marcas para cada uno de sus canales.

Igualmente ha sido relevante poder tener un status de su operación en un solo lugar y generar los **reportes** necesarios para la gestión de pedidos y seguimiento general de la operación bajo un mismo esquema de trabajo con Multivende.

Éstas y todas las herramientas de la integración, han significado un giro radical en la **interacción de la marca con su operación online**, lo que se ha visto reflejado en su crecimiento y particularmente, en los resultados en los eventos de mayor presión operativa, que son los **periodos de campañas de precios** en las ventas online.



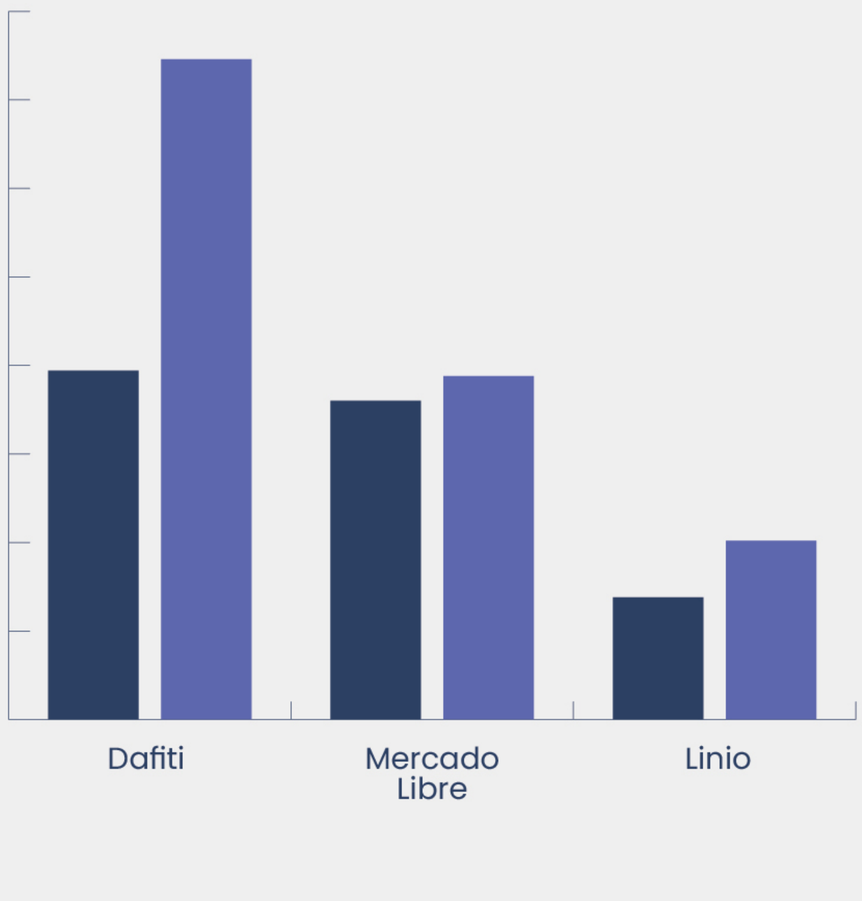
DÍAS SIN IVA PARA ALLTEN

Los Días Sin IVA, son una de las fechas de campañas de precios **más importantes de Colombia** y donde se **concentra** un porcentaje bastante relevante de las **ventas del ecommerce anualmente**. Luego de un primer día sin IVA marcado por las dificultades de hacer frente a la alta demanda y a la exigencia logística, era fundamental para la marca poder brindar una mejor experiencia en el proceso de compra y esto fue posible para el **segundo día sin IVA** del año a través de la **transformación omnicanal**.

