



CASO DE ÉXITO

El CRM como el Motor de la Transformación Digital y Su Impacto en el Ciclo Comercial

ARCONVERT, UN LÍDER INTERNACIONAL

Como referente mundial para impresores y diseñadores, Arconvert es el fabricante líder de materiales autoadhesivos, película y papel específico para el etiquetado. Con una facturación de más de 800 millones de euros y 1570 empleados, su modelo de negocio ha evolucionado para dirigirse a dos mercados objetivo: el de sus clientes directos (B2B) y el de los indirectos (B2B2B). Su creciente volumen de clientes ha generado la necesidad de optimizar los procesos comerciales y mejorar efectividad de las interacciones con sus clientes.

UN MODELO QUE MEJORA LA EXPERIENCIA B2B

El modelo de negocio B2B de Arconvert ha evolucionado en los últimos años debido a la tendencia de la "consumerización". Los equipos comerciales que participan en las transacciones comerciales entre fabricantes y distribuidores, así como en las interacciones entre estos y los minoristas, buscan mantener el mismo nivel de flexibilidad que tienen con sus clientes. El reto digital requería agilizar los nuevos procesos y aplicar la experiencia B2C al entorno B2B para armonizar las acciones de marketing y ventas y adaptar su modelo a las exigencias de los clientes y consumidores en un negocio en constante crecimiento.

EL RETO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Este proyecto implicaba más que solamente implantar un nuevo software: se trataba de implementar un proceso de transformación digital que suponía la estandarización de los procesos comerciales, la centralización de los datos y la adopción de una nueva tecnología, además de una serie de cambios a nivel organizacional. Esto permitiría mejorar la coordinación de las iniciativas de marketing y ventas y lograr impactar de forma positiva en la experiencia de cliente, aun siendo B2B.

Procesos offline desconectados

Como resultado del crecimiento a partir de adquisiciones de empresas, la empresa posee varios sistemas ERP a nivel local, lo que daba lugar a experiencias diferentes con cada uno de los clientes en cada región. Aunque habían sido diseñados para aumentar la productividad, la presencia de tantos ERP creaba un efecto negativo.

Así mismo, el enfoque de marketing estaba orientado principalmente al entorno offline, que ofrecía proyectos digitales puntuales que estaban desconectados de la red comercial. A menudo, los procesos comerciales eran poco eficientes y manuales sin un motor de marketing capaz de generar demanda o de aportar herramientas para monetizar dichas acciones.



SECTOR

Manufactura y Distribución

UBICACIÓN

Reino Unido, Francia, Italia,
España, Estados Unidos y Brasil

PÁGINA WEB

www.arconvert.com

Alcanzando nuevas alturas

Arconvert optó por SugarCRM para automatizar los procesos de marketing mediante Sugar Market y consolidar los datos de los clientes en Sugar Sell con el objetivo último de mejorar sustancialmente las relaciones con sus clientes.

