

Gran éxito de la VI convención de distribuidores de SIE

Miércoles 4 de noviembre de 2009

De exitosa se puede calificar la VI Convención de Distribuidores del fabricante nacional de software de gestión empresarial SIE, en la que mostró a su canal la marcha de la compañía durante este año y las líneas maestras de su estrategia a corto y medio plazo para continuar afianzándose como una de las empresas 100% españolas más importantes en este competitivo sector, dominado por las grandes multinacionales. A la Convención asistieron unas 112 empresas pertenecientes a su canal de distribución a nivel nacional.

En esta edición que tuvo lugar en el Hotel Rey Juan Carlos I de Barcelona el fabricante de software de gestión contó con la colaboración activa de sus propios distribuidores, que presentaron en las diferentes mesas de trabajo con las soluciones verticales que han desarrollado y han sido enlazadas con las soluciones de gestión Nexus e incorporadas al portfolio de productos de la empresa, lo que constituyó uno de los puntos fuertes de la Convención.

En la presentación institucional SIE desplegó frente a sus distribuidores las principales líneas de acción emprendidas en un año difícil por la situación económica y que marcarán las pautas para lo que queda de año y el primer semestre de 2010. Entre ellas destacaron el esfuerzo en I+D de la Compañía, la adquisición de Expert Manager, empresa especialista en TPV para el sector de la restauración, o la compra del 10% de la empresa Tangram Wireless Systems, especialista en soluciones de movilidad.

Otros puntos importantes fueron la culminación de Nexus CRM Web, la nueva versión de Nexus V9 ya preparada para Windows SQL 2008 y para el nuevo sistema operativo Windows 7, la incorporación a su portfolio de productos de Nexus Nóminas y la inclusión de un completo módulo de inteligencia de negocio dentro de las funcionalidades de Nexus, como es Nexus BI.

En esta Convención también se destacó el esfuerzo de la Compañía en publicidad, marketing y comunicación, tanto on-line como en los medios tradicionales, para conseguir mejorar el reconocimiento de marca y el generar nuevos leads y referencias como apoyo al canal de distribución.