

Cómo los servicios 4.0 influyen en la economía de resultados

*Guía completa para entender como
la tecnología actual, puede aumentar la
eficiencia y mejorar el servicio al cliente*



Índice

Triunfar en la era de la economía de resultados	3
Lograr los resultados que buscan tus clientes	4
Prepararse para la economía de resultados	5
Los obstáculos habituales de la implementación	7
Elegir una solución de gestión empresarial	8
Ejemplos de casos para las principales partes interesadas	9
Caso de estudio: IKPO, Instituto de fisioterapia, podología y ortopedia	10
7 factores a tener en cuenta en el inicio	11
Escoger una solución Sage	13

Triunfar en la era de la economía de resultados

Las exigencias y expectativas de los clientes están revolucionando el sector de los servicios, razón por la que, para no perder su presencia y ganar cuota de mercado, los proveedores de servicios dirigen sus esfuerzos hacia la economía de resultados. Esto implica un cambio en la propia visión de servicio al cliente, desde la carrera por la venta de sus productos y servicios, hasta la obligación de garantizarle los resultados y rentabilidad que realmente le interesan.

La transformación digital es la puerta de entrada a la economía de resultados, ya que aporta la visión y perspectivas necesarias para lograr los resultados deseados.

Como abordábamos en nuestra [Guía de predicción de resultados del cliente](#), la transformación digital es la puerta de entrada a la economía de resultados, ya que aporta la visión y perspectivas necesarias para lograr los resultados deseados, y, gracias a la optimización de los procesos, permite ofrecer servicios más rápidos y evitar errores. Pero para triunfar en una economía de resultados, un proveedor de servicios debe invertir en personal, en software, en hardware y en conectividad.

La conectividad es precisamente la inversión más importante, ya que permite utilizar las nuevas tecnologías, como el Internet de las cosas (IdC) y demás innovaciones que facilitan la gestión y la interacción con tu empresa. Aportar eficiencia, lograr mejoras de productividad y financieras, aumentar la innovación, etc., son los efectos secundarios de la conectividad, como parte de una nueva estrategia de economía de resultados. Esta guía te explica cómo preparar tu empresa para la economía de resultados y para los recursos tecnológicos indispensables para alcanzar el éxito.



Lograr los resultados que buscan tus clientes

Para conseguir buenos resultados para tus clientes no basta con actualizar los sistemas de tu empresa. También tienes que hacer evolucionar tu estrategia comercial, a través de la transmisión digital, para centrarte en la conducta del cliente sin dejar de interactuar con tu negocio. Por tu parte, tu inversión tecnológica debe seguir de cerca el rendimiento y compararlo con resultados específicos en tiempo real.

Por eso tienen tanta importancia la conectividad y la automatización. Además, deben elaborarse procesos que aseguren al cliente los resultados esperados, y prometidos. Cuanto más inteligente sea la automatización, más fácil resultará a las empresas cumplir con sus objetivos comerciales. Y es importante que los responsables de las empresas entiendan que el camino hacia la monetización del valor del cliente pasa por una evolución drástica del modelo de negocio:



Prepararse para la economía de resultados

6 cosas que puedes hacer desde ya



Saber lo que el cliente necesita de ti

Disponer de un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM) es un valioso recurso en toda estrategia de economía de resultados. Los datos de este sistema te darán más oportunidades en la interacción con tus clientes, además de una visión clara de cómo ofrecerles valor añadido con tu servicio. Tu CRM conecta tus equipos de ventas y marketing para mejorar los tiempos de servicio y acceder a nuevos clientes. Dependiendo de lo avanzado que sea, el personal directivo podrá además revisar los datos para encontrar formas de mejorar la oferta de servicios.



Alejarse de las transacciones únicas

En lugar de pensar solamente en cómo ampliar tu oferta de servicios, piensa también en ampliar el ciclo de vida de tus clientes. Una de las formas más habituales de hacerlo es migrar a transacciones por suscripción, en lugar de transacciones individuales. Esto hará más fácil a tus clientes contratar tu servicio (ya que asegurará resultados comunes) y para ti supondrá una fuente de ingresos recurrente.



Agrupar productos y servicios

Piensa en el modo en que tus clientes utilizan tu servicio. ¿Existe algún producto o servicio subsiguiente que complemente los tuyos? Piensa en las nuevas oportunidades de colaboración que creará el valor añadido de los resultados que necesitan tus clientes.



