



Información de prensa

03 de agosto de 2017

Henkel impulsa su estrategia comercial y de negocio a través del *Big Data*, con el fin de estar más cerca de las preferencias de sus clientes

Dime qué usas y te diré quién eres: Henkel innova

Seguramente has estado frente al aparador con cientos de opciones de productos para el cuidado del cabello: desde acondicionadores, shampoos, tratamientos restauradores, aceites minerales y hasta cremas reparadoras, encontrando gran utilidad en la mayoría de los productos. Alguna vez te has preguntado: ¿Cómo llegó ese producto ahí? ¿Cómo saben que a los consumidores les gustará éste o aquel producto? ¿Por qué está este producto colocado precisamente aquí?

Para contestar estas preguntas, Henkel revoluciona e innova la industria del consumo, gracias a *Big Data*, análisis de datos que ayuda a entender estructuras y conexiones entre los productos y el público objetivo, para fortalecer su estrategia comercial y de negocio. Estos análisis brindan valiosos resultados de nuestros mercados, tendencias emergentes, necesidades del cliente y hábitos de compra, con la finalidad de comprender la razón de consumo sobre un producto por encima del otro.

Para Henkel es de vital importancia identificar y analizar la información de nuevas fuentes –como las redes sociales, los datos de sensores y el consumo de los usuarios finales– para entender cada vez mejor la importancia del fortalecimiento de presencia en el mercado y en sus diversas regiones. Con este análisis, la compañía ha sido capaz de construir de manera óptima, nuevas tecnologías que identifiquen y fortalezcan distintas áreas de oportunidad.

La innovación en el análisis de Henkel requiere una diferente, ágil y creativa forma de trabajar, combinada con un conocimiento estadístico, mecánico y técnico, conocido como “*ciencia de los datos*”. Por esa razón, cuentan con un equipo que se dedica especialmente al manejo de la analítica y el *Big Data*, brindando la experiencia y herramientas necesarias que permitan a los diferentes equipos de la compañía a tomar mejores y más rápidas decisiones, basadas en datos reales.

“En Henkel siempre hemos trabajado con grandes cantidades de datos. Ahora con el Big Data, tenemos nuevas metodologías y tecnologías que adicionalmente nos permiten combinar diferentes piezas de información y conclusiones sobre ellas, con el objetivo de darle al consumidor



exactamente lo que busca”, mencionó Thomas Zeutschel, experto en datos de Henkel y quien dirige el Centro de Excelencia de Análisis de la compañía.

“Los análisis de datos nos dan la oportunidad de entender mejor las estructuras y conexiones. Eso es importante para todos nuestros procesos internos. Los análisis también nos proporcionan información valiosa sobre nuestros mercados y las nuevas tendencias. Los grandes datos nos ayudan a aprender y mejorar en cada área”, concluyó.

Henkel cuenta con un sistema especializado en hacer predicciones e identificar problemas potenciales en la producción. Por ejemplo, permite a los empleados ver inmediatamente cómo el agregar una cantidad específica de cierto ingrediente puede afectar la calidad del producto. Sorprendentemente, acercamientos como éste pueden ser aplicados en diversas áreas como la logística, producción y comercialización.

###

Acerca de Henkel

Henkel opera a nivel mundial con un portafolio equilibrado y diversificado. La compañía mantiene posiciones líderes con sus tres unidades de negocio en los sectores industrial y de consumo, gracias a sus reconocidas marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es líder global en el mercado de adhesivos – a lo largo de todos los segmentos industriales. De igual forma, las unidades de Beauty Care y Laundry & Home Care de Henkel encabezan un gran número de mercados y categorías a nivel mundial. Fundada en 1876, Henkel cuenta con una trayectoria de más de 140 años de éxito. En el año fiscal 2016 reportó ventas de 18 mil 714 millones de euros y un resultado operativo ajustado de 3 mil 172 millones de euros. Las ventas combinadas de las marcas líderes de sus tres unidades de negocio – Loctite, Schwarzkopf y Persil – sumaron más de 6 mil millones de euros. Henkel emplea a más de 50,000 personas alrededor del mundo – un equipo altamente diverso y apasionado que colabora bajo una sólida cultura corporativa, un mismo objetivo por crear valor sustentable y en línea con valores compartidos. Como un reconocido referente en sustentabilidad, Henkel mantiene posiciones de liderazgo en diversos indicadores y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel se cotizan en el índice bursátil alemán DAX. Para más información, visite www.henkel.com.

Acerca de Henkel en México

Henkel tiene más de 58 años de presencia en México. Respaldados por su reconocida calidad a nivel mundial, se comercializan exitosamente productos en los sectores de Adhesive Technologies (integrada por Adhesivos de Consumo, para Profesionales y la Construcción; así como Adhesivos, Selladores y productos para el Tratamiento de Superficies), Beauty Care (conformada por el área de Consumo y Profesional) y Laundry & Home Care. La compañía en México cuenta con más de 1,500 colaboradores, distribuidos entre sus oficinas corporativas en Interlomas, sus Plantas en Ecatepec, dos en Toluca, Monterrey y Salamanca, así como sus Centros de Distribución de Toluca 2000 y Vallejo. Henkel en México reportó ventas en el 2016 superiores a 10,907 millones de pesos.

Contactos

Henkel en México:

Contacto: Cristina Jiménez
Teléfono: 3300-3000
E-mail: cristina.jimenez@henkel.com

Contacto: Cynthia Ríos
Teléfono: 3300-3000
E-mail: cynthia.rios@henkel.com

Burson-Marsteller:

Contacto: Fernando Sosa
Teléfono: 5351-6555
E-mail: fernando.sosa@bm.com

Contacto: Ernesto Pacheco
Teléfono: 5351-6573 o 6593
E-mail: ernesto.pacheco@bm.com