



Microsoft Dynamics CRM Caso de éxito: Grupo Industria de Turbo Propulsores



Resumen

País: España.

Sector: Industria aeronáutica.

Perfil del cliente

Nacido en 1989, el Grupo Industria de Turbo Propulsores incluye entre sus actividades las de Ingeniería, Investigación y Desarrollo, Fabricación y Fundición, Montaje y Pruebas de motores aeronáuticos.

Situación

Fruto de un proceso de expansión y continuo crecimiento, se generó un volumen de trabajo comercial difícil de gestionar, especialmente en el área de Programas Civiles y de Mantenimiento.

Solución

En septiembre de 2005 se inició la implantación del módulo de ventas de la solución Microsoft Dynamics CRM que, desde enero de 2006, se emplea en las dos ramas comerciales de la compañía para gestionar la información de clientes e identificar oportunidades de negocio.

Beneficios

- Adaptabilidad y personalización.
- Disponibilidad de la información y mejora de su gestión.
- Facilidad de uso.
- Planificación a largo plazo.

Información comercial al momento

“Microsoft Dynamics CRM cumplía todos los requisitos: era estándar, nos permitía una implantación rápida y a un coste razonable, y tenía una perspectiva de evolución”.

Txomin Astola, director de Sistemas de Información del Grupo ITP

Tras un largo periodo de crecimiento empresarial, a la dirección Comercial del Grupo ITP le resultaba difícil mantenerse al tanto de las acciones comerciales y el historial de cada uno de sus clientes. Gracias a la implantación a principios de 2006 de la solución Microsoft Dynamics CRM, ya puede realizar en la actualidad un seguimiento al detalle de toda su actividad y analizar las oportunidades que le brindan sus diferentes relaciones. Además, ha facilitado las tareas cotidianas de los comerciales y, como se integra con el gestor de correo Microsoft Outlook, los usuarios apenas han requerido formación.



"La solución de Microsoft se ha adaptado muy bien a la infraestructura que ya tenía el Grupo ITP".

Txomin Astola, director de Sistemas de Información del Grupo ITP

Situación

Durante los últimos 16 años, el Grupo ITP ha experimentado un crecimiento constante, hasta contar con 11 centros repartidos por todo el mundo y dos áreas comerciales perfectamente diferenciadas: la primera, Programas de Defensa, trabaja en estrecha colaboración con el Ministerio de Defensa español, mientras que la segunda, Programas Civiles y de Mantenimiento, se encuentra orientada al sector privado. El incremento del volumen de trabajo planteaba nuevos retos que exigían una reorganización de la gestión, sobre todo en esta última área comercial. Jorge Lluch, director comercial de Programas Civiles y de Mantenimiento de Grupo ITP, señala que mientras que en el departamento de Programas de Defensa la relación con el Estado es, por su naturaleza, más estable y ordenada, en Programas Civiles y de Mantenimiento, "la continua búsqueda de clientes exigía una nueva estructura de seguimiento".

Además, a medida que se incrementaba el número de contratos y servicios realizados, resultaba también más complicado realizar un seguimiento de las ofertas y oportunidades, tanto para los comerciales como para la dirección. "Los comerciales rotan bastante pero, al mismo tiempo, establecen un tipo de contacto muy personal; en ocasiones se basa en relaciones de años. Cada vez que se marchaba alguien de la empresa, había clientes cuya historia resultaba muy difícil de recuperar", asegura Lluch. Paralelamente, la compañía echaba en falta algún mecanismo de medición que le ayudase a analizar la eficacia de las acciones comerciales. "Sólo medíamos el resultado final, las ventas anuales", subraya.

Por todo ello, hace tres años se estudió por primera vez la posibilidad de implantar una aplicación Customer Relationship Management (CRM) para facilitar la labor de este departamento, pero se desechó la idea.

"En aquel momento las soluciones que había en el mercado eran caras, complejas de implantar y muy orientadas a otro tipo de negocios", afirma Txomin Astola, director de Sistemas de Información del Grupo ITP.

Solución

Sin embargo, a principios de 2005 los responsables del Grupo barajaron la posibilidad de implantar la solución Microsoft Dynamics CRM: "En principio cumplía todos los requisitos: era estándar, nos permitía una implantación más o menos rápida y a un coste razonable, y tenía una perspectiva de evolución, es decir, no nos iba a dejar tirados con un primer diseño", explica Txomin Astola. Cuando Microsoft les propuso realizar un piloto con alguna de sus tecnologías, no lo dudaron.

Entre abril y mayo de 2005, un grupo de comerciales de la compañía comenzó a probar, con la colaboración de Watermark, las prestaciones del módulo de ventas de la solución Microsoft Dynamics CRM. "Debíamos comprobar si se adaptaba a las necesidades del Grupo ITP, tanto en las dos áreas comerciales de Programas Civiles y de Mantenimiento y Programas de Defensa como, en el futuro, en la división de Programas, que se encarga del seguimiento de los contratos a largo plazo", añade. "El proyecto se distribuyó en plazos y en funcionalidades, y consideramos que, con algunos pequeños desarrollos y adaptaciones, cubría los requerimientos", explica Julián Vinagre, del equipo de la Dirección de Sistemas de ITP y encargado del proyecto de implantación de Watermark. Ya en aquel momento los responsables de informática no quisieron retrasar sus planes: en septiembre de 2005 comenzó el despliegue en las dos ramas comerciales, que finalizó en enero de 2006, y este verano se prevé su instalación en el área de Programas.