Evaluar el soporte tecnológico

De nuevo, para tomar esta clase de decisiones comerciales, volverás a necesitar conocimientos basados en datos en tiempo real. Si tus sistemas actuales no son capaces de proporcionarte los informes o la ayuda necesarios para ofrecer a tu cliente los resultados deseados, tendrás que buscar entre las soluciones de gestión empresarial existentes. En la siguiente sección veremos cuál es la funcionalidad que necesitas.



Promover el cambio de filosofía

Implementar una estrategia de economía de resultados y cambiar de modelo de negocio cambiará la filosofía de tu empresa de varias maneras. La automatización de tareas dejará más tiempo a los empleados para concentrarse en los aspectos creativos o problemáticos de su trabajo. Las nuevas plataformas tecnológicas animarán además al personal a colaborar de maneras distintas a las de los procesos de trabajo tradicionales. Por tanto, es importante informar bien a cada empleado de lo que significa esta transición para la empresa, de cómo podrían cambiar sus funciones y de las nuevas oportunidades que se abrirán para la consecución de nuestros logros. Así, por ejemplo, compartir datos analíticos importantes podría dar lugar a sólidas y productivas colaboraciones.



Crear un ecosistema

Las cadenas de suministro tradicionales de la industria suelen ser lineales y cerradas, pero los negocios digitales están alterando todas estas estructuras y relaciones. Para competir, necesitarás cambiar tus prácticas de negocio y empezar a pensar en términos de ecosistemas y trabajar con otras empresas para poder satisfacer las necesidades de tus clientes. Los ecosistemas son importantísimos a la hora de desarrollar una estrategia de economía de resultados. Si tu empresa posee muchas líneas de productos, primero deberás determinar de qué ecosistema(s) se encargará y en qué punto debe desempeñar su función de soporte.

¿Qué tipo de socios necesitarás para estimular tus capacidades y asegurar a tus clientes los resultados deseados? ¿Seguirán siendo tus socios actuales los adecuados en el futuro? ¿Qué necesitas para interesar a tus socios? ¿En qué tipo de negocio debes colaborar con otros socios para pasar a la siguiente fase con el menor riesgo posible? Busca nuevas oportunidades más allá de los límites de la industria y encuentra a los socios que pueden ayudarte a aprovecharlas.



Los obstáculos habituales de la implementación

A pesar de lo enormemente prometedora que resulta la economía de resultados y las nuevas oportunidades que ofrece, su adopción no está exenta de ciertas barreras. Según estudios del Foro Económico Mundial, los dos obstáculos principales son la seguridad y la interoperabilidad, pero también hay que destacar la falta de una rentabilidad de la inversión claramente definida, la utilización de material anticuado y la falta de puesta a punto de la tecnología. Por otra parte, las personas encuestadas y participantes en talleres mencionan otras preocupaciones y posibles obstáculos, basándose en su propia experiencia:



Falta de visión y liderazgo



Necesidad de cambiar de proceso de negocio



Falta de comprensión de los valores entre directivos o altos ejecutivos



Insuficiente conocimiento del estado actual de la tecnología



Falta de modelos comerciales probados (p. ej., distribución de ingresos/beneficios basada en resultados)



Infraestructura inadecuada



Rápida evolución de la tecnología, que provoca demoras en las grandes inversiones de las empresas



Falta de herramientas de desarrollo de aplicaciones



Necesidad de fuerte inversión de capital inicial



Alto coste de los sensores

La vulnerabilidad ante los ciberataques también es un problema importante, en la medida en que aumentan los sistemas físicos online, y por tanto el riesgo, inherente pero ligeramente diferente, de infracción de la privacidad de los datos personales. Ambos obstáculos están justificados cuando está en juego un sistema preparado para la nube. De hecho, un informe de 2014 del Foro Económico Mundial estimó en 3 billones de euros las posibles pérdidas económicas debidas a problemas de ciberseguridad para 2020.

Elegir una solución de gestión empresarial

Soluciones hay muchas donde elegir, pero no merece la pena perder tiempo con las que no te ofrecen la funcionalidad que necesitas. Esto variará según tu tipo de actividad, pero la lista de funciones que figura a continuación puede servirte de guía para tus principales áreas de negocio.



Venta cruzada y ventas adicionales

- Orientar las ventas a las preferencias del cliente.
- Generar pedidos a partir de productos basados en los antecedentes o preferencias de compra del cliente.
- Sugerir productos relacionados basados en pedidos existentes.



