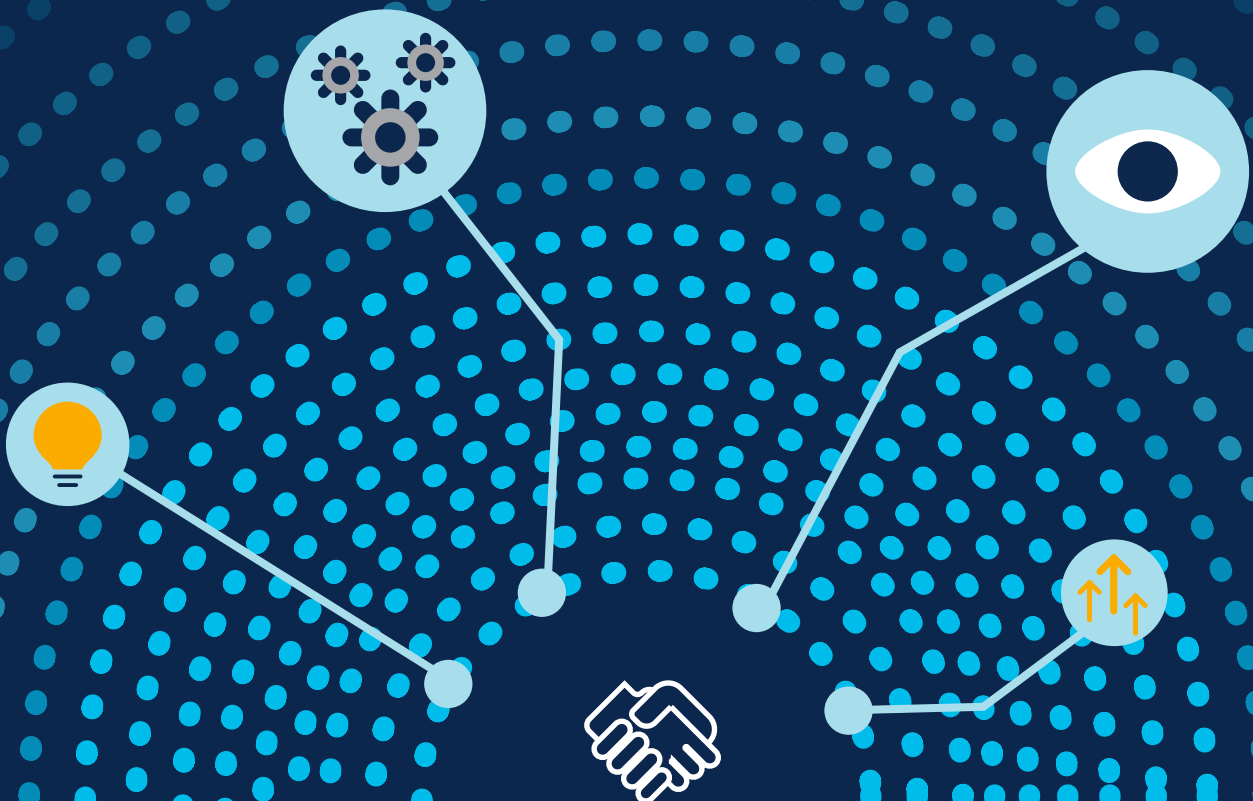


Transformación del canal Cisco LatAm

Nuevo enfoque: resultados de negocio

Panorama actual de tecnología en los negocios:
¿por qué se necesita un nuevo enfoque de tecnologías de información?





Lo que hace sólo 5 años nos sorprendía, hoy parece digno de los libros de historia si lo miramos a través del lente arriesgado de la realidad interconectada actual.

La tecnología se mantiene cambiando, avanzando, evolucionando hacia creaciones cada vez más sorprendentes. Sin embargo, el panorama actual hace imprescindible ir más allá: necesitamos transformar la manera en que ésta se comercializa.

Como lo menciona Oliver Tuszik –Vicepresidente Sr de la Organización Global de *Partners* de Cisco–, en su publicación “*Perform and Transform with Cisco*”:

Hoy vemos que la oportunidad de negocio de Cisco y nuestros *partners* es más grande que nunca, y está representada por cuatro principales tendencias.¹

Estas tendencias son

1

La digitalización es una realidad que está conduciendo el gasto de infraestructura.