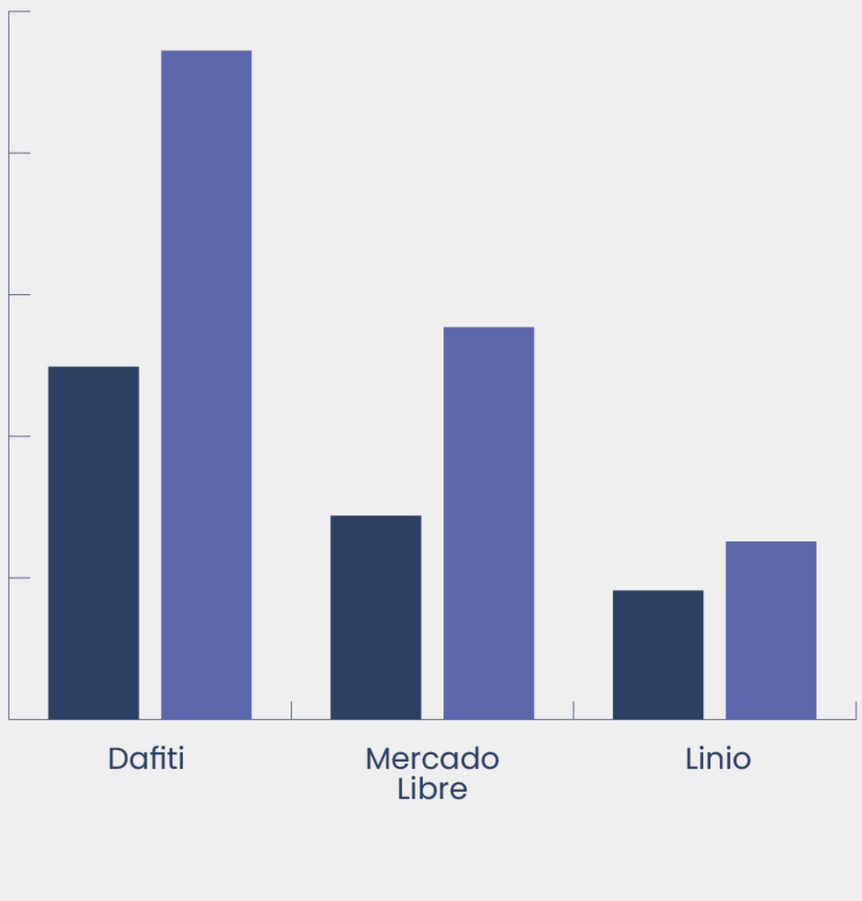
Esta fecha, estuvo marcada por **hitos tanto de ventas como operativos**, donde la marca logró vender más de 5.000 artículos en un día y luego, solo en 2 días, logró empacar y despachar todos los pedidos **sin ninguna cancelación**, aspecto que había sido uno de los principales problemas a resolver con la centralización y que en esta campaña fue completamente resuelto con la integración.