Gestión de relaciones con el cliente

- Crear y filtrar informes y documentos detallados por región, representante de ventas, tipo de sector, valoración del cliente, gerente de cuentas, socio, etc.
- Ver información de clientes y proveedores en Outlook.



Flexibilidad

- Elegir los módulos que necesitas gestionar, ya sean existencias, proyectos, procesos o pagos, acompañando a los cambios y al crecimiento de tu empresa.
- Integrar con Office 365 para estar al tanto en todo momento de la salud financiera de tu empresa y aprovechar rápidamente cualquier oportunidad que se te presente.



Cobros

- Habilitar el pago de facturas de tus clientes a través de crédito directamente desde sus facturas.
- Habilitar los pagos por domiciliación bancaria y la gestión de los mismos.

Ejemplos de casos para las principales partes interesadas

Actualizar tu solución de gestión empresarial para adaptarla a una estrategia de economía de resultados beneficiará a las áreas de negocio fundamentales de una forma en que, de lo contrario, supondría un obstáculo para los responsables de estas funciones.



Propietario/director ejecutivo

Desafíos comunes

1

Gestionar varias áreas de negocio en diferentes plataformas hace perder demasiado tiempo y ocasiona muchos errores de datos.

2

Es difícil asegurar a los equipos relevantes un acceso fácil a los datos que necesitan si los sistemas de la empresa no están igual de preparados en todos los programas informáticos que utilizan.

3

Un conocimiento basado en datos insuficientes hace difícil predecir los resultados o niveles de rendimiento.



Director financiero

Desafíos comunes

1

Gestionar las finanzas, las comunicaciones y los procesos internos y externos, y las cuestiones de cumplimiento normativo, es una tarea problemática en cualquier área de negocio que requiera apoyo financiero.

2

La falta de visibilidad y fluidez en el flujo de caja es un obstáculo para el crecimiento, ya que hace difícil predecir el presupuesto para invertir en la tecnología y el personal experto que necesitas para ayudar a que tu negocio prospere.



Jefe de operaciones/IT

Desafíos comunes

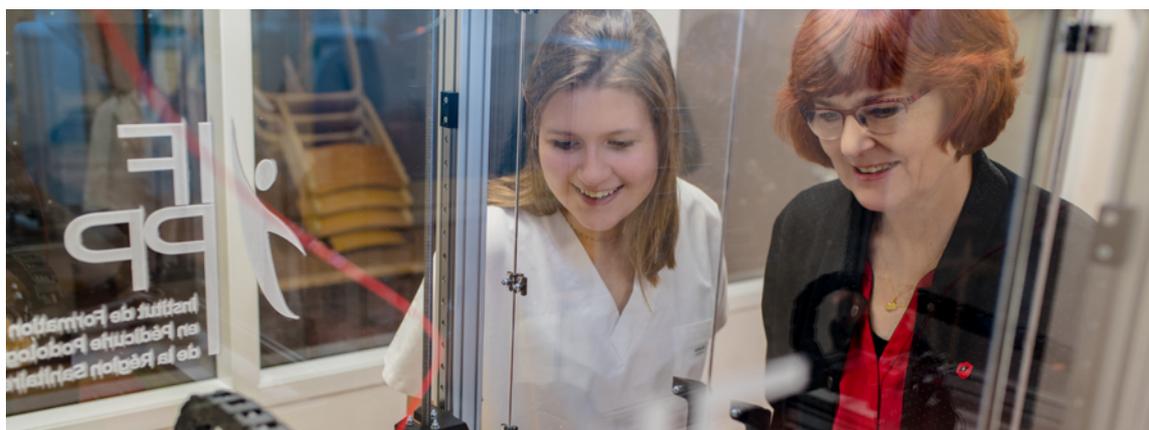
1

Presión constante para ejecutar operaciones de manera más rápida y sencilla.

2

Las soluciones y programas informáticos actuales no tienen la solidez suficiente para gestionar funciones importantes para el crecimiento de tu empresa, como la capacidad de ofrecer servicios nuevos o más inteligentes, u optimizar los procesos internos.

Caso de estudio: IKPO, Instituto de fisioterapia, podología y ortopedia



En el IKPO, Véronique es la responsable de la matriculación de 425 alumnos, al frente de un equipo de cinco personas, cuatro secretarías y una quinta que se ocupa de la contabilidad. Su trabajo consiste en garantizar que no haya ningún problema administrativo.

