

Alineación de los procesos de negocio como socio de Microsoft y programa de Aceleración de Ventas y Mercadotecnia en DSS

Contacto

Dirección General: Jesús Saucedo

Enrique Taracena 56 63 03 05.

Director de Mercadotecnia: Oscar Márquez 56 63 03 05

Página de Internet: www.dssmexico.com

Introducción

La información es uno de los activos más valiosos de los negocios actuales, sin embargo si esta no se encuentra sistematizada para aportar conocimiento a las empresas, esa información corre el riesgo de pasar a formar parte de sus pasivos.

Cada proceso que se ejecuta en una empresa genera información, que reunida y clasificada dentro de un mismo sistema puede ser explotada para obtener un valioso conocimiento de los indicadores de operación de la empresa. Los datos sobre los procesos de negocios de las organizaciones, concatenados y sistematizados a través de sistemas informáticos, generan información que es materia prima de una disciplina conocida en el mundo de las TI como "Business Intelligence".

DSS es una empresa mexicana que nace en 1995 para ofrecer al mercado nacional soluciones tecnológicas de "Business Intelligence" con productos dirigidos a los sectores productivos e instituciones de gobierno. A partir de 2005, DSS es designada Distribuidor Master de Cognos, firma líder en herramientas de inteligencia de negocios a nivel mundial.

A través de los productos y servicios consultivos de DSS, sus clientes pueden medir el desempeño de sus estrategias de negocios con respecto a la operación, planeación, presupuestos, seguimiento, análisis e indicadores de desempeño, lo que redundará para ellos en una alta competitividad dentro de sus mercados.

Actualmente DSS cuenta con una cartera de más de 200 clientes a nivel nacional, y ha tenido algunas experiencias internacionales. DSS tiene oficinas en la Ciudad de México, en Querétaro y Monterrey.

Problemática en DSS

En el año 2005 DSS se convierte el primer distribuidor de "Business Intelligence" de Microsoft México, y la empresa requería alinearse al modelo y mística de trabajo del corporativo de software.

En esta coyuntura es que Microsoft sugiere a DSS acercarse a Visionaria, para que a través de una consultoría adecuada, la empresa pudiera ajustar su estructura empresarial a los requerimientos indispensables para llevar esta alianza de negocios al éxito.

Visionaria inicia su diagnóstico con un análisis completo de la compañía, en donde detecta que la empresa tiene que hacer ajustes importantes en procesos, que hasta ese momento DSS resolvía de manera empírica.

Era necesario que DSS iniciara la consolidación y documentación de algunos de sus procesos que estaban aún dispersos; para luego formalizar estructuras orgánicas que estaban débilmente definidas.

Implementación del programa

Primera fase

Documentación y formalización de los procesos de negocio y entendimiento de prácticas, principalmente para fortalecer el área de ventas y desarrollar el área de canales. Este trabajo tuvo una duración de año y medio.

En esta fase se definieron indicadores de consultoría de negocio: se construyó un tablero de indicadores que actualmente les permiten conocer la rentabilidad de su negocio y tomar decisiones precisas.

Segunda fase

Creación del área de mercadotecnia.

En este proceso Visionaria se concentró en la definición de la oferta de valor de DSS para establecer nichos verticalizados de mercado y garantizar una prospección de clientes más precisa, así como para estructurar su oferta de consultoría enfocada en estos nichos; el programa incluyó el análisis sobre las características de los clientes, proceso de generación de demanda, realización de eventos y la implementación de una metodología para el seguimiento de contactos y prospectos.

Durante el periodo de consultoría, Visionaria trabajó con DSS en la implementación del método propuesto en eventos que eran clave para la empresa como el lanzamiento de nuevos productos.

Este proceso incluyó el desarrollo de una estrategia de trabajo con un call center que permitió darle seguimiento a prospectos y detectar oportunidades; posteriormente se aprovechó esta base instalada para conseguir nuevos clientes y mantener una continua generación de demanda.

El valor del trabajo con Visionaria

“Visionaria nos acercó su experiencia. El trabajo con ellos nos permitió identificar la rentabilidad de proyectos y tomar decisiones correctas en términos de costos, en función los beneficios para medir el negocio”, expresa Oscar Márquez, director de Mercadotecnia de DSS.

Oscar Márquez, identifica tres elementos que fueron clave en la consultoría:

1. Definición de los indicadores de consultoría.
2. Definición del área de mercadotecnia.
3. Orientación sobre aspectos financieros.

Oficinas en México

Miguel Ángel de Quevedo No. 8, Piso 7, Col. Gpe. Chimalistac, México, D.F.

Teléfono: +52 (55) 56 63 03 05. www.dssmexico.com.mx