



# CASO DE ÉXITO MALLPLAZA



El Proceso de Feedback Operacional Tiendas se eficiente a través de CRM Dynamics, donde se notifican los hallazgos a los responsables para atender el requerimiento lo antes posible.



# MALLPLAZA

## ANTECEDENTES

Mallplaza es la cadena más grande de centros comerciales en Chile perteneciente al grupo Solari. Actualmente tiene malls distribuidos en nueve ciudades de Chile, en cuatro de Perú y en cuatro de Colombia.

AIM opera en más de 3.000 tiendas sólo en Chile. De los diecisiete centros comerciales en Chile, ocho se encuentran en Santiago, dos en Concepción, y los otros en Arica, Iquique, Calama, Antofagasta, Copiapó, La Serena y Los Ángeles.

En Perú, tiene centros comerciales en Trujillo, Arequipa, Lima y Callao.

Por su parte, en Colombia cuenta con complejos comerciales en Cartagena, Manizales, Barranquilla y Bogotá.



# DESAFÍOS DE LA EMPRESA

Mallplaza ha tenido un crecimiento importante los últimos años y junto con ello se vio obligado a adaptarse a la magnitud de sus operaciones, considerando el incremento de sus colaboradores, tiendas y servicios que hasta ese momento eran gestionados por herramientas poco eficientes, obsoletas y muy alejadas a la realidad tecnológica que proyecta la compañía.

Ante la inminente transformación digital, aún más impulsada por la pandemia actual, Mallplaza se vio obligado a buscar nuevas opciones para digitalizar sus procesos operacionales. Claudio Antezana, jefe de operaciones tiendas nos comentó: “Todo se llenaba en bases de datos de excel, era todo por correo y de repente se te pasaba un caso, no teníamos reportes para ver casos particulares y eso provocaba más horas hombres. No teníamos una trazabilidad completa ni el detalle que tenemos hoy día con AIM”.

**Mallplaza decidió implementar una herramienta que unifique todos los procesos que viven en su operación diaria y que entregue visibilidad y trazabilidad de manera instantánea a través de reportes e indicadores que permitan tomar decisiones en terreno, ya que estaban viviendo un proceso muy desordenado y anticuado.**





# AIM DIGITALIZA LOS PROCESOS DE MALLPLAZA

Luego de que Mallplaza analizara sus problemáticas en terreno y la deficiente resolución de problemas comunes, decidió digitalizar sus procesos para así tener una mayor trazabilidad de los hallazgos reportados para su pronta solución. De esta manera decidieron optar por una solución que cumpla todos estos requerimientos y además entregue un valor agregado a la compañía.

Finalmente decidieron optar por AIM Manager, una herramienta que cumplía todos los requisitos que necesitaba la compañía, ya que entrega muchas funcionalidades que digitalizaban sus procesos actuales, disminuyendo así las horas hombre y recursos involucrados.

También se tomó en cuenta su fácil uso y configuración, ya que es una herramienta que deberían usar todos los colaboradores de la compañía, desde los cargos ejecutivos hasta los cargos más técnicos. A la vez se consideró la integración de AIM a otros software de gestión ya instaurados en la compañía, ya que se podrían combinar datos importantes para mejorar los procesos en terreno.

Todo esto ha ayudado a tener un mayor y mejor feedback de hallazgos reportados, que a través de tickets permiten mejorar el tiempo de respuesta ante cualquier problema que amenace la continuidad operacional de cada centro comercial.

***“Con AIM todos los procesos son digitales y a la vez se puede acceder instantáneamente a ellos. Entro desde mi celular, descargo los reportes y lo veo en el instante, aparte lo puedo configurar, editar fechas y todos los datos. Entonces es mucho más amigable y es un sistema que a mí y a mi equipos nos acomoda mucho. Los resultados no sólo los puedo ver en el payback económico sino que hay muchos beneficios que no podemos cuantificar, pero que sin duda agregan valor a la compañía.”***

**Claudio Antezana - Jefe de Operaciones Tienda Mallplaza**



## ETAPAS DEL PROCESO

Este proceso abarca los requerimientos propios del día a día (ventilación, retiro de basura, filtraciones, etc.) que deben ser levantados y atendidos por el equipo de operaciones. Los locales llaman al call-center de Mallplaza, quienes ingresan la solicitud mediante CRM dynamics, los cuales generan diferentes tipos de hallazgos en AIM que son notificados a los responsables para atender el requerimiento rápidamente.

