

HPE GreenLake

Comercio minorista interconectado a una gran escala

The Home Depot aprovecha HPE GreenLake para conectividad de red con el fin de integrar las compras en tienda y en línea, y ofrecer a los clientes unas experiencias sin inconvenientes

Millones de personas decidieron realizar proyectos de mejoras en sus casas durante la pandemia, lo que generó un gran aumento de las ventas en The Home Depot, tanto en línea como en persona. Gracias a su inversión estratégica en conectividad segura, la empresa de comercio minorista pudo acelerar e impulsar un crecimiento sin precedentes en una época de gran incertidumbre. Ahora, y gracias a la capacidad de llegar más lejos y hacer más cosas en el extremo, los clientes están cosechando los beneficios: desde compras más sencillas hasta una conectividad mejorada y un servicio de recogida segura sin inconvenientes.

Gran comercio minorista, grandes cambios

Comprar en grandes almacenes tiene mucho a su favor. Con una gran variedad de bienes y servicios bajo un mismo techo, hay más que suficiente para despertar la imaginación e inspirar nuevos proyectos.

Pero encontrar el producto adecuado en un almacén que es el doble de tamaño que un campo de fútbol puede resultar abrumador. Es algo que las personas responsables de The Home Depot entienden muy bien. Con más de 50 000 productos únicos en cada tienda y millones disponibles en línea, los clientes necesitaban una forma sencilla de navegar por el enorme volumen de opciones para que les resultara más fácil encontrar lo que necesitaban.

Hace varios años, el gigante minorista lanzó una iniciativa, One Home Depot, con el propósito de fusionar las experiencias de compra en línea y en tienda. “Las expectativas de los clientes están cambiando a un ritmo vertiginoso”, afirma Daniel Grider, vicepresidente de tecnología de The Home Depot. “¿Cuáles son sus expectativas? ¿Dónde quieren comprar? ¿Cómo quieren comprar? Sabíamos que teníamos que invertir en esas prioridades para mejorar la experiencia del cliente”.

Preparados para cualquier imprevisto

Entonces, llegó la pandemia. Con toda la población mundial pasando de repente una cantidad de tiempo sin precedentes en sus propios hogares, no es de extrañar que quisieran espacios más cómodos, personales y eficientes.



Sector: minorista
País: Estados Unidos

Visión

Integrar las experiencias de compra en línea y en la tienda para reducir los inconvenientes y preparar el terreno para el crecimiento

Estrategia

Crear una arquitectura de red ágil y flexible en tienda que facilite las compras y el trabajo en The Home Depot

Resultados

- Extiende la cobertura inalámbrica hasta 15 veces fuera de las tiendas (6 metros frente a 100 metros)
- Ayuda a eliminar la fricción de la experiencia del cliente mediante la integración de las experiencias online y en tienda
- Proporciona la agilidad para escalar rápidamente y, así, expandir las soluciones tecnológicas en tienda significativamente

The Home Depot estaba dispuesto a ayudar. “Tenemos la cultura de hacer lo correcto. Hemos vivido multitud de desastres naturales, tanto internamente en nuestras tiendas como en todo el país. Por tanto, nuestros equipos están acostumbrados a dar todo de sí mismos”, afirma Grider. “Estábamos bien posicionados gracias a la innovación, que es la base que sustenta a nuestros equipos. La pandemia aceleró gran parte del trabajo y las inversiones que ya estábamos planificando”.

Pero las cosas ya estaban cambiando, incluso antes de la pandemia. “Las ventas en línea ya estaban creciendo a un ritmo espectacular”, recuerda Grider. “Las ventas en tienda seguían creciendo, pero las experiencias no siempre satisfacían las necesidades del cliente”.

Una incansable búsqueda para conseguir lo mejor

Unificar las experiencias en tienda y en línea no iba a ser fácil, pero las cosas estaban cambiando rápidamente. “Ahora, llamamos a Internet la ‘puerta de entrada’ a nuestras tiendas”, dice Grider. “Para nosotros, esto significa que la mitad de las personas que hacen pedidos en línea prefieren recoger su producto en nuestra tienda. No quieren

que hagamos entregas a domicilio. Por eso, sabemos lo importante que es tener la misma experiencia en todas partes, desde la navegación en línea desde casa hasta el momento en que entran en nuestra tienda. Tiene que ser la misma”.

