



## Resumen

**Región:** Argentina

**Industria:** Tecnología

### Perfil del cliente

Empresa dedicada a la fabricación y comercialización de artículos para el hogar y tecnología en comunicaciones con sedes en otros países de Sudamérica.

### Situación Inicial

Problemas para controlar los procesos de trabajo del área de venta de tecnología y call center con información dispersa y mediana productividad.

### Solución

Se implementó Microsoft Dynamics CRM2011

### Beneficios

- Control sobre el flujo de trabajo
- Flexibilidad
- Recolección de Información
- Productividad

## Estrategia de ventas y procesos internos mejoran a través de Dynamics CRM2011

"Hoy en día, toda la información vital para la estrategia comercial de la empresa, forma parte del activo de la compañía, gracias a la integración que se genera con Dynamics CRM2011"

Sebastián Moure, Gerente de Sistemas de BGH

BGH incorporó Microsoft Dynamics CRM2011 con el objetivo de mejorar parte de sus procesos de trabajo internos, optimizar sus recursos y recolectar información sobre sus áreas críticas. La integración con otras herramientas Microsoft, los reportes sobre datos obtenidos y el control sobre los flujos de trabajo son los principales pilares del proyecto.



“Nosotros percibimos que el ciclo del servicio post-venta es demasiado largo, y con la implementación del CRM vamos a poder medir con mayor precisión qué tan largo es dicho ciclo y en qué etapa podemos mejorar para reducir los tiempos de respuesta.”

Sebastián Moure, Gerente de Sistemas de BGH

### Situación

BGH es una empresa argentina, que desde hace casi 100 años apuesta a negocios tecnológicos, siendo la empresa nacional pionera en la fabricación y la comercialización de productos y servicios de excelencia. Actualmente, ofrece tecnología de avanzada en Soluciones Integrales: diseño e implementación de sistemas de información y telecomunicaciones, Telefonía Celular, Climatización, Audio/ Video y Productos para el Hogar e Informática. BGH ha alcanzado un crecimiento sostenido en los últimos veinte años que le permite contar con filiales en Brasil, Colombia, Chile y Uruguay, generando alianzas estratégicas con empresas como Motorola, Oracle, IBM y Avaya entre otras..

En ese contexto de creciente crecimiento la empresa ha ponderado firmemente el uso de nuevas herramientas tecnológicas con el objetivo de optimizar sus procesos de trabajo. En los últimos años orientó su búsqueda para mejorar el ciclo de venta dentro del negocio de tecnología con el objetivo de optimizar la calidad del servicio post-venta, la atención de reclamos internos de IT y el proceso de lanzamiento de nuevos productos. Sebastian Moure, Gerente de IT comenta que “desde hace mucho tiempo venimos analizando la posibilidad de implementar un sistema que genere un seguimiento de nuestras áreas más críticas, la división de ventas de tecnología y el área de call center, pero no encontrábamos una solución que estuviera a la medida de nuestras necesidades, tanto por el lado de los costos como por el lado del aspecto técnico”

“La división de tecnología de BGH está avocada a la venta de proyectos de gran envergadura en alianza con empresas como Motorola o IBM, y el ciclo de venta de esos proyectos requiere un seguimiento y un manejo de la información específico que genere mayor productividad” destaca Moure y agrega que “por otro lado, el servicio de

atención al cliente también tenía para nosotros un volumen de información que era necesario procesar de mejor forma, en lo que respecta al servicio de post-venta y los tiempos de cumplimiento”.

Si bien para la empresa esas dos áreas eran las que requerían una implementación más urgente, también buscaban mejorar los flujos de procesos asociados al lanzamiento de nuevos productos, por un lado, y al requerimiento de servicios IT y mantenimiento edilicio.

### Solución

El área de TI de BGH inició un contacto con el partner Axxon Consulting con el objetivo de profundizar el conocimiento sobre CRM Dynamics de Microsoft. Moure destaca que “Si bien evaluamos otras alternativas que no cumplieron con nuestra expectativa, realmente el trabajo de preventa que realizó Axxon fue fundamental para inclinarnos por la solución de Microsoft, porque notamos que conocían muy bien el producto y a su vez entendieron fielmente nuestra problemática y nos plantearon un camino muy simple para implementarlo con Dynamics”.

Luego de varias reuniones donde se analizaron las diferentes posibilidades de aplicación y los flujos de trabajo que tenían mayor urgencia para desarrollar, BGH adquirió 100 licencias de Microsoft Dynamics 4.0 que luego migraron hacia la nueva versión 2011. “Todo el proceso de pre venta significó un cambio mental para nosotros ya que entendimos que podíamos profundizar el uso hacia el interior de nuestra empresa entendiendo cualquier proceso de trabajo como cliente interno” resalta el ejecutivo y agrega que ““la solución nos permitía optimizar por ejemplo, un flujo de trabajo para recursos humanos aplicado al ingreso de personal. De esta manera, se estandariza el requerimiento, como un ciclo en el cual intervienen varios sectores con diferentes etapas que son necesarias cumplir”.

