

SIE CELEBRA SU VI CONVENCIÓN DE DISTRIBUIDORES



SIE celebró ayer su VI Convención de Distribuidores en Barcelona con las ideas muy claras de por dónde tiene que ir su negocio conjunto con el canal. Y es que, si por algo se caracteriza este fabricante de software de gestión es por ser fiel a su señas de identidad: la búsqueda de valor añadido para sus partners y un concienzudo análisis del mercado para atender a las principales demandas de las empresas.

Por esta razón, la compañía, además de tener prácticamente preparada la nueva versión de su ERP Nexus, en el que ha incluido hasta 40 mejoras después de escuchar las peticiones de sus distribuidores, está trabajando en la versión web de este producto, que según Narcis Magriñá, uno de los dos directores gerentes de SIE, junto a Xavier Ciáurriz, "estará disponible de tres o cuatro años". No obstante, la firma lanzará próximamente su CRM Web, primera parte del ERP que verá la luz en este formato, ya que "aunque la pyme sigue dudando de llevar su gestión a la Red, sí que está demandando que la parte de ventas esté disponible on-line. Por esta razón hemos comenzado con el CRM; por ésta y porque queremos ofrecer las mayores garantías al usuario, después de pasar todos los tests necesarios y analizar cómo trabajar en este sentido con nuestros distribuidores", añade Magriñá.

En cuanto a la actualización del producto cliente-servidor, que en un futuro convivirá con la versión para cloud computing sin que ninguna de ellas tenga por qué desaparecer, cabe comentar que los responsables de SIE han escuchado las necesidades que les han hecho llegar los distribuidores y las han atendido con nuevas funciones como el hecho de que los informes sean compatibles, de que el mismo producto pueda funcionar a través de Internet y de la intranet de la compañía, de que el cliente fuera más rico o de que el partner tenga la capacidad de modificarlo de cara a darle un mayor valor.

Pero éstos no fueron los únicos temas que se tocaron en el encuentro con el canal. Los resultados y las ventas también tuvieron un protagonismo especial, dado el momento complicado que estamos viviendo. De comunicar el estado de las cuentas se ocupó José Luis Campo, director comercial de SIE, que dio a conocer que en 2008 obtuvieron un crecimiento del 5%. "De cara a 2009 y teniendo en cuenta las dificultades del mercado nos propusimos una bajada de la facturación de alrededor de un 15%. Hasta septiembre lo hemos conseguido, situándonos en un descenso del 14%, y pensamos que finalizaremos el año con un 12% menos de negocio". Eso sí, aunque prevén que en el primer trimestre de 2010 el negocio siga decreciendo con respecto a este año, el resto del ejercicio consideran que aumentará un 12%, ya que, en palabras de Magriñá, "tenemos muchas oportunidades de negocio abiertas que están pendientes de llevarse a cabo".

Finalmente, SIE anunció cambios en el mantenimiento para hacer más fácil la labor de su canal. Hasta el momento, la compañía tenía cuatro tipos que buscaban ofrecer una total flexibilidad a los diferentes perfiles de distribuidor, pero en estos momentos crea confusiones, "así que apostamos por un modelo único, con el que buscamos una mayor sencillez y que es obligatorio de contratar el primer año", explica Campo, que añade: "Con este modelo, que será efectivo a partir del próximo 1 de enero, buscamos que el partner tenga un margen de beneficio y le ayude a fidelizar al cliente. Y es que, aquellos distribuidores que quieran dar soporte de primer nivel, obtendrán un margen del 30% tanto en el pedido inicial como en las renovaciones anuales. Y si un distribuidor no quiere darlo también obtendrá un 5%".