

RESUMEN SEMANAL (EXPOSICION EN CLASE)

El propósito de este resumen de los temas que expusieron es explicarles o que traten de entender qué es lo que pasa tras “bambalinas” cuando alguien hace una compra en el internet, en términos de proceso de órdenes, gente y sistemas involucrados.

El aprovechamiento y entendimiento de estos conceptos puede ayudarles a diseñar un modelo de negocio electrónico, el cual puede dar a sus compañías una ventaja competitiva en esta nueva economía digital.

Muchos negocios durante las etapas iniciales del internet (1995-1997) se apresuraron a construir sus sitios de internet para así atraer clientes y tener grandes volúmenes de ventas, sin embargo, descubrieron que el tener presencia en la red no significa éxito automático. Intentar atraer clientes sin una plataforma sólida de comercio electrónico puede tener resultados desastrosos y al mismo tiempo puede marginar el proyecto.

Cuando una orden de compra se coloca en la red –y existe una infraestructura de comercio electrónico — “se activa una respuesta automática en las aplicaciones de ventas, contabilidad, planeación y logística”¹.

La interacción de la compañía con el cliente se llama administración de la relación con los clientes (Customer Relationship Management, o simplemente CRM) y se maneja con una aplicación de CRM. - Este es el mecanismo que el cliente utiliza al hacer una orden de compra y por otro lado, esta aplicación ayuda a tu compañía a entender al cliente bajo diferentes perspectivas—“quiénes son, qué hacen, qué les gusta”².

1 Capítulo 8 e-Business 2.0 by Kalakota and Robinson

2 Capítulo 6 e-Business 2.0 by Kalakota and Robinson

Todo lo que se activa y lo que sucede después de que la orden es colocada, y hasta que el cliente recibe su confirmación de compra, sucede en lo que se llama el “back office” o ERP (Planeación de Recursos Empresariales). Por lo tanto, CRM es el “front office” y ERP es tu “back office”. Sin la integración de estos dos sistemas, el proceso de administrar la orden y de alcanzar las expectativas del cliente de recibir a tiempo su compra y de tener toda la información del status de su paquete, sería casi imposible de realizar y ciertamente, imposible si el número de clientes es de miles por día, o bien si no imposible, muy caro cuando el volumen de órdenes es muy grande.

La integración que existe entre los sistemas de CRM y ERP mantiene las aplicaciones, sistemas, empleados, y empresas (por ejemplo, competidores, proveedores, socios, licitadores) informadas de las transacciones y los procesos en la cadena de suministro. Es imperativo integrar tu modelo de negocio al modelo de negocio de tus socios, proveedores, y clientes, utilizando un modelo de comercio electrónico y así crear nuevas oportunidades. Actualmente, la cadena de suministro no es horizontal; más bien es circular y debe ser integrada.

En los modelos de negocio actuales, el cliente está en el centro y sus expectativas son un poco diferentes a como solían ser en el pasado, por ejemplo, “servicio rápido, información detallada del status del proceso de entrega, más opciones de productos y soluciones integradas”³, estos factores obligan a las empresas a estar integradas y así poder responder a éstas grandes expectativas y demandas del cliente. Si no estás preparado para cubrir estas tendencias del cliente, alguien más probablemente pueda y tú y tu negocio estarán fuera de la jugada.

Por otro lado, una vez que tenemos la estrategia definida de nuestro “back y front office” debemos evaluar cual es la infraestructura necesaria para implementar la solución, por ejemplo, para la operación de sus tiendas en línea.. Para ello existen empresas externas que a través de sus DATA CENTERS ofrecen principalmente 3 servicios que son:

- Hospedaje compartido
- Hospedaje dedicado
- Coubicación

Una vez definido este punto, debemos considerar de que manera vamos a garantizar que los pagos de las operaciones se realicen de manera segura, contratando un certificado de seguridad propio, o contratando los servicios de terceros que comparten el uso de estos certificados de seguridad, y en caso de ser necesario conectar nuestras diferentes sucursales por medio de redes privadas virtuales (ya sea por Hardware o Software, según sea el caso) y con ello lanzar nuestro sitio para comenzar a vender en línea.

Por otro lado, ya subí los temas que expusieron, para que repasaren el material y si tienen alguna duda lo comenten en el foro y entre todos las aclaremos.

Por último, referente a la tienda virtual, aparentemente todos los equipos seleccionaron OSCOMMERCE como opción, en caso contrario, me avisan para que si necesitan instalar o agregar alguna base de datos en cualquiera de los 2 dominios disponibles.

Salu2

MGF