“Principalmente hemos comenzado un camino de transformación de todos nuestros procesos y de toda la información que se desprende de los mismos, pasando de una metodología estanca y basada en planillas de Excel y algunos programas propios a un modelo de trabajo único basado en una herramienta dinámica, integrada y flexible como lo es Dynamics”

Sebastián Moure, Gerente de Sistemas de BGH

La implementación de la herramienta comenzó entonces, en el área de call center y de la división de venta de tecnología, volcando inicialmente los procesos tal cual se realizaban en la actualidad, con el objetivo de impactar de manera mínima la rutina de trabajo de los diferentes sectores. En este sentido, Moure destaca que “la configuración inicial de la herramienta fue muy simple, ya que no requiere de gran expertise técnico y fue realizado por nuestro propio sector intentando respetar para esta primera etapa el flujo de trabajo actual de los usuarios, pensando en aprovechar toda la potencialidad de la herramienta a futuro”. Con el proceso de implementación avanzado, el área técnica decidió migrar la plataforma a la nueva versión de Dynamics CRM2011 con el objetivo de incorporar las nuevas aplicaciones antes de pasar a producción el nuevo sistema. “Evaluamos la nueva versión y encontramos algunos recursos nuevos que cumplían con el plan de reportes que teníamos pensado desarrollar por nuestra cuenta a futuro y que en la nueva versión ya venían incorporados” menciona el gerente del área.

### Beneficios

La nueva plataforma permite consolidar flujos de trabajos destinados a la administración del call center, la división de ventas de tecnología, el lanzamiento de nuevos productos y los requerimientos al área de IT y mantenimiento edilicio. “Principalmente hemos comenzado un camino de transformación de todos nuestros procesos y de toda la información que se desprende de los mismos, pasando de una metodología estanca y basada en planillas de Excel y algunos programas propios a un modelo de trabajo único basado en una herramienta dinámica, integrada y flexible como lo es Dynamics” menciona Sebastián Moure como parte de un beneficio global que obtuvo la empresa con la incorporación de la nueva plataforma.

Con anterioridad a la implementación de Dynamics, la empresa mantenía algunos procesos de trabajo que hoy en día son superados por la plataforma implementada. “El call center trabajaba con un repositorio de información no consolidada sobre la cual no podíamos establecer ningún tipo de análisis, como por ejemplo estadística de consultas o solicitudes por línea de negocio y marca o la unificación de base de datos de nuestros clientes, cuestiones que son importantes relevar para definir acciones comerciales que mejoren nuestra calidad de atención” comenta el ejecutivo.

Otro de los beneficios que destaca el ejecutivo está asociado a la posibilidad de corregir las etapas de un proceso con mayor exactitud. “Nosotros percibimos que el ciclo del servicio post-venta es demasiado largo, y con la implementación del CRM vamos a poder medir con mayor precisión qué tan largo es dicho ciclo y en qué etapa podemos mejorar para reducir los tiempos de respuesta.”

En la división de ventas de tecnología el circuito de trabajo es más extenso, por el tipo de mercado en el que se generan los negocios, con licitaciones para empresas privadas y contratos para provisión de obras públicas, que incluyen procesos de venta más complejos y de gran envergadura. Teniendo en cuenta esas condiciones, la empresa detectó que la información podía ser utilizada de mejor manera, para establecer mejores acciones en dirección a las oportunidades de negocio que surgen, recolectando información, contactos, generando un repositorio de datos sobre la historia de un cliente. “Gran parte de la información sobre un cliente y sobre las diferentes oportunidades de negocio quedaban en la carpeta de los vendedores sin posibilidad de asociarlas a acciones comerciales futuras. Hoy en día, toda esa información vital para la estrategia comercial de la empresa, forma parte del activo de la

## Para más información

Para más información  
Acerca de los productos y servicios de  
Microsoft comuníquese al:  
0800-999-4617  
O visite: [www.microsoft.com/argentina](http://www.microsoft.com/argentina)

Para más información sobre Axxon  
Consulting visite: [www.axxon.com.ar](http://www.axxon.com.ar)

Para más información sobre BGH, visite:  
[www.bgh.com](http://www.bgh.com)

compañía, gracias a la integración que se genera con Dynamics” destaca Moure. Si bien la compañía ha focalizado la implementación de la herramienta hacia procesos externos, también considera beneficioso el uso de la plataforma como mejora de los procesos internos. “El cambio cultural que ha disparado CRM nos permite pensar proyectos de implementación hacia clientes internos, como los que estamos encarando para los requerimientos de TI y dependencias, donde podrán canalizarse, a través del CRM, desde el servicio de reparación de un ascensor hasta la ejecución de un desarrollo en nuestro ERP” destaca el gerente del área.

La integración con Outlook y Office y las posibilidades de vincular la plataforma con Web mail también forman parte de las ventajas que la compañía ha obtenido con Microsoft Dynamics CRM 4.0. “Toda la potencialidad del sistema asociado a otros productos de Microsoft nos permiten aumentar la productividad de nuestros procesos e impactar directamente en nuestros negocios sea por un aumento en las ventas o por una mejora en la atención de nuestros clientes” concluye Moure.

## Microsoft Dynamics

Microsoft Dynamics es una línea integrada y adaptable de soluciones de gestión de negocios que habilita a ejecutivos y empleados a tomar decisiones con mayor respaldo, efectividad y confiabilidad. Es una familia de productos que trabaja como otras herramientas Microsoft, como Microsoft Office, lo que significa que la curva de aprendizaje es menor. Así pueden estar operativos rápidamente en las áreas de gestión, pudiendo concentrarse en las áreas más importantes. Gracias a la automatización e integración de los procesos financieros, de relacionamiento con los clientes y de abastecimiento, Microsoft Dynamics conecta personas, procesos y tecnologías, incrementando la productividad y la efectividad de su organización, contribuyendo al éxito del negocio.

Para más información sobre Microsoft Dynamics, por favor visite:  
[www.microsoft.com/dynamics](http://www.microsoft.com/dynamics)

Este caso de éxito es publicado exclusivamente con fines de información general. MICROSOFT NO OFRECE GARANTIAS, EXPLICITAS O IMPLICITAS EN ESTE DOCUMENTO.

Documento publicado en Junio de 2011.

## Software y Servicios

### ■ Productos

– Microsoft Dynamics CRM