



CASO DE ÉXITO

Nippon Gases ofrece a sus clientes un servicio más personalizado al reforzar el vínculo entre ventas y marketing

Avanade ayuda a la empresa a mejorar sus procesos de negocio usando Microsoft Dynamics 365

Situación de la empresa

Crecimiento limitado por la separación entre sistemas

Nippon Gases es una de las empresas de gases industriales y medicinales más grandes de Europa. Su objetivo es crear valor social mediante soluciones que aumenten la productividad industrial, mejoren el bienestar de las personas y contribuyan a forjar un futuro más sostenible. La empresa es consciente de la necesidad de centrarse en la sostenibilidad ambiental y en su relación con los clientes para impulsar la innovación, la eficiencia de procesos y el crecimiento del negocio.

Nippon Gases ha crecido mucho a través de la adquisición de otras empresas. Con los años, eso ha generado una serie de herramienta y procesos dispares que mantienen aislados los datos de clientes en distintos sistemas y limitan la eficiencia de las actividades de ventas y marketing, creando un auténtico cuello de botella para el crecimiento.

“Tener diferentes sistemas legacy para ventas, facturación y otros procedimientos internos ha supuesto un problema desde el punto de vista de las ventas y el marketing, ya que hace que adquirir información resulte más complejo”, explica Fabrizio Alessi, responsable de cuentas y relaciones de negocio en Nippon Gases Italia. “Eso ha perjudicado a nuestros empleados, que tratan de obtener información de distintas maneras usando formatos de archivo diferentes. Limita la productividad y afecta a las relaciones con los clientes.”

“Nuestros sistemas legacy tampoco permitían el acceso remoto, algo cada vez más importante para nuestros equipos de ventas y marketing”, añade José Vicente Sánchez, director de marketing y desarrollo de negocio en Nippon Gases España.

Para dar solución a estos problemas, Nippon Gases en Iberia e Italia decidió crear una plataforma que unificara y armonizara sus procesos de ventas y marketing, juntando todos sus datos de clientes en una herramienta común. La empresa preparó una lista de objetivos concretos que incluía los siguientes:

- Definir y crear un proceso optimizado de ventas digitales (para sustituir anticuados procesos en papel, en algunos casos) que aumente la eficacia del equipo de ventas de la empresa
- Garantizar que el equipo de ventas dispone de información precisa y relevante sobre clientes para orientar y personalizar las interacciones
- Automatizar procesos de marketing para lanzar campañas dirigidas a clientes nuevos y existentes, facilitando al mismo tiempo la captura de leads
- Mejorar la experiencia general de clientes y empleados

“Podemos ahorrar tiempo y dinero al aumentar la colaboración entre ventas y marketing, así como con otros departamentos, y facilitar la integración de datos de clientes y análisis de mercado”, declara Alessi.

Nippon Gases deseaba una solución ágil y escalable que usara [Microsoft Dynamics 365](#) CRM para aprovechar todas las posibilidades de la cloud. Al no tener experiencia previa en cloud, la empresa decidió recurrir a los expertos de Avanade.

Solución

Una nueva plataforma cloud para unificar todos los datos

Avanade inició el proyecto organizando seminarios con grupos de usuarios de los equipos de ventas, marketing y TI de Nippon Gases. Eso nos permitió adaptar los procesos de negocio de la empresa a la plataforma Dynamics 365 e identificar requisitos de los usuarios.

“Compartimos mucha información técnica para la mayor parte de nuestras oportunidades y creo que Dynamics 365 es la solución apropiada para eso”, dice Sánchez. “Además encaja a la perfección porque ya usamos los productos Microsoft 365 y nuestros empleados están familiarizados con la interfaz, lo que hace que todo resulte más sencillo.”

Avanade se encargó de implementar los módulos de ventas y marketing de Dynamics 365. Al integrar la plataforma con las soluciones ERP utilizadas en Nippon Gases, los empleados tendrán acceso en tiempo real a una completa información de clientes y productos durante las interacciones, lo que agilizará enormemente el proceso de ventas. El equipo de marketing podrá usar estos datos para agrupar clientes y hábitos de compra, de modo que las campañas estén mejor dirigidas.

También se hizo una importante inversión en formación para facilitar la adopción de la plataforma Dynamics 365 por los empleados. Avanade participó en este programa de gestión del cambio, explicando a los empleados cómo mejoran los procesos de negocio con el nuevo sistema.

Resultados

Unión de ventas y marketing en beneficio de todos

Gracias a su potente sistema Dynamics 365 CRM, Nippon Gases disfruta ahora de varias ventajas que responden a sus objetivos iniciales para el proyecto.