“Nuestra experiencia con la tecnología Microsoft ha resultado siempre muy positiva”.

Txomin Astola, director de Sistemas de Información del Grupo ITP

Hoy, Microsoft Dynamics CRM se utiliza al cien por cien en Programas Civiles y de Mantenimiento y en algunos de los proyectos de Programas de Defensa. Como la solución funciona como cliente de Microsoft Outlook, los usuarios acceden fácilmente al historial del cliente o al seguimiento del proceso de ventas a través de una barra suplementaria del gestor de correo. La identificación de oportunidades y la gestión de la información resultan ahora mucho más sencillas.

Beneficios

- Adaptabilidad y personalización.

El director de Sistemas de Información del Grupo ITP, Txomin Astola, destaca la integración de la solución de Microsoft con los sistemas de la empresa: “Se ha adaptado muy bien a la infraestructura que ya tenía el Grupo ITP”. Esta característica, junto con el cumplimiento de los requisitos de costes y unos plazos de implantación reducidos, resultó determinante a la hora de decidirse por Microsoft Dynamics CRM. “Nuestra experiencia con la tecnología Microsoft ha resultado siempre muy positiva”, concluye.

- Disponibilidad de la información y mejora de su gestión.

Aunque la implementación es todavía reciente, sus ventajas ya han comenzado a reflejarse en el negocio de la compañía. Primero, gracias a Microsoft Dynamics CRM, el director Comercial de Programas Civiles y de Mantenimiento dispone de toda la historia de los clientes de forma centralizada, lo que le permite reorganizar su área: “Tenemos una visión más concreta de los volúmenes de trabajo por comercial y esto facilita la distribución de las cargas”, señala. Por supuesto, al llevar la trazabilidad de cada uno de los contactos a través del CRM, se elimina el problema de la rotación de comerciales e, igualmente, resulta más

fácil reunir la información necesaria para medir la eficacia de las acciones comerciales llevadas a cabo.

- Facilidad de uso.

Gracias a la sencillez de manejo de la solución y a su adaptación a los métodos de trabajo de la compañía, el cambio no ha supuesto ningún problema. “Somos grandes usuarios de la tecnología de Microsoft y los trabajadores no lo ven como algo nuevo, sino como una funcionalidad añadida al correo electrónico. De lo contrario, hubiera sido muy difícil de implementar”, explica Lluch.

- Planificación a largo plazo.

De cara al futuro, Lluch espera que todas estas ventajas se traduzcan en beneficios económicos para el Grupo ITP: “Aún es pronto para medir el retorno de la inversión, pero al analizar las oportunidades y tener la capacidad de realizar planificaciones a largo plazo, deberíamos mejorar nuestros resultados”, afirma.

Para más información

Para más información sobre los productos y servicios de Microsoft, llame al Centro de Atención al Cliente: 902 197 198 o visite la página Web: www.microsoft.es

Para más información sobre los productos y servicios de Watermark, llame al 902 141 414 o visite la página Web: www.watermark.es

Para más información sobre los productos y servicios de Grupo ITP, llame al 944 892 100 o visite la página Web: www.itp.es

Microsoft Dynamics

Microsoft Dynamics ofrece una amplia gama de aplicaciones y servicios empresariales integrados, diseñados para ayudar a las pequeñas, medianas y grandes empresas a estar mejor conectadas con clientes, empleados, socios y proveedores.

Para obtener más información sobre Microsoft Dynamics, visite: www.microsoft.es/dynamics

Software y Servicios

■ Productos

- Microsoft Dynamics CRM
- Directorio Activo en Windows 2000 con Service Pack 4
- Microsoft Exchange 2003 Enterprise con Service Pack 2
- Microsoft ISA Server 2004 Standard Edition
- Microsoft ISA Server 2004 Enterprise Edition
- Microsoft Windows Server 2003 con Service Pack 1
- Microsoft SQL Server
- Live Communications Server 2005
- Microsoft Office XP y 2003
- Microsoft Windows 2000 y 2003

© 2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos. Este caso práctico sólo tiene fines informativos. MICROSOFT NO OTORGA GARANTÍAS EXPRESAS NI IMPLÍCITAS EN ESTE RESUMEN. Microsoft, Microsoft Dynamics, Microsoft Dynamics CRM, el logo de Microsoft Dynamics son marcas registradas o marcas comerciales de Microsoft Corporation en Estados Unidos y/o en otros países. Los nombres de las empresas y productos reales aquí mencionados pueden ser marcas comerciales de sus respectivos propietarios.

Documento publicado en junio, 2006

Microsoft®