

Mónica Moray, directora de Área de Clientes de DEIPE

Las ventas se vuelven mucho más sencillas de la mano de Deipe

LA PRINCIPAL VENTAJA DE GIO, SOFTWARE DE DEIPE DIRIGIDO A LA GESTIÓN QUE ES INTUITIVO Y FÁCIL DE USAR, ES SU ESPECIALIZACIÓN EN EL SECTOR DE LA ÓPTICA.

El objetivo de Deipe es ayudar al sector de la óptica a mejorar su competitividad a través de la incorporación de soluciones tecnológicas innovadoras. **Mónica Moray**, su *directora de Área de Clientes*, nos explica que ésta es una empresa canaria que ya cuenta con 25 años en el mercado, que ha ido evolucionando con la transformación digital y que comercializa un producto muy especializado en el mundo de la óptica.

Tras analizar en profundidad el funcionamiento empresarial de las ópticas, su equipo identificó una oportunidad de mejora en la digitalización de los procesos de gestión, lo que le llevó a crear GIO (Gestión Integrada de Ópticas). Se concibió como un software innovador, intuitivo y sencillo de usar, desarrollado exclusivamente para ópticas, con la misión de facilitar la gestión del negocio, permitiendo así al usuario el centrarse en prestar el mejor servicio posible a sus clientes. *“En 2016, empezamos con la versión web. Somos los únicos en el mercado que actualmente tenemos consolidada la gestión de ópticas a través de una versión web y eso lo que implica es que le da al usuario accesibilidad, usabilidad y un entorno muy normalizado”*, señala. Destaca que, en estos momentos, casi todos los usuarios están muy habituados a trabajar en cualquier tipo de página web, que suelen tener la misma forma de gestionarse. Por ende, es un entorno reconocible y muy sencillo para cualquier persona. Defiende que *“la principal ventaja de tener GIO, en general, en cualquiera de sus versiones, es la especialización”*. Asegura que

todas las casuísticas del mundo de la óptica, de la evolución de la industria y de los distintos perfiles del sector están dentro de GIO. Moray hace especial énfasis en que es integral, en que todas las funciones que son necesarias para el día a día de una óptica se encuentran en una misma herramienta. Se dispone de una base de datos gestionada desde un mismo punto, actualizada e integrada con terceros. *“Todo el flujo de trabajo de la óptica, inclusive aquel que se haga fuera de la herramienta, está integrado en GIO”*, insiste. Eso implica que se posea el control de todo el flujo de trabajo: *“Desde que se realice una venta, se hace un pedido y entre un albarán y yo tengo la mercancía en mi almacén. Todo ese flujo está integrado con distintos colaboradores, ya sea el proveedor de la lente, ya sea un dispositivo para realizar un inventario o ya sea el mismo datáfono. Toda esa integración de terceros está integrada en GIO Web para que el proceso sea limpio, sencillo, seguro, que haya control y que además se visualice toda la información para que el administrador de la óptica, en un momento dado, pueda tomar decisiones estratégicas sobre lo que ha pasado en el negocio”*.

Todo ello, sin instalaciones ni compra de licencias. Sólo una cuota mensual. *“Eso te da otra garantía como cliente. Estás evaluando constantemente el servicio, de tal forma que en el momento en el que a alguien no le interesase, deja de contratarlo”*, indica. Deipe siente la responsabilidad de adaptar la herramienta, porque, *“en el momento en el que no lo haga, el cliente deja de verla como necesaria”*.



Fuerte personalización

Otra de las grandes ventajas de Deipe es *“la fuerte personalización que se le da a la fidelización con el cliente”*. Esto quiere decir que el departamento de Moray se encarga de implantar la herramienta con el cliente. *“Garantizamos en primer lugar que sabemos qué tipo de negocio tiene y hacia dónde quiere ir. Por qué contrata un programa de gestión, por qué contrata GIO, qué espera de nosotros, cuáles son sus expectativas. Adaptamos la herramienta a lo que él quiere ver, cuando empieza a trabajar con nosotros. A lo mejor, al principio, se centra en varias funcionalidades básicas. A medida que lo vamos conociendo y que se va desarrollando con nosotros, vamos a instruirle sobre otras funcionalidades que el sector está demandando, que GIO tiene y que pudiera hacer que fuera más rentable su proceso. Le proporcionan formación y seguimiento para que vaya personalizando la herramienta a su modelo de negocio”*, aclara. Le explican cuál es el modelo de negocio que hay en el entorno y cuál podría ser el más productivo en su caso. El cliente va adaptando la herramienta a su forma de trabajar, a sus cometidos, y hacia dónde quiere ir.

El programa se caracteriza por su sencillez. *“El primer feedback del cliente con GIO Web es que es intuitivo”*, comenta. La gestión de almacén es exactamente igual en todas las acciones del programa. Por ejemplo, para gestionar la búsqueda de un artículo, el flujo de acción es exactamente el mismo desde cualquier punto del programa. El proceso de aprendizaje es muy rápido. La herramienta se personaliza para que el cliente no sienta la necesidad de que haya que depender de terceros para poder gestionar el día a día. Hay un servicio de soporte al usuario en horario comercial para resolver dudas y problemas que puedan surgir, un servicio de formación y un servicio de consultoría. Lo que se hace es analizar qué necesidades hay y qué tipo de ayuda o de asesoramiento se requieren en cada momento. Entre otras cosas, cómo se gestiona la óptica, a dónde se pretende llegar, cómo se quiere que se realicen determinados procesos, dónde no hay control y se prefiere visualizar qué está pasando para poder tomar una decisión,

etcétera. El servicio de atención es totalmente personalizado, atendiendo a lo que le va a pasar a cada uno en cada momento de su fase como cliente de Deipe.

