

Parte con 5 distribuidores que espera convertir en 50 en tres años

Voz Telecom premia la especialización de su canal con un modelo especial de franquicias



A pesar de los tiempos que corren, no demasiados proclives a la fidelidad, Voz Telecom ha decidido apostar por ella. Siempre fiel a una estrategia rendida en un 100 % al canal, la compañía ha dado un paso más en ella y, bajo un modelo de franquicias, ha creado una nueva figura dentro de su estructura de distribución: el punto de servicio. Unos distribuidores completamente focalizados en la marca y que presentan el nivel más alto de especialización en su oferta completa. Identificados los primeros 5 puntos de servicio, el objetivo de la marca es lograr 50 en los próximos 3 años.

Marilés de Pedro

Esta nueva etapa parte de la propia demanda del canal. La marca cuenta en la actualidad con una red de socios integrada por 300 compañías, de las cuales 150 están ubicadas en el nivel superior —Partner o Distribuidor—. El resto son prescriptores. Xavier Casajoana, consejero delegado de Voz Telecom, asegura que había un grupo de socios que demandaban un mayor nivel de implicación. “Nuestro objetivo principal es que el canal gane especialización, tanto comercial como técnica”. Un objetivo que se cumple al 100 % en estos puntos de servicio, completamente volcados en el desarrollo de la oferta, completa, de la marca. Además de la demanda del canal, el lanzamiento de una solución móvil, que completaba su servicio de centralita virtual, OIGAA Centrex, permite al canal cerrar una oferta completa a las pymes que incluye todo lo que ésta puede necesitar en materia comunicativa. Se trata, por tanto, de un servicio de convergencia total: tarifaria, funcional y de servicios. “Era una demanda del distribuidor que encajó con el objetivo de hacer crecer a nuestro canal de distribución”, explica.

El camino más lógico para dar forma a estos puntos de servicio es partir del grupo ubicado en el escalón más elevado de su estructura de canal. Ya están identificados los cinco primeros ubicados en Barcelona, Madrid, Girona, Zaragoza y Valencia. Xavier Casajoana explica el modelo de franquicia bajo el que se desarrollará la relación. “Es un modelo un poco especial”, puntualiza. “La denominación de franquicia se explica por el concepto de exclusividad, por la representación de marca que desarrollan y por el apoyo que les proporcionamos”. Sin embargo, se observan algunas diferencias: mientras que la fórmula tradicional de franquicia observa un canon de entrada, en esta hay una co-inversión inicial entre el distribuidor y Voz Telecom, al 50 % aproximadamente. “Sólo le pedimos que aporte el suficiente capital para que soporte la actividad en los primeros 18 meses, como mínimo”, puntualiza. “No somos socios en la propiedad de la empresa, pero nuestro apoyo va mucho más allá del que se estilaba en un modelo de franquicias”. Y no es baladí porque la inversión que va a realizar la empresa en este primer quinteto ronda el medio millón de euros. “Vamos a apostar muy fuerte por el modelo”.

Especialistas en retail y consumo **activa2mil**

Si eres cliente de ACTIVA 2mil tienes ventaja

Compra online **B2B** MÁS RÁPIDO MÁS DIRECTO MÁS FÁCIL

sap.activa2mil.es

La inversión que va a realizar la empresa en este primer quinteto ronda el medio millón de euros

Estos puntos de servicio se diseñan como un "show room" para la pyme. "Es la gran maltratada", asegura Casajoana. "Es una oportunidad única para que el canal se acerque a la pyme". Teniendo en cuenta la dificultad que supone vender servicios en la nube, en estos puntos de servicio las demostraciones tienen que ser su principal herramienta de trabajo. "Realizarlas a los clientes aumenta de manera considerable las posibilidades de venta: hay que convertir a estos puntos de servicio en lugares para que los usuarios puedan ir a utilizar el escritorio virtual, la centralita, la videoconferencia, etc."

Son distribuidores que gozarán de una cierta exclusividad en la zona en la que operen y que tendrán la autonomía suficiente para que representen a Voz Telecom en el territorio. "Los puntos de servicio gestionarán su red de *partners* y de prescriptores en esa zona". Casajoana reconoce que deben fortalecer su presencia en el norte de España, Andalucía y Levante.

El canal actual de la marca, conformado por esos 300 socios, comprende a distribuidores de informática junto a compañías vinculadas con las comunicaciones. Para los primeros el servicio de centralita en la nube es uno más que han incorporado a su oferta de red. "Es una oportunidad nueva al negocio con el que ya cuentan". Para el grupo más comunicativo, muchos responden a compañías que han comercializado las centralitas tradicionales. Casajoana explica que, en un primer momento, los servicios en la nube los observaron como una competencia para su negocio. Poco a poco han ido entrando en el negocio y para

De las comunicaciones a la informática

Aunque ha abierto su oferta hacia servicios TI, la mayor parte del negocio siguen siendo las comunicaciones. Un portafolio comunicativo en el que conviven OIGAA Direct, una solución de líneas IP que permite conectar cualquier tipo de centralita telefónica a la red de VozTelecom; con OIGAA Centrex, un servicio de centralita completamente virtual. Ambas se reparten, al 50 %, la oferta comunicativa en materia de facturación, aunque si se observa la captación de clientes, cada mes, el 75 % de los nuevos optan por la centralita en la nube. "Hace dos años la situación era al contrario", reconoce Casajoana. Esta oferta ya se incrementó a principios del año 2013 con el lanzamiento del servicio de videoconferencia en la nube, OIGAA Meeting, que ya cuenta con más de 8.000 usuarios. Un servicio al que recientemente han incorporado una fórmula de pago por uso por la que el cliente sólo paga si utiliza el servicio. A finales del pasado año, Voz Telecom incorporó, inaugurando el área informática, un servicio de almacenamiento híbrido, OIGAA Box, que pretende ser también un puente para derivar en un modelo en la nube, con una cuota mensual y que no requiere una inversión en tecnología. "Responde al 100 % a las necesidades de almacenamiento, copia y acceso remoto de una pyme". También cuenta con OIGAA Desktop, una solución de escritorio virtual Windows que permite al usuario disponer de su puesto de trabajo

ello, Voz Telecom cuenta con un producto, OIGAA Direct, capaz de conectar las centralitas IP con Voz Telecom. "Es un primer paso para que sus clientes, finalmente, acaben en la nube".

Casajoana reconoce que la nube obliga a un cambio en el modelo comercial del canal, con una mayor actividad para captar nuevos clientes. Sin embargo, observa que el avance de esta fórmula en el canal ha sido brutal. "Ha existido un cambio en la demanda de la pyme que ya sabe lo que es la nube en el tema de las comunicaciones; esta demanda se ha trasladado al canal. Y este, o le ofrece lo que pide o se queda sin cliente".

Voz Telecom, que ya facturó 10 millones de euros el pasado año, espera lograr en este ejercicio 12 millones.

Voz Telecom
Tel.: 902 360 305