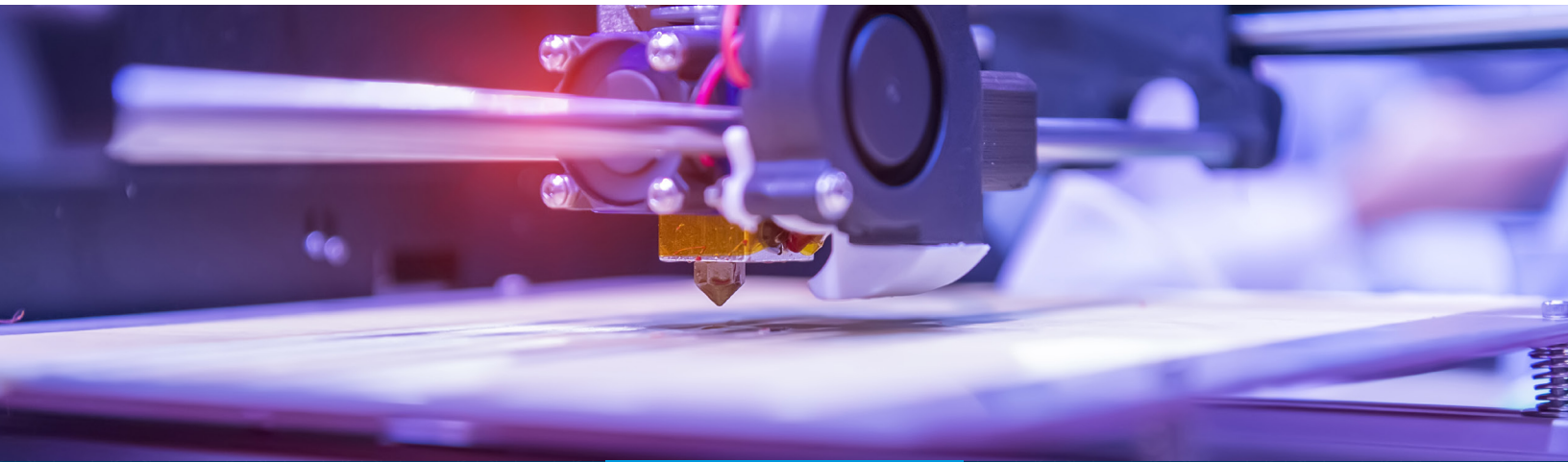
Al implementar SugarCRM la empresa es capaz de lograr un ciclo comercial íntegramente digital. Dentro de la plataforma se utiliza la herramienta de gestión de precios (product catalog) y la optimización de la operativa logística, como resultado los agentes pueden ahora cotizar con agilidad con un proceso único para todas las regiones. Con cada cotización, el CRM crea y envía un PDF con el branding de Arconvert. Esta optimización logística se completa con la estandarización de los procesos y la centralización de los datos para conseguir una automatización íntegra que ofrece una visión única del cliente.

El nuevo CRM permite a los agentes acceder a información in situ sobre el producto a cotizar, así como coordinar la aprobación de descuentos de forma automática. Este proceso a su vez se integra con las actualizaciones del equipo de atención al cliente, mejorando así el ciclo comercial.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL IMPULSADA POR LA EXPERIENCIA EN CRM

La transformación CRM ha permitido completar el ciclo empresarial, ya que integra el proceso de venta de inicio a fin —incluyendo cada una de sus fases— en una sola plataforma. El compromiso del equipo ejecutivo, juntamente con la motivación y la experiencia de los colaboradores involucrados en este proyecto, fueron factores decisivos para asegurar el éxito de este proyecto. Como explica el exdirector de marketing de Arconvert, Fernando Girón, "La transformación digital implica un cambio importante para el equipo comercial, el cual está acostumbrado a utilizar otros procesos. Mantener un monitoreo constante es esencial para evitar desconexiones entre los equipos, garantizando así que la transición a la solución digital proporcione los resultados deseados".

La transformación ha logrado no sólo tener una mejor comprensión sobre la experiencia del cliente (CX), sino también ha permitido rediseñar los procesos comerciales para adaptarlos a las necesidades de sus clientes. Adicionalmente, la identificación de los procesos clave ha permitido mejorar la agilidad y el impacto del negocio. Las próximas etapas en este proceso transformación digital tienen como objetivo mejorar los procesos de automatización, segmentación, gestión de oportunidades y desarrollo de clientes potenciales ("lead nurturing").



ELITE PARTNER

redk
Get further, together

www.redk.net/es-ES // sales@redk.net

redk te ayuda a superar los retos en el ciclo de vida del cliente e impulsar tu rendimiento. Nuestras iniciativas de transformación se enfocan en lograr madurez digital, optimización de procesos y centricidad en el cliente.

 **sugarcrm**

NORTH AMERICA

LATIN AMERICA

EUROPE

ASIA-PACIFIC

www.sugarcrm.com