“Apenas hemos empezado a usar Dynamics 365, pero ya estamos obteniendo resultados interesantes”, asegura Alessi.

Esos resultados incluyen:

- **Mejores procesos de ventas:** El departamento de ventas ha actualizado la información de productos. Tiene acceso a datos de consumo e información sobre competidores, lo que supone una ventaja competitiva en el mercado. Toda la información relevante obtenida durante los contactos de ventas se introduce en el sistema y es posible acceder a ella en toda la organización, de modo que también otros grupos pueden mejorar sus procesos para disfrutar de ventajas similares.
- **Mejor experiencia del cliente:** Al tener una visión integral del cliente, los vendedores pueden presentar presupuestos en menos tiempo y mantener contactos más personalizados. Anticiparse a las necesidades de los clientes aumenta la satisfacción e impulsa las ventas.
- **Más colaboración entre ventas y marketing:** Al acceder a los datos obtenidos por el equipo de ventas, el departamento de marketing puede crear ofertas y campañas dirigidas a las necesidades específicas de clientes nuevos y existentes para mantenerse por delante de los competidores.
- **Empleados más satisfechos:** En las encuestas realizadas desde la introducción de la plataforma, los empleados se muestran muy satisfechos con las herramientas, destacando que son muy fáciles de usar y les ayudan mucho en su trabajo diario.

“De cara al futuro, contamos con una herramienta muy potente que facilitará nuestra estrategia de negocio y nuestra orientación al cliente. Es una nueva forma de afrontar las difíciles condiciones del mercado”, concluye Alessi.

Tras el éxito obtenido en Iberia e Italia, Nippon Gases y Avanade están trabajando para llevar la plataforma al resto de los centros de la empresa en Europa.

Caso de Éxito

Nippon Gases ofrece a sus clientes un servicio más personalizado al reforzar el vínculo entre ventas y marketing

Acerca de Nippon Gases

Nippon Gases, una de las empresas de gases industriales y medicinales más importantes de Europa, forma parte de Nippon Sanso Holdings Corporation, que cuenta con más de 100 años de experiencia y tiene una presencia destacada en Japón, el sudeste asiático, Australia, Estados Unidos y Canadá, con operaciones en 28 países y más de 19 000 empleados en todo el mundo. Nuestra presencia en Europa nos sitúa como una empresa líder: contamos con más de 3000 empleados de los que el 27 % son mujeres, estamos presentes en 13 países, damos servicio a más de 150 000 clientes y ayudamos a más de 300 000 pacientes. La seguridad es nuestra máxima prioridad y la mejoramos constantemente, identificando factores y comportamientos de riesgo y haciendo que todos los empleados cumplan nuestras normas de seguridad. El compromiso de Nippon Gases con nuestros clientes, empleados y asociados, así como con las comunidades en las que trabajamos, refleja nuestra dedicación al medio ambiente y la sostenibilidad. Juntos somos "The Gas Professionals" y tenemos el mismo objetivo: "Making life better through gas technology".

Sobre Avanade

Avanade es líder en la prestación de servicios innovadores, cloud y digitales, soluciones de negocio y experiencias basadas en el diseño del ecosistema Microsoft. Nuestros profesionales aportan puntos de vista diferentes y frescos que, combinados con su experiencia en tecnología, negocios y conocimiento de las industrias, permiten conseguir un genuino impacto humano en nuestros clientes, sus clientes y sus empleados. Junto al Grupo Accenture Microsoft Business, ayuda a las compañías a conectar con clientes, capacitar a empleados, optimizar operaciones y transformar productos, aprovechando la plataforma de Microsoft. Avanade cuenta con 43.000 profesionales en 25 países, lo que proporciona a los clientes el mejor servicio basado en una cultura de colaboración que respeta la diversidad y refleja las comunidades en las que operamos. Avanade, que actualmente es propiedad mayoritaria de Accenture, fue fundada en 2000 por Accenture LLP y Microsoft Corporation. Más información en www.avanade.com

North America

Seattle
Phone +1 206 239 5600
America@avanade.com

Asia-Pacific

Australia
Phone +61 2 9005 5900
AsiaPac@avanade.com

South America

Sao Paulo
AvanadeBrasil@avanade.com

Europe

London
Phone +44 0 20 7025 1000
Europe@avanade.com

©2021 Avanade Inc. Todos los derechos reservados. El nombre y el logotipo de Avanade son marcas comerciales registradas en Estados Unidos y en otros países. Otros nombres de marcas y productos son marcas comerciales de sus respectivos titulares.