2

El creciente cambio hacia la nube está requiriendo un cambio fundamental en la manera en que las compañías dirigen su infraestructura como un todo.

3

El presupuesto para tecnología se mueve cada vez más de las áreas de TI hacia las líneas de negocio de nuestros clientes.

4

La experiencia del cliente se está convirtiendo en uno de los diferenciadores más importantes.

“Perform y Transform.

Tres palabras, pero la de en medio –“y”– es la principal.”¹

Oliver Tuszik

Vicepresidente Sr
Organización Global
de Partners Cisco

Desafíos del panorama actual

Impacto del contexto comercial en la actividad de los *partners*.

En realidad, este nuevo enfoque es un paso natural para una era en la que el comercio electrónico se ha extendido a nuestras actividades cotidianas. Actualmente, si un consumidor final decide visitar un punto de venta físico espera obtener más que una simple transacción de compra venta: busca una experiencia. Ahí es donde se encuentra uno de los diferenciadores más significativos de las empresas en el panorama comercial actual: las experiencias de los consumidores. Y también es aquí donde las tecnologías de la información tienen una oportunidad que estamos comenzando a explorar.

Usualmente cada *partner* está orientado a la parte del **Perform**, a la orden de compra del día a día, a vender puntos de acceso, conmutadores y todas las tecnologías. Esto ha funcionado eficientemente. Sin embargo, en Cisco estamos comenzando a incentivar la parte del **Transform**, es decir, la manera en que un cliente puede implementar soluciones tecnológicas que le ayuden no sólo a transformar digitalmente sus actividades actuales, sino a crear nuevas oportunidades de negocio e interacciones con los clientes, para consolidarlos al tiempo en que les brinda nuevas y emocionantes experiencias. Aquí es donde está surgiendo la posibilidad de transformar el rol que tiene la industria de la comercialización tecnológica.

Hoy es posible incentivar la colocación y el uso de todas las tecnologías (incluyendo las menos adoptadas) para colocar sus ventas al nivel de los sistemas con mayor flujo comercial.

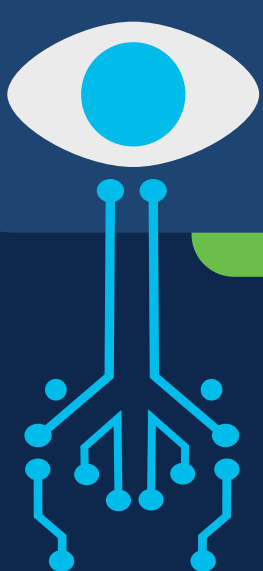
Para llegar a las líneas de negocio no basta con vender un producto, tenemos que posicionar soluciones especializadas en las necesidades de las verticales de los clientes.

En Cisco, esta tendencia nos da la oportunidad de posicionar nuestras soluciones en centros de negocio en los que antes no teníamos acceso, como Mercadotecnia, Recursos Humanos, Logística y muchos más.

Hoy es importante hablar más de oportunidades de negocio y menos de especificaciones tecnológicas. Enfoquémonos en solucionar las necesidades de negocio de nuestros clientes usando lo que es nuestra especialidad: la tecnología. Enfoquémonos más en el **Transform**, así impulsaremos el **Perform**.

“Los partners están evolucionando en varios sentidos. El primero es que en la llegada al mercado sabemos que los presupuestos se han ido de las áreas de tecnologías de información –o de infraestructura– hacia las áreas de negocio, y nuestros partners están adoptando los mensajes verticalizados.”²

Alba San Martín
Directora
Organización de Partners de Latinoamérica
Cisco





Herramientas de Cisco para la transformación

Herramientas que facilitan la adopción del nuevo enfoque

Cisco Software Led Business Transformation: Una iniciativa de un modelo de negocios basado en *Software* Cisco.