Distribución por marketplace Día Sin IVA 1 vs. Día Sin IVA 2

Ventas por marketplace



Items por marketplace



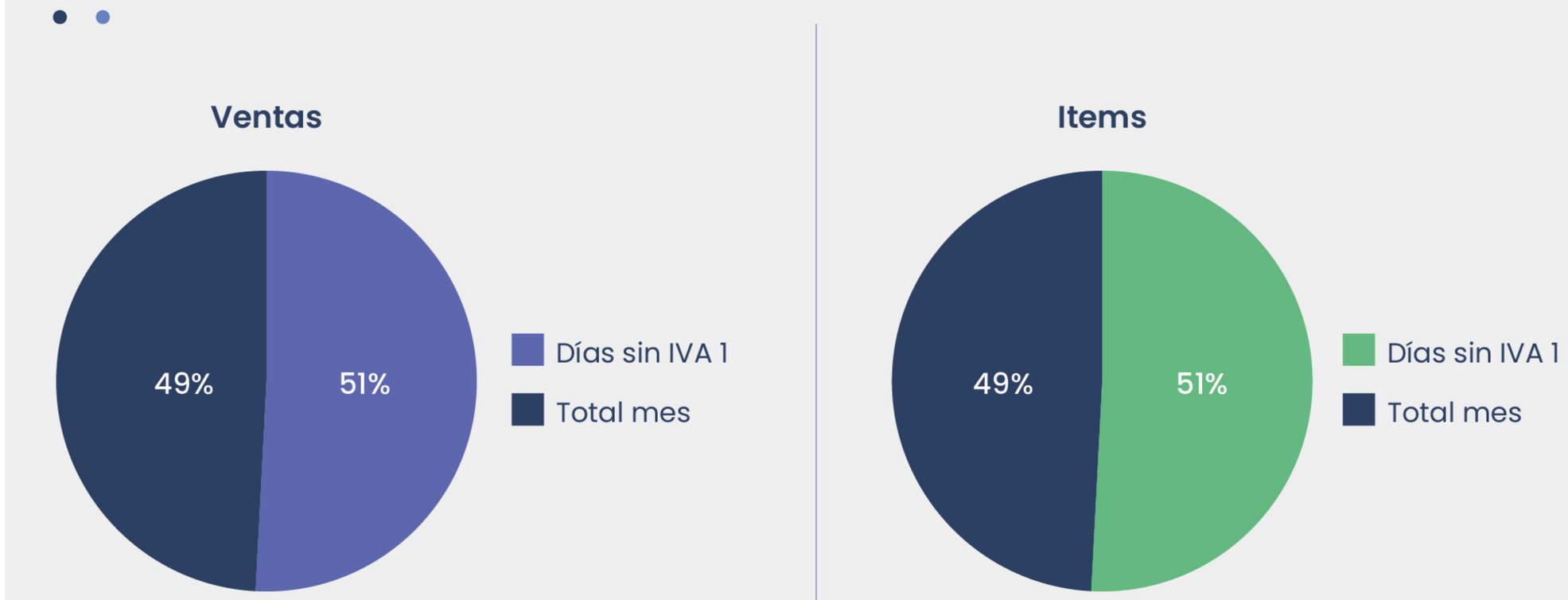
En el segundo Día Sin IVA la suma de las ventas de todos los canales crecieron un **50%** con respecto al primer Día Sin IVA. A nivel de ítems vendidos, tuvo un incremento del **80%** con casi 5.000 unidades vendidas.