**El objetivo principal es registrar y trazar los problemas operacionales de los locatarios para luego medir el tiempo de respuesta del equipo de operaciones de cada Mall.**



### Resultados esperados

- Mejorar la experiencia de operadores.
- Contar con información respecto a cada gestión realizada y su estado actual.
- Reducir el tiempo de respuesta de proveedores.



### Ejecuciones por evento

Se analizaron las ejecuciones por evento alcanzando las 898 ejecuciones mensuales en promedio. Se obtuvieron los siguientes beneficios:

- Reduce tiempos de trabajo.
- Permite obtener la trazabilidad de la información conociendo el estado de cada requerimiento en tiempo real.
- Cada checklist se encuentra digitalizado al instante.



### Reportes Automatizados

- Permite identificar a tiempo cuellos de botella y puntos críticos.
- No requiere de confección de informes, estos se encuentran siempre disponibles mediante la plataforma "Tableau".

*“Con la plataforma implementada tenemos un buen desempeño de nuestros colaboradores, dado que nosotros sabemos y vemos un reporte de cuántos tickets llegan a cada local y así sabemos donde poner foco, sabemos a qué recurrir y cuales son los tipos de hallazgos que más se repiten, algo que antes se hacía manual por mail, hoy lo tenemos muy bien trazado a través de AIM. Esto nos permite también reducir tiempos de trabajo, reducir los tiempos de respuesta a los operadores y entregar mejores soluciones en tiempo y forma”.*

Claudio Antezana - Jefe de Operaciones Tienda Mallplaza

# EL RETORNO ES DE 3,8 VECES

## LA INVERSIÓN QUE SE HIZO EN AIM

Para Mallplaza AIM ha sido una herramienta funcional, pero sobretodo muy rentable, ya que ha generado muchos ahorros en sus operaciones en tiendas, donde el proceso de feedback mediante sistema de CRM ha sido crucial al momento de generar ahorros en horas hombre, experiencia de clientes y en tiempos de ejecución de reportes. Sin mencionar los diversos beneficios que no se pueden cuantificar de manera directa.

Ahorro en Hallazgos

**16.164 USD**

Cifras anuales

5.388 HH en hallazgos y se consideran 30 min. de ahorro por hallazgo. Valor hora: 3USD.

Ahorro en costos por experiencia de clientes

**10.776 USD**

Cifras anuales

Se consideran 898 hallazgos y solo el 5% representan clientes insatisfechos por 20 USD.

Ahorro en tiempo de ejecución de reportes

**4.320 USD**

Cifras anuales

Se consideró 2 hts. por reporte diario y 4 por reporte semanal a 6 USD el valor de HH.

Ahorro total

**\$31.260 USD**

Costo de proceso

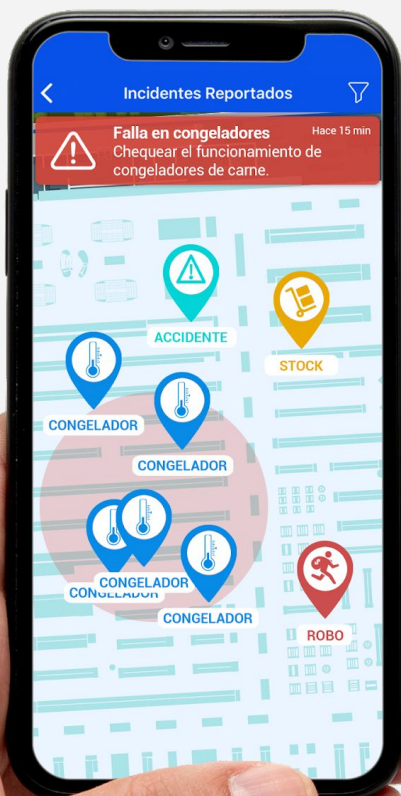
**\$8.916 USD**



PAYBACK PROCESO

**3,80**

(\* Payback calculado en cifras anuales.