Para que The Home Depot no solo mantuviera sus puertas abiertas, sino que prosperara en una época de gran incertidumbre, era necesario centrarse más en las experiencias que ofrecían sus 2300 tiendas. “Tenemos el firme objetivo de eliminar toda clase de problemas para nuestros clientes y sus experiencias de compra”, comenta Grider. “Y la iniciativa One Home Depot fue la clave para hacerlo bien”.

Mejorar los resultados en el extremo

Hacerlo realidad supondría mejoras masivas en la cantidad y la calidad de las redes en sus tiendas minoristas y en torno a ellas.

Cada tienda tiene una superficie interior de unos 9300 metros cuadrados, por lo que llevar a cabo las mejoras en el extremo iba a ser una tarea compleja. Pero eso no era todo. The Home Depot quería extender la conectividad en los alrededores de sus tiendas para abarcar también las zonas de aparcamiento.

“Creo que lo que quieren los clientes es flexibilidad”, relata Grider. “Debemos satisfacer sus necesidades, sin importar cuándo y cómo quieren hacer sus compras. Queremos que tengan conexión, sin importar si están comprando desde el centro de jardinería o desde uno de nuestros puestos de temporada”.

Decisiones fundamentales

The Home Depot sabía que la escala necesaria para poner en marcha esta iniciativa sería enorme. “Analizamos lo que supondría hacer realidad esta iniciativa y cuál sería su inversión inicial”, recuerda Grider. “Luego, pensamos en un plazo de cinco años y evaluamos el coste que implicaría actualizarlo todo y supimos que necesitábamos un enfoque diferente”.

Aparte del coste, Grider también quería eliminar la complejidad de las implementaciones y la gestión continua de la solución. “Para nosotros, se trata de facilitar su capacidad de gestión, simplificando la interacción de los desarrolladores con esas plataformas y la computación”.

The Home Depot optó por desarrollar su iniciativa sobre Edge Services Platform (ESP) de HPE Aruba



No estamos hablando de extender la cobertura inalámbrica unos 5 o 6 metros delante de la tienda. Estamos extendiendo la cobertura casi 100 metros. Es una conectividad que cambia las reglas de juego”.

— **Daniel Grider**, vicepresidente de Tecnología, The Home Depot





Networking y suministrarla mediante HPE GreenLake para conectividad de red, una solución de red como servicio que permite a Grider y a su equipo implementar recursos en un modelo de consumo flexible y basado en suscripciones.

La libertad de expandirse, el poder de hacer más

La solución comprende puntos de acceso sin cable de HPE Aruba Networking gestionados a través de la nube HPE Aruba Networking Central con capacidades AIOps para la supervisión proactiva del estado de la red y el perfil de seguridad. La tecnología inalámbrica incluye servicios de localización de red de HPE Aruba mediante puntos de acceso WLAN.

“HPE GreenLake para conectividad de red no solo crea una cobertura inalámbrica dominante en cada tienda, sino que también simplifica la gestión y la implementación de nuevos sistemas en el futuro”, afirma Grider.

Y, lo que es más importante, es una red que facilita las compras y el trabajo en The Home Depot”.

“Somos un entorno de almacén. Si pensamos en nuestro espacio comercial, se trata de estantes altos, con muchos productos. Por eso, poder moverse y seguir teniendo esa cobertura representa un desafío”, relata Grider. “Una de las cosas más emocionantes acerca de HPE GreenLake para conectividad de red es la escala de la cobertura inalámbrica que podemos lograr”.

La nueva red también sentó las bases para que The Home Depot diseñara, de forma personalizada, nuevos dispositivos portátiles para el personal de ventas. “Trabajamos con Zebra Technologies para fabricar un teléfono que aprovechara todas las tecnologías en los puntos de acceso Aruba”, explica Grider. “Ahora creemos que hemos dotado a nuestro personal con algo que les permite ayudar a los clientes y ayudarse a sí mismos”.