Distribución total de ventas Día sin IVA vs. total mes

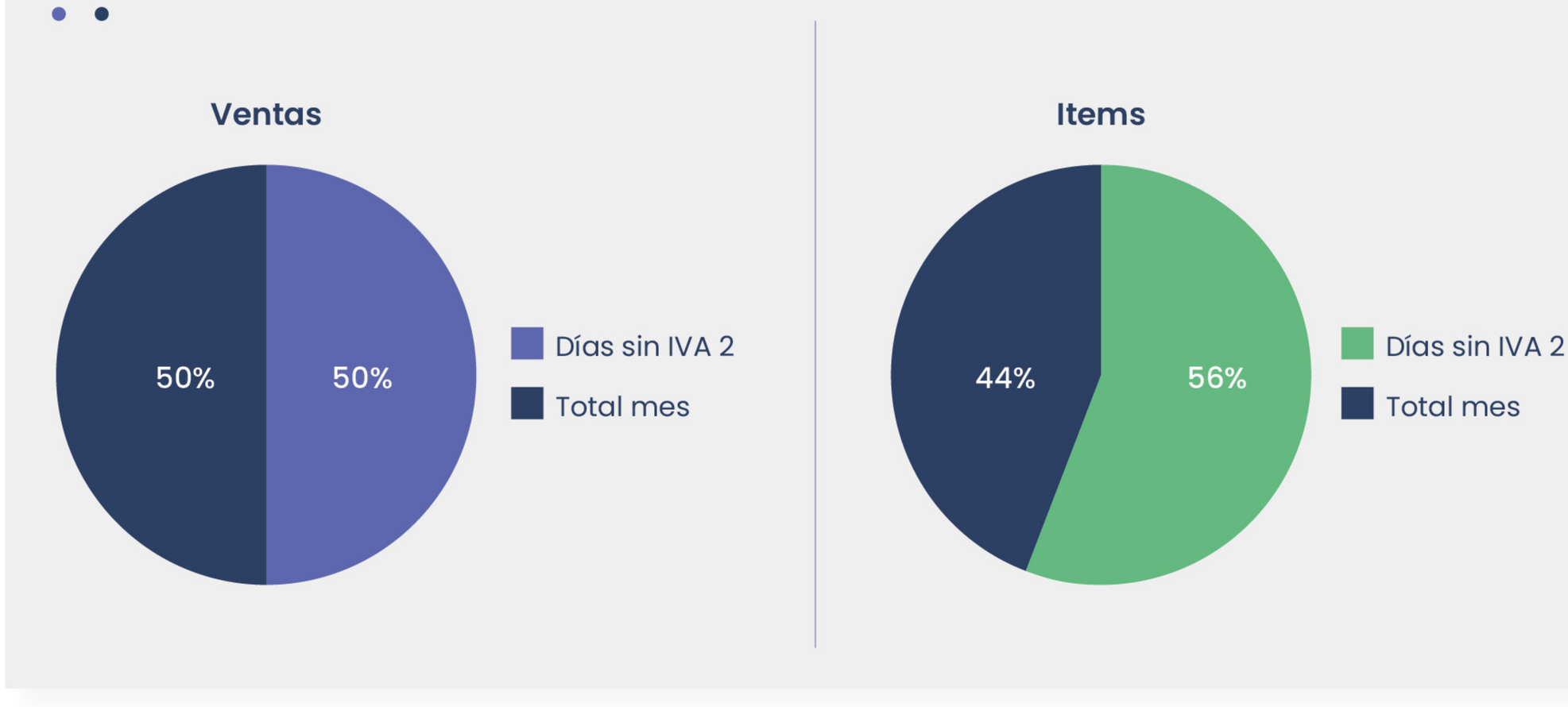
Una muestra de la relevancia del Día Sin IVA en el ecommerce colombiano y para AllTen es la distribución de las ventas en los meses donde se desarrollan estos eventos.

En 2022, tanto a nivel de ventas como de ítems, el Día Sin IVA representó al menos el **50%** de la venta total del mes, con un alza significativa en junio donde el total de ventas alcanzó el **56%**.

