

SIE reúne a más de 115 distribuidores en su VI Convención

El fabricante mostró las líneas maestras de su estrategia a corto y medio plazo para asentarse como una de las empresas más competitivas del sector.

2009 es un año difícil. Así lo manifestaron los dos gerentes de SIE, Xavier Ciáurriz y Narcís Magriñá, ante los representantes de 118 partners (tres más que en la pasada edición) que acudieron a Barcelona para participar en la VI Convención de distribuidores de SIE. Sin embargo, a pesar de las cifras, con un decrecimiento planificado cercano al 15 por ciento, los responsables de la compañía están satisfechos con la trayectoria recorrida hasta el momento, pues el decrecimiento es menor de lo planeado (cercano al doce por ciento) y el incremento tanto en el número de instalaciones de su solución Nexus, como en el número de partners que trabajan con el fabricante es más que notorio.



Con estas premisas, el equipo directivo de SIE mostró a sus distribuidores las líneas maestras que marcarán su actuación en los próximos meses, y que se pueden resumir con estas premisas: el refuerzo del negocio gracias a las adquisiciones de Expert Manager y del diez por ciento de Tangram Wireless Systems; la culminación de Nexus CRM Web, la nueva versión de Nexus V9 preparada para Windows SQL 2008 y para el nuevo sistema operativo Windows 7, a lo que hay que unir la incorporación a su porfolio de productos de Nexus Nóminas y un completo módulo de inteligencia de negocio, Nexus BI, dentro de las funcionalidades de Nexus; y el esfuerzo inversor que mantendrá en publicidad, marketing y comunicación, tanto online como en los medios tradicionales, para mejorar el reconocimiento de marca y generar nuevos leads y referencias como apoyo al canal de distribución. Asimismo, el equipo directivo de SIE anunció el desarrollo de la versión online de Nexus en un periodo de cuatro años.

Sin embargo, una de las grandes novedades que los directivos de SIE quisieron transmitir a su canal fue la nueva política de mantenimientos puesta en marcha por la compañía, y que simplifica los servicios y el margen que pueden obtener los distribuidores que quieran prestarlos. En palabras de Narcís Magriñá, “nuestro objetivo es profundizar en la fidelización de nuestros distribuidores. Por ello, hemos decidido ofrecerles márgenes cercanos al 30 por ciento para aquéllos que ofrezcan el mantenimiento requerido en cada una de nuestras soluciones, mientras que los que no puedan, o no quieran ofrecer dicho mantenimiento, obtendrá un margen cercano al cinco por ciento. Sin duda, una buena manera de recompensar su esfuerzo”.