El cambio de enfoque se da a través de una transformación hacia un negocio basado en *software*, que busca mejorar la experiencia del cliente. A continuación, compartimos cómo Cisco desarrolla esta transformación en conjunto con sus *partners*.

a

Cisco CUSTOMER EXPERIENCE

Vivimos en la era de la economía de la experiencia, un tiempo en que los clientes valoran más la puntualidad, los puntos de contacto personalizados y la entrega de valor que reciben a lo largo de toda la relación comercial. Ellos esperan que las empresas con las que hacen negocios entiendan y anticipen sus necesidades en cada momento, y prefieren un compromiso omnicanal que tome en cuenta sus interacciones pasadas por medio de intercambios de búsqueda, sociales y humanos.³

Éste es un reto para nuestros *partners* y para la mayoría de las empresas en general. Sin embargo, se ha observado que las rutas guiadas por la experiencia del cliente dan un resultado positivo, conducen a una mayor retención y renovación de los mismos, y en última instancia, tienen un impacto multiplicador en el resultado final.

En este contexto, alrededor del mundo más y más *partners* de Cisco están comenzando a operar con un enfoque en el cliente; aprovechando los programas, herramientas y plataformas basadas en datos –y sobre todo, las habilidades de su personal– para transformarse en base a la economía de la experiencia.⁴

Aquí es donde entra en escena la iniciativa *Customer Experience* de Cisco. Con ella, nuestros *partners* pueden optimizar sus soluciones en todas las etapas del ciclo de vida, aprovechando la experiencia y los conocimientos adecuados –impulsados por la inteligencia de colaboración– para entregar resultados de negocio en un tiempo récord.⁴

Cisco define *Customer Experience* como un conjunto de 3 pilares. Para cada uno de los pilares, existen programas que ayudan a los *partners* a desarrollar esta práctica. En Cisco ayudamos al *partner* a entender la filosofía, a crear su portafolio y a crear un equipo que finalmente pueda ayudar al cliente a través de esta práctica.



“Customer Experience lo es todo. Es más importante que nunca estar hiperenfocado en proporcionarle una experiencia sobresaliente al cliente. Según Salesforce, 76% de los consumidores piensa que las empresas deben entender sus necesidades y expectativas. Es nuestro deber anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes y ofrecerles una experiencia realmente excelente.”⁵

John Moses
Vicepresidente, Organización de Partners de las Américas
Organización Global de Partners
Cisco

1. Una Filosofía

Que consiste en trabajar con el *partner* para hacer una transición en el modelo hacia uno basado en *software*, centrado en la experiencia del cliente. Programas Cisco: A través de *workshops*, *roadshows* y entrenamientos de adopción se explica la importancia de la transformación digital y cómo ayudar al cliente a través del *CX*.

2. Un Portafolio de servicios.

Programas Cisco: *Workshops* para identificar capacidades y desarrollar servicios de adopción. Programa *Lifecycle Incentive*: Incentivo que ayuda a desarrollar y monetizar esta práctica.

3. Un Equipo especializado

Programas de Cisco: Entrenamiento de 3 días, programa “*Blackbelt*” para “*Customer Success Managers*” con el objetivo de entrenarlos en la venta de servicios y *software*, y generar las capacidades para una buena práctica de *CX*.

Acciones con Axity en Customer Experience:

- Se realizó un *assessment* (*Software Led Practice Assessment Framework*) que permitió valorar la situación del *partner* con respecto a sus capacidades y estrategia en la nueva era digital, *Software-Led Business* y *Customer Experience*. Asimismo, se llevó a cabo el análisis financiero del *partner* a través del **Profitability Simulator** para medir la rentabilidad del negocio actual y futuro con las nuevas inversiones y estrategias.
- Tanto el **Assessment**, como el **Profitability Simulator**, sirvieron como base para realizar un *workshop* de dos días en México con el equipo de *partners* global y el equipo de *software* de México. De este *workshop* se obtuvo un plan de acción con responsable y fecha de término para cada una de las áreas evaluadas en el *assessment*.
- Se desarrolló un plan a largo plazo para poder adaptar prácticas de la industria alrededor del *CX* para cumplir con las expectativas planteadas por Cisco y dar a los clientes la mejor experiencia.
- Después del *workshop* se han tenido reuniones recurrentes entre el equipo de **Axity**, el equipo de *Software* México (Cisco) y el equipo global de *partners* para retroalimentación del desempeño del plan.
- Se realizaron diversos entrenamientos de *Enterprise Agreement*, *Lifecycle Monetization* y *Smart Accounts* a la fuerza de ventas.