Marzo



Junio





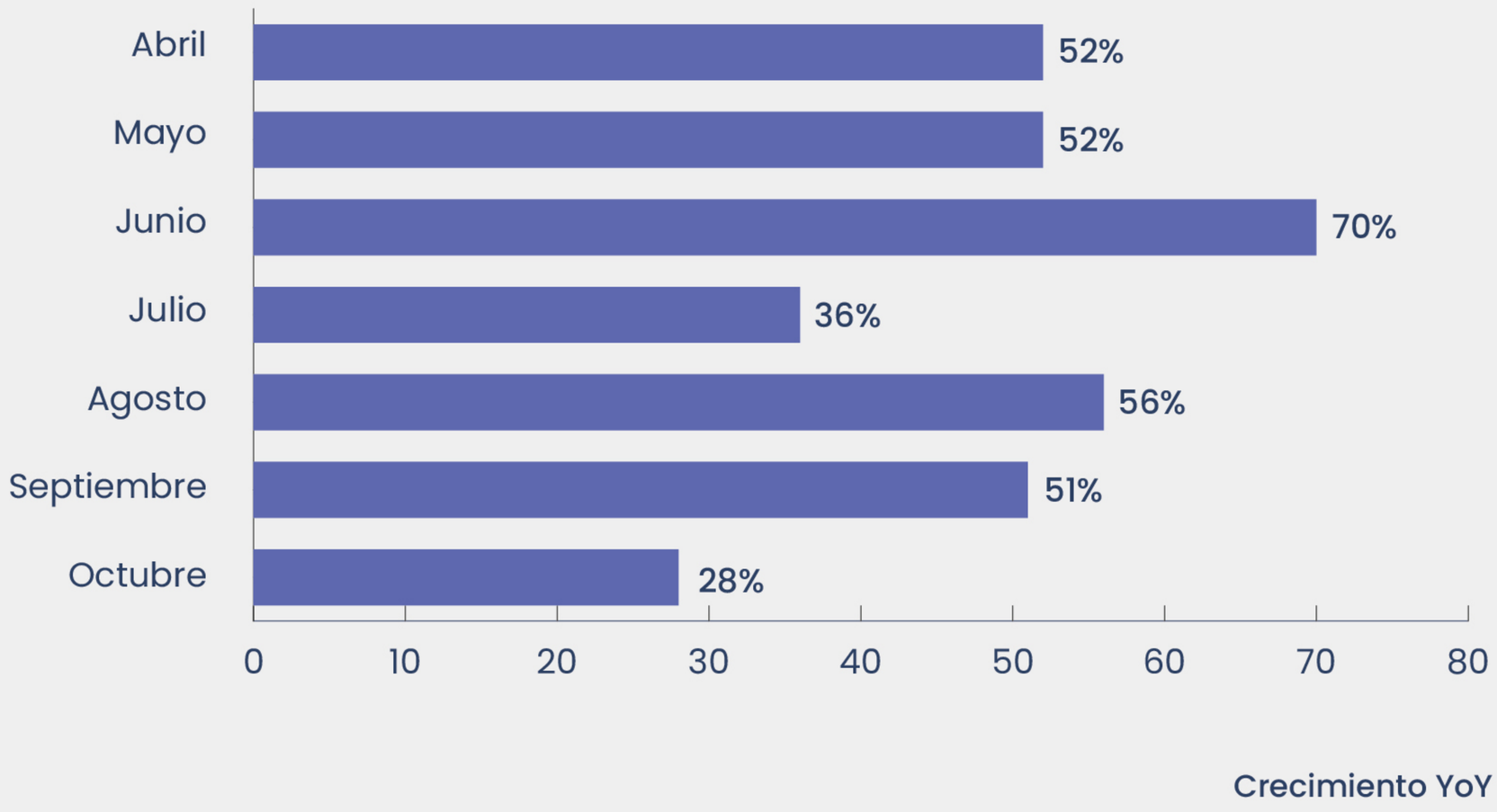




CRECIMIENTO IMPULSADO POR LA INTEGRACIÓN

Desde la integración con Multivende, el **crecimiento de la marca** mes a mes ha tenido un desempeño positivo. Luego de un incremento resaltante en Junio durante el Día Sin IVA, ha experimentado un cambio que además de reflejarse en los resultados de la empresa, también ha impactado notoriamente en la operación diaria del equipo dedicado a las ventas online, quienes han podido dejar de dedicarse a la resolución de errores para enfocarse en aprovechar el potencial de sus herramientas tecnológicas para llegar a **nuevos hitos** en la evolución digital de la marca.