"Somos un equipo pequeño totalmente dedicado a facilitar el trabajo a nuestros alumnos y a garantizarles la calidad de su formación, basándonos en una serie de normas. Mis exigencias en cuanto a herramientas de gestión son radicales: deben asegurar la fluidez de nuestros procesos y cumplir con las últimas normativas legales, y debemos poder contar con ellas en todo momento", explica Véronique.

Suya es la responsabilidad de los errores que se produzcan en el proceso de pagos de matrículas y tasas; por eso Véronique escogió Sage Business Cloud como herramienta para integrar la contabilidad y los pagos en una sola plataforma.

"Tenemos que manejar tasas de matrículas durante varios periodos, para ofrecer a los alumnos la posibilidad de pagar en uno, tres o hasta diez plazos. El módulo de Métodos de pago nos permite planificar los cobros. Con él, estos se gestionan automáticamente en el programa de contabilidad y

facturación Sage Business Cloud, lo que nos permite mantener el control del flujo de caja a diario", añade Véronique.

Ahora, Véronique busca implementar aún más un sistema de economía de resultados, que aporte un nivel mayor de personalización al alumno.

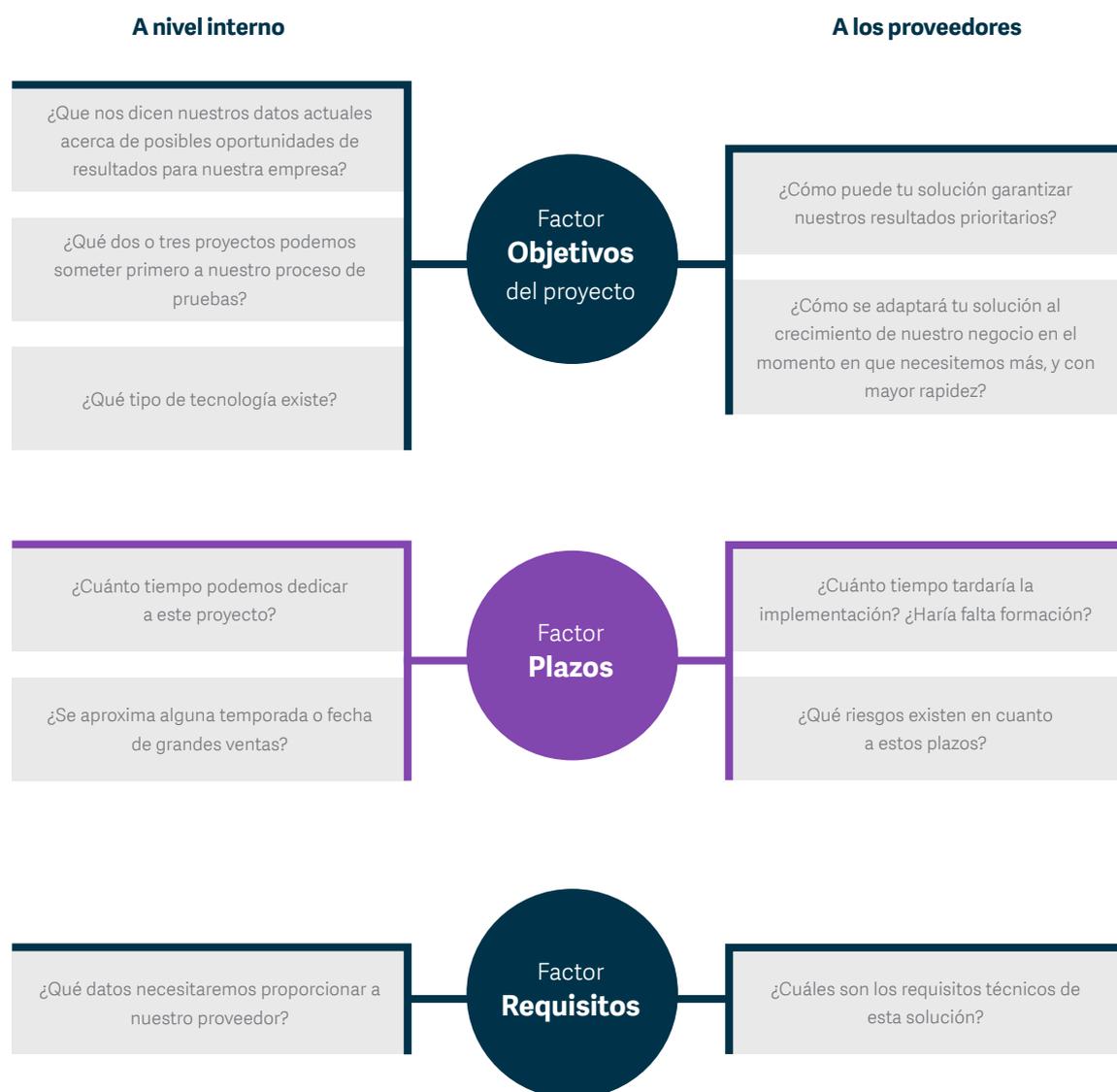
"No hay duda de que nuestra solución de contabilidad nos ayuda a optimizar la gestión de nuestro centro. Más adelante, queremos desarrollar la automatización, la digitalización y la inteligencia artificial, lo que nos permitirá tener un control más preciso de nuestros alumnos".