Conozca más sobre **Cisco Customer Experience Initiative** [aquí](#).



DevNet

b

Cisco DevNet

Una vez definida la ruta de acción es momento de aprovechar **DevNet**, la estructura de Cisco que les brinda el conocimiento que necesitan los desarrolladores y profesionales de tecnologías de la información para construir aplicaciones y facilitar integraciones con productos, plataformas y **API** de Cisco.

En él se incluyen los productos de Cisco para redes definidas por *software*, seguridad, nube, centro de datos, internet de las cosas, colaboración y desarrollo de *software* de código abierto. Por otro lado, el sitio developer.cisco.com también ofrece entornos de aprendizaje y de caja de arena, además de una serie de vídeos para aprender a codificar y probar aplicaciones.

Con **Cisco DevNet** los desarrolladores y profesionales de tecnologías de la información pueden aprender a su propio ritmo usando **DevNet Learning Labs**, tomar el curso en video **Network Programmability**, acceder a entornos de desarrollo en cualquier momento, ingresar su código a **DevNet Code Exchange** o unirse a nuestro **Ecosystem Exchange**.

Con estas plataformas, los desarrolladores y profesionales de tecnologías de la información tienen en sus manos las herramientas que necesitan para idear, crear e innovar de acuerdo a las necesidades de sus clientes, y los de otros *partners* alrededor del mundo. Así pueden incrementar sus ganancias y reforzar su presencia de marca.

*“Cisco está desarrollando el equipo de tecnologías de información del futuro con nuevas certificaciones de **DevNet**, motivando a los desarrolladores de todos los niveles para ayudarles a nuestros partners a mejorar la experiencia del cliente.”⁵*

John Moses

Vicepresidente, Organización de Partners de las Américas

Organización Global de Partners

Cisco

Conozca más sobre **Cisco DevNet** [aquí](#).



Cisco Vertical Practice Assessment Framework

Después de ver las oportunidades de desarrollo que se tienen con respecto a la experiencia del cliente, el siguiente objetivo es hacerlas realidad. Aquí es donde se aprovecha **Vertical Practice Assessment Framework**, la herramienta en línea de evaluación interactiva que Cisco pone a disposición de sus *partners*.

Con ella pueden evaluar su capacidad para ofrecer soluciones que les ayuden a sus clientes a modernizar su negocio y obtienen una hoja de ruta personalizada para que sus clientes alcancen la competencia tecnológica necesaria, aprovechando nuevas soluciones de transformación digital con el objetivo de alcanzar mejoras empresariales tangibles.

Además, permite que los *partners* encuentren a otros *partners* dentro del ecosistema de Cisco, para asociarse y ofrecerles a sus clientes una solución acorde a sus necesidades.

Así, Cisco ofrece una herramienta para que sus *partners* determinen cómo lanzar nuevos centros de compras, consulten oportunidades especiales para trabajar con otros *partners*, cambien a servicios gestionados y agreguen capacidades que les permitan desarrollar e integrar *software*.

*“El plan es trabajar en conjunto con los *partners* para conocer sus necesidades y ver cómo podemos ayudarles a mejorar su acercamiento al mercado.”²*

Alba San Martín

Directora

Organización de Partners de Latinoamérica

Cisco

Conozca más sobre:

[Cisco Solutions for Industries](#)

[Industry Learning Maps for Partners](#)

[Global Industries Hub for Partners](#)

[Portfolio Explorer - Explore Cisco solutions by Industry](#)



Actualmente uno de nuestros colaboradores está dando grandes pasos que nos motivan a explorar todas las oportunidades ofrecidas por este camino.

Caso de estudio en vertical de retail

Ejemplo de éxito de un *partner* que adoptó el nuevo enfoque

Axity es un *partner* de Cisco con 35 años de trayectoria en el mercado; presencia en México, Estados Unidos, Colombia, Chile, Perú y Argentina; así como 1,000 colaboradores a través de toda América Latina.

En sus esfuerzos por adoptar las tendencias globales, identificó áreas de oportunidad para la tecnología en la industria del *retail*. Así, se propuso crear una solución que ayudara a resolver sus necesidades principales. El resultado fue **POX** (*Point of Experience*).