Agilidad cuando más se necesita

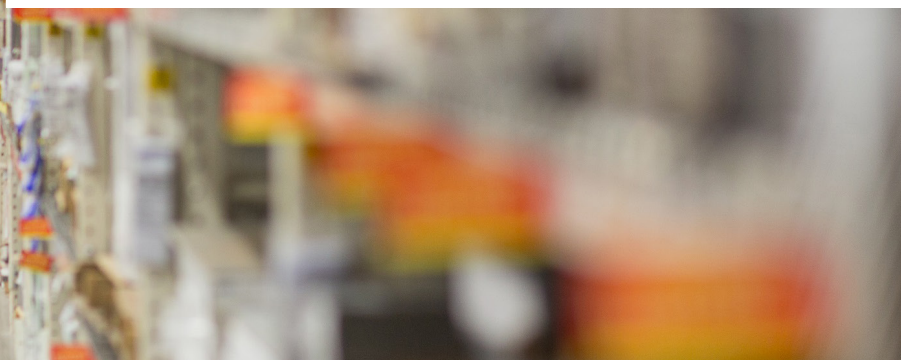
Es una inversión que ha abierto las puertas a nuevos niveles de agilidad empresarial para The Home Depot. “HPE GreenLake para conectividad de red nos permite cambiar de dirección con extrema rapidez y ofrecer nuevas soluciones a medida que se necesitan”, afirma Grider.

Durante los primeros días de la pandemia, los gobiernos locales comenzaron a exigir a las tiendas minoristas opciones de recogida segura. Dado que The Home Depot está categorizado como un negocio esencial, se vio en la necesidad de escalar rápidamente sus capacidades de conectividad de red exteriores.



Tenemos el firme objetivo de eliminar toda clase de problemas para nuestros clientes y sus experiencias de compra”.

– **Daniel Grider**, vicepresidente de Tecnología, The Home Depot





(HPE GreenLake para conectividad de red) nos permite cambiar de dirección con extrema rapidez y ofrecer nuevas soluciones a medida que se necesitan”.

— **Daniel Grider**, vicepresidente de Tecnología,
The Home Depot



“Anteriormente, no contábamos con gran presencia en exteriores, pero una vez que cambió la demanda, supimos que teníamos la base para poder cambiar nuestro rumbo”, explica Grider. “No estamos hablando de extender la cobertura inalámbrica unos 5 o 6 metros delante de la tienda. Estamos extendiendo la cobertura casi 100 metros. Es una conectividad que cambia las reglas de juego”.

Una mano amiga en el proceso del cliente

Otra ventaja de la solución: el soporte y la gestión corren a cargo de HPE GreenLake para conectividad de red. “Sabemos que es la gente que fabrica el producto que lo despliega, proporciona el soporte y gestiona el análisis del día a día”, explica Grider. “Elimina la carga de la toma de decisiones de nuestro personal de tecnología e ingeniería. De esta forma, se pueden centrar en impulsores de valor empresarial más estratégicos”.

No solo ofrece a Grider y a su equipo la capacidad de hacer más, sino también tranquilidad. “HPE GreenLake para conectividad de red ha sido realmente vital para poder entender qué está pasando en nuestras tiendas en lo que respecta a la salud, la supervisión, y el bienestar de toda la conectividad inalámbrica”.

Y si la conectividad está ahí, The Home Depot está un paso más cerca de hacer realidad su promesa de ofrecer experiencias minoristas interconectadas y sin complicaciones. “Hablamos del proceso del cliente. Estamos para ayudarlos”, dice Grider. “Los clientes deciden dónde quieren ir y cómo quieren hacerlo. Depende de nosotros satisfacer las expectativas que merecen y necesitan para ese proceso”.

Solución

HPE GreenLake para conectividad de red

- HPE Aruba Networking Central
- Conmutadores HPE Aruba Networking de la serie CX 6300
- Puntos de acceso HPE Aruba Networking de la serie 570
- Sensores HPE Aruba Networking UXI

Descubre **HPE GreenLake**



Chat



Correo electrónico



Teléfono



Actualizaciones



**Hewlett Packard
Enterprise**

© Copyright 2023 Hewlett Packard Enterprise Development LP. La información que contiene este documento está sujeta a cambios sin previo aviso. Las únicas garantías de los productos y servicios de Hewlett Packard Enterprise figuran en las declaraciones expresas de garantía que los acompañan. Nada de lo que aquí se indica debe interpretarse como una garantía adicional. Hewlett Packard Enterprise no se responsabilizará de los errores u omisiones técnicos o editoriales que pudiera contener el presente documento.

a50006905ESE, Rev. 2