Véronique Calvo
Directora administrativa

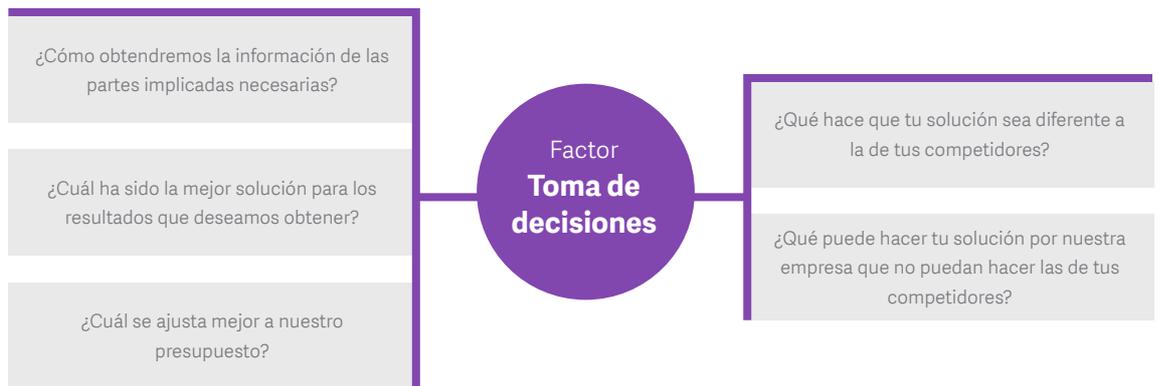
7 factores a tener en cuenta en el inicio

Si pretendemos actualizar nuestra solución de gestión empresarial o emprender la transformación digital de nuestra empresa, existe una serie de cuestiones que debemos plantearnos, tanto a nivel interno como a los proveedores de recursos tecnológicos con los que trabajamos.



A nivel interno

A los proveedores



Escoger una solución de Sage

Las diferentes soluciones de Sage Business Cloud te ayudan a organizarte para el crecimiento de hoy, y a prepararte para el crecimiento y la adopción de nuevas tecnologías del futuro.

- Mejor gestión de relaciones con el cliente, para ofrecerle el más alto nivel de servicio y soporte.
 - Inteligencia empresarial para planificar estratégicamente tu crecimiento, con herramientas que te ayudan a detectar oportunidades de innovación y mejora.
 - Mejor control presupuestario y elaboración de informes de compromisos, para mantener un control estricto de tus gastos.
- Como en el caso de Véronique, del IKPO, prepara tu empresa para el futuro, garantizando un posicionamiento que le permita aprovechar los últimos recursos tecnológicos y ganarse al mercado.
- Es hora de cambiar de marcha.
- La economía de resultados es la nueva visión de servicio al cliente de los proveedores de servicios.

Déjanos demostrarte todo lo que pueden aportar a tu negocio nuestras soluciones Sage Business Cloud.





Moraleja Building One. Avenida Europa,
19 – planta 1. 28108 - Madrid

900 87 80 60

www.sage.com/es-es



©2019 The Sage Group plc o sus licenciantes. Sage, los logotipos de Sage y los nombres de los productos y servicios de Sage aquí mencionados son marcas comerciales de The Sage Group plc o de sus licenciantes. Todas las demás marcas comerciales son propiedad de sus respectivos dueños. WF 4213000