Crecimiento Abril - Octubre 2022



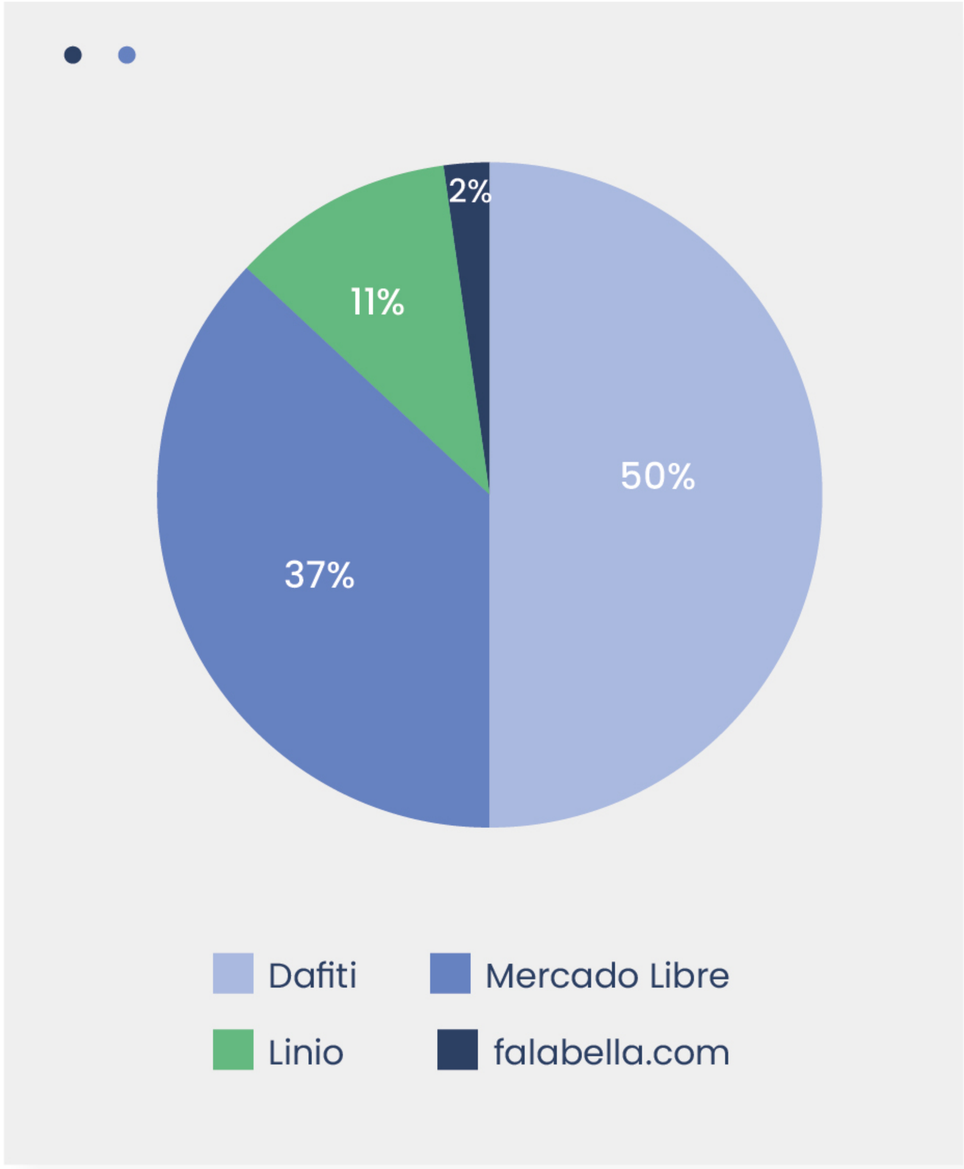
EL DESPEGUE DE LOS MARKETPLACES

En 6 meses de integración la venta online pasó a representar el **27% del total** de ventas de la marca. Dentro de sus marketplaces, **Dafiti** representa el **50%** de las ventas de la marca en el periodo abril - septiembre, una muestra de la relevancia de AllTen dentro de su rubro y también del impacto que tiene para una marca estar presente en los canales de venta adecuados de acuerdo a su **nicho de mercado**.

Distribución tiendas físicas vs. ventas online



Porcentaje de participación marketplaces





El crecimiento y buen performance de AllTen en el ecommerce prueban cómo una marca puede dar un giro radical en su día a día operativo y eliminar **a través de soluciones tecnológicas** sus obstáculos para avanzar hacia metas más desafiantes y continuar **escalando en el mercado**.

Como marca enfocada en la experiencia de sus clientes, el futuro de la AllTen está centrado en **enriquecer su catálogo de productos** para lograr que la experiencia tanto online como en sus tiendas físicas sea acorde a los valores y compromiso de marca.

Igualmente esperan continuar diversificando sus canales online y aumentar la participación del ecommerce en los resultados de la empresa, todo esto haciendo uso de la **facilidad de apertura a nuevos canales** que le ofrece contar con un **catálogo de productos unificado** y a través de su integración con Multivende como aliado estratégico para hacer posibles estos cambios e impulsar su crecimiento.



MULTIVENDE.com