POX
Point Of Experience

¿Qué es?

Es una plataforma tecnológica que se enfoca en fusionar el mundo físico y el digital para crear experiencias únicas centradas en los clientes y en los empleados.

¿Por qué es una solución necesaria?

Axity identificó que el desafío principal de las organizaciones de *retail* en los próximos años será crear “experiencias del cliente” unificadas, algo que facilita con **POX**.

¿Qué componentes tiene?

- *Connection Hub*: Mantiene a la sucursal siempre en línea.
- *Insight Generator*: Mide los indicadores clave de desempeño que requieren los Gerentes de Sucursal y Operaciones.
- *Customer Experience Lab*: Herramienta para diseñar rutas que mejor en la experiencia de los clientes.
- *Channel Integrator*: Habilita la omnicanalidad en la sucursal experiencial para hacer posibles las transacciones que completan la experiencia.
- *Customer Engager*: Ayuda a generar interacciones experienciales con los clientes finales.
- *Resource Optimizer*: Tecnología para aprovechar el poder del internet de las cosas en la sucursal.
- *Team Accelerator*: Empodera a los colaboradores con las herramientas que necesitan.
- *Vision*: Aprovecha al máximo el uso de cámaras en las sucursales.

¿Cuáles tecnologías la hacen realidad?

Para desarrollar **POX**, **Axity** tuvo que habilitar capacidades tecnológicas como inteligencia artificial y aprendizaje automático, realidad aumentada y virtual, cadena de bloques, internet de las cosas, impresión 3D, robótica y drones (una proyectada tendencia de seguridad).



Cisco Vertical Practice Assessment Framework

“Ya tenía identificado qué queríamos desarrollar: Red como Servicio, Cloudaxity, Inteligencia Empresarial en la Nube, POX, Voz del Cliente y otros proyectos. La manera en que ayudó Vertical Practice Assessment Framework fue darle una estructura a la estrategia de innovación.”

Luis Humberto Morin
Arquitecto Empresarial
para la Industria del Retail
Axity México



¿Cuál fue el proceso para crearla?

Después de varias iteraciones, **Axity** estableció su versión definitiva de **POX** a partir de herramientas digitales de Cisco, como las plataformas **Cisco Vertical Practice Assessment Framework** y **Cisco DevNet**; así como **Cisco Meraki System Manager**, **Cisco AppDynamics** y **Cisco Customer Experience Initiative**.

“Axity sí tenía la idea de generar un producto, porque ellos vieron la oportunidad en retail. El ‘qué’ era muy importante y también el ‘cómo’. El ‘qué’ lo puso Axity, y el ‘cómo’ lo puso Cisco.”

Marco Sánchez
Gerente Regional de Cuentas
Cisco

“Utilizamos una metodología de Cisco que se llama Vertical Practice Assessment Framework. Al momento en que analizamos su contenido y su foco, vimos que tenía una gran convergencia con los objetivos que buscábamos.”

Luis Humberto Morin
Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail
Axity México

“Después de analizarlo, vimos que era un excelente aporte. Participamos en sesiones y talleres con un consultor que nos acercó Cisco y fuimos documentando la metodología; y siguiéndola, adaptándola a nuestras necesidades. Entonces creo que fue un excelente caso en el que ambas partes identificamos una necesidad, una oportunidad de mercado, vimos que habían herramientas que se podían incluir al proceso como un objetivo común de ganar-ganar.”

Luis Humberto Morin
Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail
Axity México





Cisco DevNet

“He tenido oportunidad de conocer a varias personas de Cisco en Estados Unidos para explorar las API. Por otro lado, también fue un reto para ambas partes, porque yo les preguntaba sobre lo nuevo: las API del tablero, las API Scan, las API de System Manager. Ha sido en parte integrar la documentación en DevNet y hemos tenido que desarrollar un mecanismo de seguimiento de cada ocasión en que se hacen nuevos lanzamientos de funcionalidades.”

Luis Humberto Morin

Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail

Axity México



Cisco Meraki

“En la solución POX estamos utilizando System Manager, que es de Meraki; además de sus Puntos de Acceso, CMR y cámaras MV. Entonces está incluida casi toda la suite de los productos de Meraki.”