*“Si lo podemos cuantificar de alguna manera, nosotros hicimos el ejercicio de que al menos el retorno es de 3,8 veces la inversión que se hizo en esta plataforma y dado que tenemos un ahorro en el personal dedicado a la gestión de incidentes y la disminución de pérdida por oportunidad de venta que tenemos en cada operador donde se puedan presentar estos problemas, ya que las respuestas son mucho más rápidas y tenemos un ahorro de tiempo también en la ejecución de reportes. Hoy en día yo puedo ver todo en línea y puedo de manera instantánea ver cuáles son las alertas que me levantan, puedo gestionar la reportería y al reaccionar de manera más rápida me produce un ahorro de tiempo que también se puede cuantificar en HH. Entonces en definitiva creo que el retorno y como lo estudiamos es de al menos 3,8 veces de payback”.*

Claudio Antezana - Jefe de Operaciones Tiendas de Mallplaza

# TAMBIÉN HAY AHORROS QUE NO SE CUANTIFICAN

- ✓ Mejora la experiencia de los socios comerciales en un 100%.
- ✓ Se obtiene mayor trazabilidad y visibilidad de procesos en tiempo real.
- ✓ Al mantener un control sobre el desempeño de cada mall permite destacar los buenos resultados y buscar oportunidades de mejora en otros.
- ✓ Motiva al equipo de trabajo en terreno y oficina.
- ✓ Reduce ansiedad al contar con la información diaria y trazable sobre las necesidades de los locales y sus avances.
- ✓ La digitalización de este proceso permite ahorrar tiempo de traspaso a una planilla de excel u otro.
- ✓ Promueve la transformación digital en la compañía.
- ✓ Es una herramienta para todo tipo de usuarios ya que es una herramienta amigable y de fácil uso.
- ✓ Genera información automática a partir de los datos recopilados, permitiendo encontrar cuellos de botella e integrando información relevante al equipo de operaciones.
- ✓ Reduce esfuerzos del equipo de trabajo al entregar información importante de forma instantánea y en la palma de su mano.

***“Aparte de los ahorros monetarios hay otras cualidades que tiene la plataforma que pueden generar aún más retornos pero que no se pueden cuantificar, como son la experiencia que pueden tener nuestros socios comerciales, hoy en día le podemos mejorar 100% la experiencia dada la trazabilidad y todo el desarrollo que tiene esta plataforma que son cosas que no están cuantificadas en el payback o retorno financiero que puede entregar AIM”.***

**Claudio Antezana - Jefe de Operaciones Tiendas de Mallplaza**



## MALLPLAZA RECONOCE A AIM COMO UN PARTNER ESTRATÉGICO

Sin duda que la implementación de AIM en los centros de Mallplaza ha sido un éxito y una gran inversión para la compañía, ya que los procesos de resolución de hallazgos se hicieron más eficientes debido al uso de la plataforma y la resolución de tickets a través del sistema CRM (Call center).

Se pudo observar un payback que sorprendió a los ejecutivos de Mallplaza, ya que se recuperó 3,8 veces la inversión realizada en AIM. Se observaron ahorros en HH por resolución de hallazgos, en experiencia de clientes, y el tiempo invertido en preparación de informes, sin mencionar la cantidad de beneficios que no se pueden cuantificar económicamente, como la trazabilidad de procesos, tranquilidad de trabajadores, digitalización de la operación y muchos más beneficios que entrega una herramienta de clase mundial como AIM.

*“Con la plataforma implementada tenemos un buen desempeño de nuestros colaboradores, dado que nosotros sabemos y vemos un reporte de cuántos tickets llegan a cada local y así sabemos donde poner foco, sabemos a qué recurrir y cuales son los tipos de hallazgos que más se repiten, algo que antes se hacía manual por mail, hoy lo tenemos muy bien trazado a través de AIM. Esto nos permite también reducir tiempos de trabajo, reducir los tiempos de respuesta a los operadores y entregar mejores soluciones en tiempo y forma”.*

**Claudio Antezana - Jefe de Operaciones Tienda Mallplaza**



# CASO DE ÉXITO MALLPLAZA



 [www.aimmanager.com](http://www.aimmanager.com)

 [linkedin.com/company/aim-manager-spa](https://www.linkedin.com/company/aim-manager-spa)

 [contacto@aimmanager.com](mailto:contacto@aimmanager.com)

 Chile: El Bosque central 90, Las Condes, Santiago de Chile.

México: Montes Urales 505 piso 2, Lomas de Chapultepec.