Procesos más fluidos

¿De qué manera el software logra que los negocios crezcan? *“Haciendo los procesos más simples, más fluidos, una integración completa”*, responde Moray. Con funcionalidades concretas, que se van a poder ubicar dentro del modelo de negocio propio. Así, *“las ventas se vuelven mucho más sencillas”*. Se ges-

**“SOMOS LOS ÚNICOS EN EL MERCADO
QUE ACTUALMENTE TENEMOS
CONSOLIDADA LA GESTIÓN DE ÓPTICAS
A TRAVÉS DE UNA VERSIÓN WEB”**



En más de 2.200 ópticas

Más de 2.200 ópticas de España, de otros países de Europa y del entorno LATAM (como México, Chile y Colombia) utilizan GIO. La estrategia actual de Deipe es de internacionalización hacia el entorno LATAM, porque, en palabras de Mónica Moray, allí *“hay una necesidad importante de un programa de gestión que, al mismo tiempo que en España, integre a todos los agentes del proceso”*. Es una de las grandes ventajas, el poder comunicarte con terceros para que el cliente no se vea afectado de esa interlocución y que él no tenga que gestionar la coordinación entre todos los que participan en los flujos de trabajo.

tionan o se configuran para que puedan tener un sistema de fidelización con el cliente incorporado, se puede gestionar para que sean ventas centralizadas. *“Si yo tengo una modelo de venta concreto y tengo varias tiendas en mi sociedad, todas pueden seguir el mismo modelo con un patrón de A, B y C, porque es mi modelo de venta. Se configura una sola vez y se aplica desde ese momento en todas las tiendas. La configuración centralizada hace que se trabaje más fácil, cómodo, mejor y siempre siguiendo la política de negocio que se quiera para las tiendas”,* expone. La parte de pedidos a proveedores suele ser una asignatura pendiente de los programas de gestión, porque se precisa que los pedidos a terceros se efectúen sin incidencias y que el flujo de información sea correcto, que no haya interferencias, que no existan incidencias entre lo que se pide y lo que el proveedor entrega. *“Nosotros tenemos el proceso de pedidos a proveedores desde el principio. Incorporamos un catálogo digital de los proveedores de lentes oftálmicas. El cliente se descarga la información directamente desde su catálogo, sin interferencia ni manipulación humana. No existe posibilidad de error. El programa no me va a dejar pedir lo que el proveedor no tenga en su catálogo. Introducimos esa información, la gestionamos y viaja por GIO por distintos puntos hasta el momento en que vuelve a ser recibida en la página del proveedor. No hay interferencias”,* certifica. Llegarán los albaranes con los datos y códigos del proveedor y

se cierra el flujo sin haber realizado ningún tipo de incidencia. Si la hubiese, se detectaría y corregiría para la próxima ocasión. GIO es sinónimo de seguridad y control de que lo que se está pidiendo es correcto, porque lo que GIO envía y lo que el proveedor recibe hablan el mismo idioma. *“Muchos de los motivos por los que se viene un óptico, un administrador de óptica, a GIO es por ganar en el control de dónde se está perdiendo el dinero. Existe tal volumen de negocio y tantos procesos asociados que a veces es difícil detectar dónde se está perdiendo el dinero. La gestión de pedidos con terceros es un punto clave de dónde estoy perdiendo mal”,* argumenta la directora de Área de Clientes.

Gracias al análisis de Big Data, es posible crear todo tipo de estadísticas propias, estudiar de forma visual todos los datos de la óptica y lanzar campañas más efectivas de email y SMS marketing. Los márgenes netos en ventas, lo que se compra, lo que se vende, el beneficio, el uso de garantías. Igualmente, se puede llevar un control del nivel de top ventas de los artículos, qué se vende más. Se puede detectar en qué categorías se crece más o qué artículos se adquieren más. Se pueden hacer comparativas entre familias de producto. Estadísticas de almacén para saber el reaprovisionamiento, los movimientos que hay que hacer para la organización de los almacenes y de los inventarios. La idea es poder tomar decisiones en cuanto a los movimientos que se van realizando en la óptica. ■

Considerables beneficios

Una funcionalidad que en GIO están bastante desarrollada es la de importación de catálogos de proveedores. Se importan los catálogos de los proveedores en un solo clic. Por lo general, una referencia se crea en aproximadamente diez minutos, pero con GIO se tarda dos minutos en importar 1.000 referencias, con todas las características del catálogo del proveedor, asociadas a sus códigos de proveedor, con sus nombres, todas sus propiedades. Eso es una gran ventaja. La mejora de procesos tecnológicos también se puede ver a la hora de realizar inventario. GIO incorpora la tecnología RFID, por lo que en aproximadamente 15 minutos se tendrán los inventarios de todas las familias de artículos que haya en el almacén. Esta gestión se puede realizar por una sola persona y a puerta abierta.

Por otra parte, se añaden dispositivos electrónicos, como tablets, para la recogida de firma digital. Además, Mónica Moray remarca que *“GIO es una herramienta bastante interesante para fidelizar al cliente porque tiene comunicación directa a través de SMS, correo electrónico y una especie de chat interno que permite que haya comunicación con los clientes”.* Facilita funcionalidades como enviar tickets digitales al correo del cliente y otros pequeños detalles digitales que al final hacen que las tiendas trabajen mejor.