Luis Humberto Morin

Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail

Axity México



Cisco Meraki System Manager

“Yo siempre busqué poner móviles, dentro de la manera en que resolvemos soluciones en la industria. El objetivo es ver cómo apoyar a los colaboradores en la sucursal para brindarles experiencias diferenciadas a los clientes. Entonces juntamos Jasper con System Manager para lograr una administración más integral de los dispositivos móviles”.

Luis Humberto Morin

Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail

Axity México



Cisco AppDynamics

“Utilizamos AppDynamics para monitorear el desempeño e identificar los flujos de negocio, de manera que podamos brindar una experiencia consistente al entregarles un servicio a los clientes. Podemos identificar cómo va el flujo de la transacción a lo largo de todos los sistemas para garantizar que esa experiencia del consumidor final no se vea afectada. El caso más interesante que puedo ejemplificar de eso es una aplicación de pasillo infinito.”

Luis Humberto Morin

Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail

Axity México



Cisco Umbrella

“Con Umbrella tenemos cubierta la seguridad en dispositivos móviles, en puntos de venta y en aplicaciones de pasillo infinito.”

Luis Humberto Morin

Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail

Axity México

“A medida de que se vayan liberando nuevas tecnologías, nuevas funcionalidades, nuevos componentes, vemos cómo podemos integrarlos a nuestra solución con el objetivo de añadirle capacidades que nos ayuden a ofrecer experiencias diferenciadas en la industria.”

Luis Humberto Morin
Arquitecto Empresarial
para la Industria del Retail
Axity México

Think outside the box

Tecnología Cisco utilizada y su rol en el nuevo enfoque

Un punto clave para crear **POX** fue distinguir posibilidades en la tecnología más allá del uso para el que fue diseñada, con el objetivo de satisfacer directamente las necesidades de negocio que tienen sus clientes en la vertical del *retail*. Para lograrlo, **Axity** incorporó el lenguaje y el enfoque de esa industria.

Imagine identificar si un usuario es consumidor frecuente de su cliente con sólo ofrecerle una conexión gratuita a su red Wi-Fi. Y si no lo es, ofrecerle promociones personalizadas para ganarlo (o consolidarlo, si sí lo es).

Axity vio la oportunidad de expandir el alcance de su plataforma **POX** a otras industrias más allá del *retail*, como las finanzas, el entretenimiento (las cadenas de cines) y la educación. Al final, el objetivo de esta solución es brindarles experiencias diferenciadoras a los consumidores, a los clientes finales, a los colaboradores.

En **POX**, **Axity** tiene incorporados componentes técnicos de infraestructura como los módems **MG** de **Meraki**. Además, sus diseños técnicos ya aparecen en los diagramas y forman parte de la solución *Connection Hub*, creada con el objetivo de lograr que una tienda de *retail* siempre esté en línea.

Entonces, a medida que se van liberando nuevos componentes tanto técnicos de infraestructura, como tecnológicos del lado del *software* (de parte de Cisco), los incorporan para hacer una solución cada vez más completa.



“El mismo POX luego evolucionó a otros productos. Axity tiene aproximadamente 14 productos que se han desprendido de este POX; que es el concepto, pero atrás de él están enrutadores, conmutadores, la nube, propiedad intelectual, servicios, experiencia del cliente, seguridad, analíticos, etc.”

Luis Humberto Morin
Arquitecto Empresarial
para la Industria del Retail
Axity México

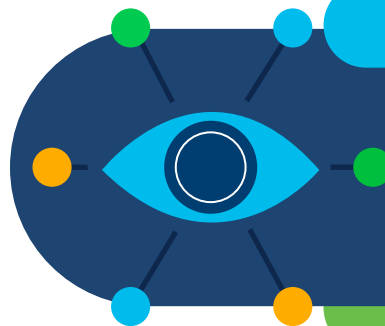
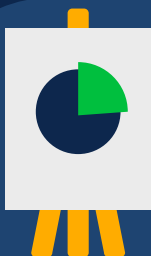
Resultados

Beneficios que obtuvo **Axity** con el nuevo enfoque

Ayudamos a expandir la visión del *partner* para establecer una práctica de vertical. Ahora el *partner* tiene una conversación más de objetivos de negocio que de estructura.

