

SIE estila optimismo e infunde confianza a su canal en su convención

Su ERP, Nexus, llegará completamente a Internet en 3 ó 4 años

No es muy habitual que una compañía que reconoce un descenso de un 15% en su facturación sea capaz de generar una buena corriente de optimismo. Sin embargo, SIE lo logró en el transcurso de su sexta convención de canal, que reunió a más de 118 distribuidores el pasado 3 de noviembre en Barcelona. Los responsables de la compañía española tiraron de sinceridad —algo no muy habitual en estos tiempos de crisis que corren— y transmitieron a su canal que es posible la recuperación.



No es vano, en SIE reconocen que tienen abiertas el mayor número de oportunidades de negocio de su historia y esperan recuperar en 2010 el camino perdido en este difícil 2009. "Nuestro objetivo es crecer el año que viene en la misma proporción que hemos descendido en este, es decir, en torno a un 15%; lo que nos situaría en el mismo nivel de negocio que en 2008, en el que la compañía logró facturar algo más de 2 millones de euros", apuntó Xavier Ciáurriz, gerente de SIE.

Nexus, en Internet

Para conseguirlo, nada mejor que seguir apostando por lo que ha sido su *leit motiv* en sus más de 18 años de historia: dar el máximo valor a su ERP Nexus,

alma máter de SIE, a través de nuevos módulos que completen, al máximo, su oferta. En este sentido, por ejemplo, en los últimos meses ha incluido una aplicación de nóminas, un nuevo módulo de OCR o funcionalidades de *business intelligence*. Incluso sus compras van orientadas a este objetivo. Una de las últimas, que llevó a la adquisición de Expert Manager, por ejemplo, ha permitido a SIE entrar en el segmento del punto de venta con el producto TPV Táctil, que ya se entiende a la perfección con Nexus.

Esta carrera tradicional tendente a la completitud no ha sido un obstáculo para desarrollar lo que va a representar su joya de la corona en los próximos años: Nexus en Internet. Para ello está poniendo a punto su CRM Web, el primer paso de un desembarco *on-line* completo en un plazo máximo de 3 ó 4 años, momento en el que su ERP se mueva en la web con idéntica facilidad que en su entorno tradicional. "El requisito básico para empezar a llevar nuestro ERP a Internet ha sido su compatibilidad con lo que ya se tenía —apuntó Narcís Magriñá, gerente de SIE—. Hemos partido de la base de datos, esencial, para que en un futuro, el cliente pueda elegir lo que prefiera y opte por el modelo o los módulos concretos que quiera". SIE, por tanto, quiere nadar en las dos aguas que se abren para su ERP: su producto tradicional y el futuro que se abre en la web. Narcís Magriñá tiene claro que no todos los clientes se irán hacia la nube, ni siquiera optarán por un modelo SaaS. "Los clientes aún no están preparados para ello. Es un modelo de futuro, mucho más barato y escalable, pero hoy por hoy, los clientes no lo tienen claro".

Canal de distribución

La red actual de SIE está conformada por un número de distribuidores que se acerca a los 300. De ellos, entre el 15 y el 20% es capaz de ofrecer valor en forma de aplicaciones que trabajan en armonía con el ERP Nexus, y que son los distribuidores que más negocio proporcionan a la compañía. "Contamos con un producto económico, fácil de personalizar, y que apenas da problemas al *dealer* a la hora de proporcionar a su cliente una solución concreta", señala Magriñá.

SIE quiere incidir en esta capacidad de infundir valor a través, entre otras opciones, de una nueva fórmula de mantenimiento. Si hasta el momento, el fabricante permitía ofrecer hasta cuatro opciones en este apartado, ahora ha simplificado el modelo y va a contar con un único contrato —obligatorio para el cliente en el primer año de vida del producto— en el que se incluye la actualización y el soporte telefónico. Para incentivar su puesta en marcha, a los *dealers* capaces de ofrecer soporte, SIE les ofrece un margen adicional del 30% en este apartado. En el caso de que el *partner* no sea capaz de darlo por sí mismo, este porcentaje se sitúa en el 5%. "Con este nuevo modelo nos igualamos al resto del mercado —explicó Xavier Ciáurriz—. Hemos conseguido darle más sencillez, antes era más complicado". Precisamente el negocio en torno a esta actividad ha sido el que ha proporcionado mayor estabilidad a la facturación de SIE en este ejercicio gracias a que ha continuado creciendo, en concreto un 4%. Las expectativas se sitúan en seguir por esta misma línea ascendente.

SIE parece saber muy bien cuál es su valor en este atestado mercado del ERP. "Nos movemos en un punto de precio bajo-medio, pero somos capaces de ofrecer un producto con capacidad para ser parametrizado y adaptado a todo tipo de sectores; una posibilidad que sólo está al alcance de fabricantes de más alta gama". En los últimos meses, y a pesar de lo difícil que siempre resulta ganar distribuidores en este mercado, los responsables de SIE reconocen que se han acercado a ellos algunos *dealers* que se mostraban preocupados por los cambios operados en la orientación de su proveedor de ERP. ¿Su oferta para ellos? "Somos cercanos, flexibles, no contamos con una estructura piramidal enorme, sino que estamos siempre muy cerca de ellos; algo que no encuentran en otras compañías", remata Narcís Magriñá.

SIE ha
simplificado el
modelo de
mantenimiento