Además, los *partners* nacionales pueden aliarse con *partners* globales para impulsar algún tema de verticalización. Con la plataforma de *partners* de Cisco, **Axity** ya ha desarrollado alianzas con *partners* y marcas locales o globales (como lo es Apple) para impulsar nuevas oportunidades y llevar el aprovechamiento de **POX** y de todas sus soluciones hasta el máximo nivel, haciendo de ellas verdaderas soluciones habilitadoras de transformación digital enfocada en la vertical de *retail*.

Uno de los siguientes objetivos de **Axity** es disponer sus productos en **Cisco DevNet Ecosystem Exchange**. Así dispone su producto para que sea consumido en cualquier parte del mundo. Esto aumenta las posibilidades de alcance de un nivel local a uno global y aumenta el margen de ganancia, así como la venta cruzada.





Siguientes pasos

Avancemos juntos hacia este nuevo enfoque

“Constantemente estamos viendo cómo incorporar los programas de Cisco para desarrollar y complementar los esquemas de entrega, resolviendo las necesidades de negocio de nuestros clientes.”

Luis Humberto Morin

Arquitecto Empresarial para la Industria del Retail

Axity México

A través de este proyecto **Axity** logró expandir el alcance de sus productos y está viendo también otras formas de vender y posicionarse en industrias que no había imaginado, habilitando una estrategia de canales que no sólo se enfoca en el **Perform** (soluciones orientadas a productos de TI), sino que comienza a enfocarse en el **Transform** (soluciones orientadas por línea de negocio); lo que además traerá una multiplicación en los resultados del **Perform**.

En Cisco buscamos fortalecer a todo nuestro ecosistema de *partners* para avanzar juntos hacia una nueva era en la entrega de servicios tecnológicos de nivel empresarial. Una con mayores oportunidades de crecimiento y resultados más contundentes.

Para descubrir cómo podemos ayudarle a adoptar este nuevo enfoque, contáctenos [aquí](#).



MATERIALES CITADOS



1

[“Perform and Transform with Cisco”, Partner, Cisco Blogs, Oliver Tuszik, 7 de mayo de 2019.](#)

2

[“Casos de éxito de Partners en Latinoamérica presentados por Alba San Martin”, CiscoLatAm, YouTube, 14 de marzo de 2019.](#)

3

[“The Customer Experience \(CX\) Journey – Don’t Go It Alone: Three Ways to Jumpstart Your CX Strategies”, Partner, Cisco Blogs, Pat Tittiranonda Das, 10 de octubre de 2018.](#)

4

[Landing page de Cisco sobre Customer Experience.](#)

5

[“Looking Back at CLUS19: Americas Partner Experience Perspective”, Partner, Cisco Blogs, John Moses, 20 de junio de 2019.](#)

[“Conozca más sobre casos de uso por industrias con Cisco”](#)

Visite nuestro sitio

Únase a la conversación



Oficinas Centrales en América:
Cisco Systems, Inc.
San José, CA

Oficinas Centrales en Asia Pacifico:
Cisco Systems
(USA) Pte. Ltd. Singapur

Oficinas Centrales en Europa:
Cisco Systems
International BV Amsterdam Holanda

Argentina: 0800 555 3456 • Bolivia: 800 10 0682 • Chile: 1230 020 5546 • Colombia: 1 800 518 1068

Costa Rica: 0800 011 1137 • República Dominicana: 866 777 6252 • El Salvador: 800 6600

Guatemala: 1 800 288 0131 • México: 001 888 443 2447 Panamá: 001 866 401 9664 • Perú: 0800 53967 • Venezuela: 0800 102 9109

Cisco cuenta con más de 200 oficinas en todo el mundo. Las direcciones, los números de teléfono y fax están listados en el sitio de Cisco en la siguiente dirección web: www.cisco.com/go/offices.

© 2021 Todos los derechos reservados. Cisco y el logo de Cisco son marcas o marcas registradas de Cisco y/o sus filiales en los Estados Unidos y otros países. Para ver una lista de las marcas de Cisco, visite el siguiente URL: www.cisco.com/go/trademarks. Las marcas de terceros mencionadas son propiedad de sus respectivos dueños. El uso de la palabra socio no implica una asociación entre Cisco y cualquier otra compañía. (1110R)